



**IZVJEŠĆE O IZVRŠENJU PROGRAMA RADA
TURISTIČKE ZAJEDNICE ZADARSKE ŽUPANIJE
ZA 2025. GODINU**

Zadar, veljača 2026.

Sadržaj

I. FINANCIJSKI REZULTAT I-XII mjeseci 2025.....	6
II. IZVRŠENE AKTIVNOSTI	8
1. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE.....	9
1.1. IZRADA STRATEŠKIH/OPERATIVNIH/KOMUNIKACIJSKIH/AKCIJSKIH DOKUMENATA	9
1.2. ISTRAŽIVANJE I ANALIZA TRŽIŠTA	11
1.3. MJERENJE UČINKOVITOSTI PROMOTIVNIH AKTIVNOSTI	11
2. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA	12
2.1. IDENTIFIKACIJA I VREDNOVANJE RESURSA TE STRUKTURIRANJE TURISTIČKIH PROIZVODA	12
2.2. SUSTAVI OZNAČAVANJA KVALITETE TURISTIČKOG PROIZVODA	14
2.2.1. AKTIVNI (OUTDOOR) TURIZAM	14
2.2.2. NAUTIČKI TURIZAM.....	16
2.2.3. KULTURNI I DOŽIVLJAJNI TURIZAM.....	18
2.2.4. RAZVOJ ENO-GASTRO TURIZMA.....	19
2.2.5. KLUB KVALITETE „PREMIUM“	29
2.2.6. POSLOVNI TURIZAM.....	30
2.2.7. PROJEKT OZNAČAVANJA KVALITETE U OBITELJSKOM SMJEŠTAJU „WELCOME“	31
2.2.8. OSTALI PROIZVODI	34
Podrška razvoju turističkog proizvoda na području općine Gračac.....	34
2.3.1. Javni poziv za dodjelu potpora lokalnim turističkim zajednicama i turističkim subjektima za manifestacije.....	36
2.5. PODRŠKA TURISTIČKOJ INDUSTRIJI.....	42
2.5.1. PODRŠKA RAZVOJU PROGRAMA DMK.....	42
3. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE	46
3.1. DEFINIRANJE BRENDING SUSTAVA I BREND ARHITEKTURE.....	46
3.2. OGLAŠAVANJE DESTINACIJSKOG BRANDA, TURISTIČKE PONUDE I PROIZVODA	46
3.2.1. IZRADA I PROVOĐENJE MEDIJA PLANA.....	47
3.2.2. Posebne tematske kampanje po turističkim proizvodima i prigodne kampanje	68
3.3. ODNOSI S JAVNOŠĆU (GLOBALNI I DOMAĆI PR)	85
3.3.1. GLOBALNI PR	86
3.3.2. DOMAĆI PR.....	92
3.3.3. STUDIJSKA PUTOVANJA ZA PREDSTAVNIKE MEDIJA U SURADNJI SA SUSTAVOM TZ.....	95
3.4. MARKETINŠKE I POSLOVNE SURADNJE.....	101
3.4.1. UDRUŽENO OGLAŠAVANJE U SURADNJI SA SUSTAVOM TURISTIČKIH ZAJEDNICA I PREDSTAVNICIMA TURISTIČKE PONUDE NA REGIONALNOJ RAZINI	101

3.4.2.	STRATEŠKI PROJEKTI I MARKETINŠKE SURADNJE	103
3.4.3.	POSEBNI PROGRAMI I PROJEKTI.....	111
3.5.	SAJMOVI, POSEBNE PREZENTACIJE I POSLOVNE	117
3.5.1.	NASTUPI NA SAJMOVIMA.....	117
3.5.2.	ORGANIZACIJA I SUDJELOVANJE NA POSEBNIM PREZENTACIJAMA I NA POSLOVNIM RADIONICAMA	122
3.6.	SURADNJA S ORGANIZATORIMA PUTOVANJA	131
3.7.	KREIRANJE PROMOTIVNOG MATERIJALA.....	133
3.7.1.	Produkcija promotivnih materijala	133
3.7.2.	Priprema destinacijskih marketinških materijala.....	134
3.7.3.	Izrada suvenira i ostalog promidžbenog materijala.....	135
3.8.	INTERNETSKE STRANICE	136
3.8.1.	UPRAVLJANJE ODREĐENIM SADRŽAJEM NA INTERNETSKIM STRANICAMA	136
3.8.2.	RAZVOJ I ODRŽAVANJE INTERNETSKIH STRANICA.....	136
3.9.	KREIRANJE I UPRAVLJANJE BAZAMA TURISTIČKIH PODATAKA	137
3.9.1.	VOĐENJE DETALJNE TURISTIČKE BAZE PODATAKA O PONUDI I POTRAŽNJI	137
3.9.2.	Otkup sadržaja, fotografija i ostalih podataka.....	137
3.10.	TURISTIČKO-INFORMATIVNE AKTIVNOSTI.....	139
3.10.1.	UPRAVLJANJE TIC-EVIMA.....	139
3.10.2.	POSTAVLJANJE INFO-PUNKTOVA TE POSTAVLJANJE I ODRŽAVANJE TURISTIČKE SIGNALIZACIJE	139
4.	DESTINACIJSKI MENADŽMENT.....	139
4.1.	TURISTIČKI INFORMACIJSKI SUSTAVI I APLIKACIJE /EVISITOR.....	139
4.1.1.	SUDJELOVANJE U RAZVOJU I UPRAVLJANJU SUSTAVOM EVISITOR I OSTALIM TURISTIČKIM INFORMACIJSKIM SUSTAVIMA	140
4.1.2.	USPOSTAVLJANJE SUSTAVA POSLOVNE INTELIGENCIJE TEMELJENE NA INFORMATIČKIM TEHNOLOGIJAMA	140
4.2.	STRUČNI SKUPOVI I EDUKACIJE.....	141
4.3.	KOORDINACIJA I NADZOR	145
4.3.1.	NADZOR, KOORDINACIJA I USKLAĐIVANJE LOKALNIH TURISTIČKIH ZAJEDNICA	145
4.3.2.	DEFINIRANJE SMJERNICA I STANDARDA ZA OBLIKOVANJE TURISTIČKIH PROMOTIVNIH MATERIJALA LTZ I SMJERNICA ZA PROVEDBU MARKETINŠKIH AKTIVNOSTI LTZ	146
4.4.	UPRAVLJANJE KVALITETOM U DESTINACIJI	147
4.4.1.	Sudjelovanje u planiranju i provedbi ključnih investicijskih projekata javnog i privatnog sektora	147
4.4.2.	Nagrađivanje izvrsnosti i dostignuća turističkih destinacija i pojedinaca u turizmu	150
4.4.4.	POTICANJE RAZVOJNIH PROJEKATA LTZ-a i TNP-a	153

4.5. POTICANJE NA OČUVANJE I UREĐENJE OKOLIŠA	157
5. ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA.....	158
6. ADMINISTRATIVNI POSLOVI	158
6.1. PLAĆE.....	158
6.2. MATERIJALNI TROŠKOVI:.....	159
6.3. TIJELA TURISTIČKE ZAJEDNICE:.....	159
7. REZERVA	161
8. POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE	162
9. FONDOVI – posebne namjene	162
9.1. Fond za turističke zajednice na turistički nedovoljno razvijenim područjima i kontinentu:.....	162
III. OSTVARENJE DUGOROČNIH I KRATKOROČNIH CILJEVA	165
IV. OSTVARENI TURISTIČKI PROMET.....	165
V. OSTVARENJE PRIHODA I RASHODA	169
VI. USPOREDBA IZVRŠENJA FINACIJSKOG PLANA ZA 2025. GODINU S POVEZNICOM UZ PROGRAME, AKTIVNOSTI I PROJEKTE	172
VII. ZAKLJUČAK.....	177

UVOD

Na temelju članka 55. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/19 i 42/20) turističke zajednice gospodare temeljem programa rada.

Uvažavajući činjenicu kako je od 1. siječnja 2020. stupio na snagu novi zakon koji uređuje sustav turističkih zajednica, Izvešće o izvršenju Programa rada Turističke zajednice Zadarske županije za razdoblje siječanj-rujan 2025. godine izrađeno je sukladno istome, točnije prema novoj metodologiji i standardima planiranja i izvješćivanja u sustavu turističkih zajednica temeljenu na novoj strukturi zadaća na svim razinama sustava.

Izvešće o izvršenju programa rada sadrži:

- detaljan i precizan opis svih pojedinačno ostvarenih prihoda,
- detaljan i precizan opis svih planiranih i izvršenih aktivnosti,
- podatke o ostvarenju dugoročnih i kratkoročnih ciljeva,
- podatke o ostvarenom turističkom prometu te
- usporedbu realiziranih aktivnosti s pojedinačno planiranim aktivnostima (tablični prikaz).

Izvešće o izvršenju Programa rada za 2025. godinu sadrži:

- I. FINANCIJSKI REZULTAT;**
- II. IZVRŠENE AKTIVNOSTI;**
- III. OSTVARENJE DUGOROČNIH I KRATKOROČNIH CILJEVA**
- IV. OSTVARENI TURISTIČKI PROMET;**
- V. OSTVARENJE PRIHODA I RASHODA**
- VI. USPOREDBA OSTVARENJA FINANCIJSKOG PLANA ZA 2025. S POVEZNICOM UZ PROGRAME, AKTIVNOSTI I PROJEKTE;**
- VII. ZAKLJUČAK.**

I. FINANCIJSKI REZULTAT I-XII mjeseci 2025.

Izvješća o izvršenju programa rada na precizan i jasan način iskazuje financijski rezultat Turističke zajednice Zadarske županije iz kojeg je razvidan iznos financijskih sredstava s kojim turistička zajednica raspolaže u narednom razdoblju te vrijednosti nefinancijske i financijske imovine turističke zajednice.

OSTVARENI PRIHODI I- XII MJESECI 2025.

	PRIHODI	Plan za 2025.	Rebalans 2025.	Realizacija 2025.	Indeks realizacija /rebalans	Udio u realizaciji
1.	Izvorni prihodi	2.150.000,00 €	2.260.000,00 €	2.277.010,80 €	101	56,86%
1.1.	Turistička pristojba	1.800.000,00 €	1.890.000,00 €	1.897.082,16 €	100	47,37%
1.2.	Članarina	350.000,00 €	370.000,00 €	379.928,64 €	103	9,49%
2.	Prihodi iz proračuna općine / grada / županije i državnog proračuna	10.000,00 €	2.000,00 €	- €	0	0,00%
3.	Prihodi od sustava turističkih zajednica	240.000,00 €	279.782,20 €	279.692,27 €	100	6,98%
3.1.	Prihodi od sustava turističkih zajednica - zajedničke aktivnosti	50.000,00 €	39.000,00 €	38.910,07 €	100	0,97%
3.2.	Prihodi od HTZ-za raspod. sredstava iz fondova-posebne namjene	190.000,00 €	240.782,20 €	240.782,20 €	100	6,01%
4.	Prihodi iz EU fondova	- €	- €	- €	0	0,00%
5.	Prihodi od gospodarske djelatnosti	- €	- €	- €	0	0,00%
6.	Preneseni prihod iz prethodne godine	783.000,00 €	999.377,61 €	999.377,61 €	100	24,96%
7.	Ostali prihodi	200.000,00 €	400.000,00 €	448.602,49 €	112	11,20%
	SVEUKUPNO	3.383.000,00 €	3.941.159,81 €	4.004.683,17 €	102	100%

1. Izvorni prihodi

Turistička pristojba

Turistička pristojba plaća se temeljem članka 59. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/2019), a u skladu sa Zakonom o turističkoj pristojbi (NN 52/2019). Ukupno je planirano u 2025. godini ostvariti približno 1.800.000 €, rebalansom je povećano na 1.890.000 €. U razdoblju siječanj-prosinac 2025. godine ostvareno je **1.897.082,16 €** prihoda od turističke pristojbe što je jednako rebalansu. U ovaj iznos uključena su i sredstva turističke pristojbe od nautike, koja uplaćuje Hrvatska turistička zajednica. Izvorna turistička pristojba je naplaćena u iznosu od 1.788.511,15 € dok je turistička pristojba od nautike naplaćena u iznosu od 108.082,16 €.

Turistička članarina

Turistička članarina plaća se temeljem članka 59. Zakona o turističkim zajednicama, a u skladu sa Zakonom o članarinama u turističkim zajednicama. U 2025. se planirao prihod od turističke članarine u iznosu od 350.000 €, rebalansom je povećan na 370.000 €. U razdoblju siječanj-prosinac 2025. godine ostvareno je 379.928,64 € prihoda od turističke članarine, što je 3% više od rebalansa.

Realizacija izvornih prihoda: 2.277.010,80 €

Turistička pristojba 1.897.082,16 €

Turistička članarina 379.928,64 €

2. Prihodi iz proračuna općine/grada/županije i državnog proračuna

Prihodi iz proračuna Zadarske županije u 2025. su planirani u iznosu od 10.000 €, rebalansom su smanjeni na 2.000 € ali u promatranom razdoblju nije bilo realizacije.

3. Prihodi od sustava turističkih zajednica:

Prihodi od sustava turističkih zajednica su planirani u iznosu od 240.000 €, od čega od HTZ-a 190.000 €, a županijskih i lokalnih turističkih zajednica 50.000 €. Rebalansom su prihodi od sustava TZ-a povećani na 39.000 €. Planirani prihodi od HTZ-a povećani su na iznos od 240.782,20 € kad je uplata već bila izvršena. Ostvareno je ukupno 279.692,27 €. Od sustava TZ-a je ostvareno 38.910,07 € i to za dio troškova zajedničkih nastupa na sajmovima u Utrechtu, Beču, Pragu, Amsterdamu i Düsseldorfu te za zajedničko oglašavanje.

Hrvatska turistička zajednica je izvršila raspodjelu sredstava iz fondova za posebne namjene na račune regionalnih turističkih zajednica, koje su dužne ta sredstva prebaciti na lokalne turističke zajednice u skladu s odlukom HTZ-a. Tako je uplaćeno 240.782,20 € koja se po dostavi dokaznica uplaćuje na račune lokalnih turističkih zajednica koje su ostvarile potporu iz Fondova. To nisu sredstva koja za svoje zadaće može koristiti TZ Zadarske županije, ali ih sukladno naputku Državne revizije mora evidentirati u prihod kad stignu na račun, te u rashod kad ih prebaci na lokalne TZ-e.

4. Prihodi iz EU fondova - Nisu planirani.

5. Prihodi od gospodarske djelatnosti – Nisu planirani.

6. Preneseni prihodi iz prethodne godine:

U 2025. godini prenesen je prihod iz 2024. godine u iznosu od 999.378 € prema načelu novčanog tijeka. Ta sredstva služe kako bi se osiguralo nesmetano izvršenje zadaća turističkog ureda u prvoj polovici 2025. godine, dok ne započne značajniji priljev sredstava od turističke pristojbe.

Prijenos je izrazit iz razloga što smo moramo biti više nego ikada spremni reagirati i djelovati u 2025. godini, posebno zbog većih zakonskih zadaća i ovlasti, te imati spremna sredstva za promidžbu te pomoć sustavu i sektoru samim početkom 2025. godine. To se dokazalo i priljevom izvornih prihoda koji ne bi bili dovoljni za izvršenje aktivnosti u prvom dijelu godine.

7. Ostali prihodi:

Planirani su ostali prihodi u iznosu od 200.000 € koji sadrže prihode od financijske imovine, odnosno kamata, prihode od sufinanciranja marketinških aktivnosti avio-prijevoznika koji se vode na kontu odgođenih prihoda te su na posebnom žiro računu te prihode od komercijalnih subjekata za zajedničke nastupe na sajmovima. Ovaj iznos se s odgođenih prihoda prebacuje na redovne prihode te će njime, zajedno s iznosom koji će teretiti troškove TZ Zadarske županije, biti podmireni troškovi marketinških kampanja s avio-prijevoznicima temeljem sklopljenih ugovora. Ovaj način knjiženja se provodi temeljem naputka Državne revizije. Budući da je TZ Zadarske županije preuzela ugovaranje marketinških kampanja od TZG Zadra, rebalansom je planirani iznos povećan na 400.000 €.

Realizacija ostalih prihoda je iznosila 448.602,49 € za i odnosi se na prihod od komercijalnih partnera za zajednički zakup štanda na sajmovima u Utrechtu, Beču, Stuttgartu, Pragu, Münchenu te prezentaciju u Amsterdamu.

II. IZVRŠENE AKTIVNOSTI

Program rada, te stoga i izvješće, strukturirani su u sljedeće cjeline:

1. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE
2. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA
3. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE
4. DESTINACIJSKI MENADŽMENT
5. ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA
6. ADMINISTRATIVNI POSLOVI
7. REZERVA
8. FONDOVI - posebne namjene

OSTVARENI RASHODI I- XII MJESECI 2025.

	RASHODI/AKTIVNOSTI	Plan za 2025.	Rebalans 2025.	Realizacija 2025.	Indeks realizacija / rebalans	Udio % u realizaciji
1.	ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE	40.000,00 €	36.100,00 €	11.456,00 €	32	0,43%
2.	RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA	451.150,00 €	322.150,00 €	332.787,61 €	103	12,52%
3.	KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE	1.720.000,00 €	1.820.300,00 €	1.810.851,57 €	99	68,13%
4.	DESTINACIJSKI MENADŽMENT	116.000,00 €	109.600,00 €	89.390,10 €	82	3,36%
5.	ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA	- €	- €	- €	0	0,00%
6.	ADMINISTRATIVNI POSLOVI	397.000,00 €	390.000,00 €	393.849,33 €	101	14,82%
7.	REZERVA	38.000,00 €	38.000,00 €	19.775,00 €	52	0,00%
8.	POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE	- €	- €	- €	0	0,00%
	SVEUKUPNO 1	2.762.150,00 €	2.716.150,00 €	2.658.109,61 €	98	100,00%
9.	Fond za turističke zajednice na turistički nedovoljno razvijenim područjima i kontinentu	190.000,00 €	240.782,20 €	221.951,14 €	92	
	SVEUKUPNO 2	190.000,00 €	240.782,20 €	221.951,14 €	92	
	TOTAL SVEUKUPNO 1 + SVEUKUPNO 2	2.952.150,00 €	2.956.932,20 €	2.880.060,75 €		

1. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE

	RASHODI	Plan za 2025.	Rebalans 2025.	Realizacija 2025.	Indeks realizacija /rebalans	Udio u realizaciji
1.	ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE	40.000,00 €	11.456,00 €	11.456,00 €	100	0,43%
1.1.	Izrada strateških / operativnih / komunikacijskih / akcijskih dokumenata	35.000,00 €	10.407,50 €	10.407,50 €	100	0,39%
1.2.	Istraživanje i analiza tržišta	5.000,00 €	1.048,50 €	1.048,50 €	100	0,04%
1.3.	Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti	- €	- €	- €	0	0,00%

1.1. IZRADA STRATEŠKIH/OPERATIVNIH/KOMUNIKACIJSKIH/AKCIJSKIH DOKUMENATA

RASHODI	Plan za 2025.	Rebalans 2025.	Realizacija 2025.	Indeks realizacija /rebalans	Udio u realizaciji
Izrada strateških / operativnih / komunikacijskih / akcijskih dokumenata	35.000,00 €	10.407,50 €	10.407,50 €	100	0,39%

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Turistička zajednica Zadarske županije (TZZŽ) stoji na raspolaganju regionalnoj i nacionalnoj razini prilikom izrade strateških dokumenata.

PLAN UPRAVLJANJA DESTINACIJOM

Od 1. siječnja 2024. na snazi je Zakon o turizmu koji predviđa izradu studija nosivosti kapaciteta te Plan upravljanja destinacijom za čiju nadležnost na regionalnoj razini nosi TZZŽ. Pravilnici su doneseni u rujnu 2024. godine. TZZŽ je bila obvezna izraditi Plan upravljanja destinacijom do kraja 2024. godine. Međutim, očekivalo se kako će taj dokument biti izrađen kao sastavni dio Strategije razvoja turizma Zadarske županije do 2030. godine.

Isporučeni dokument nije prošao reviziju Sveučilišta u Zadru te nije slijedio smjernice Ministarstva turizma i sporta.

Opis aktivnosti

Zbog potrebe izrade Plana upravljanja Turističko vijeće TZZŽ donijelo je odluku o odabiru izvođača izrade Plana upravljanja destinacijom te je posao ugovoren s Fakultetom za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu iz Opatije.

U međuvremenu je Ministarstvo turizma i sporta organiziralo edukacije za trenera za izradu Planova upravljanja na koji su se prijavila 3 djelatnika TZZŽ i uspješno ga završila. O tome više pod točkom Edukacije i stručni skupovi.

U promatranom razdoblju uspostavljena je kontinuirana komunikacija između Fakulteta i TZZŽ, dostavljeni su dostupni kvantitativni pokazatelji, podaci o javnoj turističkoj infrastrukturi, turističke atrakcije, strategije i studije, Izvešće o radu TZZŽ za 2024., pokazatelji digitalne prisutnost TZZŽ, te rezultati istraživanja tržišta koje je u 2024. provela tvrtka Hendal. Odabrani su specifični pokazatelji

Izvešće o radu za razdoblje I-XII 2025.

te dostavljen prijedlog zoniranja Zadarske županije. Održan je i sastanak s Udrugom invalida Zadarske županije koju smo zamolili za dostavu podataka oko pristupačnosti smještaja i turističkih atrakcija te prijedloga za poboljšanje stanja. Fakultet je dovršio Analizu stanja turizma Zadarske županije, koju smo pregledali i predložili određene izmjene i dopune.

1. srpnja smo organizirali radionicu svih relevantnih dionika u turizmu-privatnog, javnog i civilnog sektora na kojoj smo oblikovali SWOT matricu, definirali načela razvoja, opisali viziju i misiju. Govorilo se kako identificirati prilike i procijeniti razvojni potencijal turističkih proizvoda. Obradila se i tema određivanja najvažnijih ciljnih tržišta, pristup pozicioniranju i promociji destinacije, a sve u smjeru održivosti i konkurentnosti. Fakultet je predstavio prvi dio budućeg Plana – analizu stanja turizma Zadarske županije. Radionica je imala veliki odaziv dionika.

Uslijedilo je intenzivno razdoblje prikupljanja brojnih kvantitativnih i kvalitativnih pokazatelja, dnevna komunikacija s HEP-om, MUP-om, Vodovodom, Odvodnjom, Čistoćom, komunalnim društvima općina i gradova, HZMO, NP Paklenica, Parkovima prirode Velebit, Vransko jezero i Telašćica, JU Natura Jadera, Zavodom za javno zdravstvo, Zavodom za prostorno planiranje i drugima. Od turističkih zajednica je zatražen popis projekata koji moraju doprinijeti strateškim ciljevima te su u skladu s pokazateljima održivosti. Dostavili smo i popis najvažnijih turističkih atrakcija.

Tijekom ljetnih mjeseci smo odradili anketiranje gospodarskih subjekata u turizmu (hoteli, odmarališta, kampovi, smještaj u domaćinstvu, djelatnosti restorana, kateringa i ostalih objekata za pripremu hrane te djelatnosti pripreme i usluživanja pića). Također smo izradili anketni upitnik sa QR kodom te proveli anketiranje turista i jednodnevnih posjetitelja. Anketne listiće smo podijelili svim smještajnim objektima vodeći računa o kvotama. Anketiranje za turiste se provodilo pred kraj njihovog boravka. **U rujnu** smo proveli i anketu lokalnog stanovništva.

Uz to smo definirali viziju i misiju, pregledavali dio teksta vezanog za procjene razvoja potencijala turističkih proizvoda te mjere i aktivnosti, smjernice i preporuke za dionike. Prikupili smo projekte lokalnih turističkih zajednica, nacionalnog parka Paklenica, parkova prirode te Razvojne agencije Zadarske županije koje smo prosljedili Fakultetu.

Do kraja godine smo aktivno sudjelovali i pratili dovršetak prijedloga Plana upravljanja, komentirali ciljeve, mjere, aktivnosti, preporuke za sve dionike, davali prijedloge za određene korekcije.

Sve ovo je odrađeno i usklađeno zahvaljujući intenzivnoj komunikaciji sa konzultantima s Fakulteta u Opatiji.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Dobiti kvalitetan Plan upravljanja destinacijom Zadarska županija.

Realizacija: prva faza/priprema

Realizacija	10.407,50 €
• Usluge izrade elaborata, projekata i sl.	9.750,00 €
• Zakup prostora (dvorana Htl Kolovare)	300,00 €
• Reprezentacija (ugost. usluge)	357,50 €

1.2. ISTRAŽIVANJE I ANALIZA TRŽIŠTA

RASHODI	Plan za 2025.	Rebalans 2025.	Realizacija 2025.	Indeks realizacija /rebalans	Udio u realizaciji
Istraživanje i analiza tržišta	5.000,00 €	1.048,50 €	1.048,50 €	100	0,04%

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

TZZ redovito kroz dostupne podatke iz e-Visitora analizira kretanja turista, te prati trendove na tržištima. Također se redovito kroz radionice i sub-regionalne, te koordinacijske susrete analizira stanje na destinacijama i razvoj ponude.

Zbog potrebe izrade Plana upravljanja destinacijom, TZZ je istraživanje usmjerila u istraživanja motivacija i navika gostiju, odnosno zadovoljstva gostiju i jednodnevnih posjetitelja, što je opisano u prethodnoj točki.

Cilj aktivnosti: dobiti uvid u ponašanje, potrebe i zadovoljstvo tržišta.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZ Zadarske županije, komercijalni subjekti i TIC-evi

Rokovi realizacije aktivnosti: kraj 2025.

Realizacija	1.048,50 €
• Usluge nadzora, istraživanja radova, tržišta	812,50 €
• Usluge Student servisa (anketiranje)	236,00 €

1.3. MJERENJE UČINKOVITOSTI PROMOTIVNIH AKTIVNOSTI

RASHODI	Plan za 2025.	Rebalans 2025.	Realizacija 2025.	Indeks realizacija /rebalans	Udio u realizaciji
Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti	- €	- €	- €	0	0,00%

TZ Zadarske županije maksimalno prati aktivnosti svih razina sustava, promotivne aktivnosti Hrvatske turističke zajednice, turističkih subjekata i aktivnosti lokalnih TZ-a. Praćenje djelovanja lokalne razine provodi se kroz odobravanje materijala, praćenje izvješća te učestalu koordinaciju, kao i potpore, odnosno izvješća o izvršenju događanja.

Za realizaciju projekta „MJERENJE UČINKOVITOSTI PROMOTIVNIH AKTIVNOSTI“ nisu planirani niti ostvareni troškovi.

Na realizaciju projekta „ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE“ u ovom razdoblju utrošeno je ukupno 11.456,00 € prema sljedećoj računovodstvenoj strukturi:

• Usluge izrade elaborata, projekata i sl.	9.750,00 €
• Zakup prostora (dvorana Htl Kolovare)	300,00 €
• Reprzentacija (ugost. usluge)	357,50 €
• Usluge Student servisa	236,00 €
• Usluge nadzora, istraživanja radova, tržišta	812,50 €

2. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA

	RASHODI/AKTIVNOSTI	Plan za 2025.	Rebalans 2025.	Realizacija 2025.	Indeks realizacija / rebalans	Udio % u realizaciji
2.	RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA	451.150,00 €	322.150,00 €	332.787,61 €	103	12,52%
2.1.	Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda	- €	- €	- €	0,00%	0,00%
2.1.1.	Razvoj sustava TOP doživljaja	- €	- €	- €	0,00%	0,00%
2.2.	Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda	211.000,00 €	91.000,00 €	101.422,23 €	111%	3,82%
2.2.1.	Aktivni (outdoor ili adventure) turizam	100.000,00 €	22.000,00 €	27.807,19 €	126	1,05%
2.2.2.	Nautički turizam	20.000,00 €	20.000,00 €	21.538,56 €	108	0,81%
2.2.3.	Kulturni i doživljajni turizam	2.000,00 €	13.000,00 €	13.310,75 €	102	0,50%
2.2.4.	Razvoj eno-gastro turizma	45.000,00 €	18.000,00 €	21.039,27 €	117	0,79%
2.2.5.	Klub kvalitete Premium	1.000,00 €	- €	- €	0	0,00%
2.2.6.	Poslovni turizam	5.000,00 €	3.000,00 €	1.921,96 €	64	0,07%
2.2.7.	Projekt označavanja kvalitete u obiteljskom smještaju "Welcome"	25.000,00 €	14.500,00 €	15.333,50 €	106	0,58%
2.2.8.	Ostali proizvodi	13.000,00 €	500,00 €	471,00 €	94	0,02%
2.3.	Podrška razvoju turističkih događanja	130.000,00 €	121.000,00 €	119.839,18 €	99	4,51%
2.4.	Turistička infrastruktura	66.400,00 €	66.400,00 €	66.361,40 €	100	2,50%
2.5.	Podrška turističkoj industriji	43.750,00 €	43.750,00 €	45.164,80 €	103	1,70%

2.1. IDENTIFIKACIJA I VREDNOVANJE RESURSA TE STRUKTURIRANJE TURISTIČKIH PROIZVODA

RASHODI	Plan za 2025.	Rebalans 2025.	Realizacija 2025.	Indeks realizacija / rebalans	Udio u realizaciji
Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda	- €	- €	- €	0	0%
Razvoj sustava TOP doživljaja	- €	- €	- €	0	0%

TZZŽ je u proteklom razdoblju intenzivno radila na razvoju proizvoda posebnih interesa s velikim tržišnim razvojnim potencijalom, a kako bi se diferencirala ponuda Zadarske regije, ojačao brend i stvorili snažni razlozi dolaska u pred i posezoni.

Naše aktivnosti razvoja proizvoda su brojne - od razvoja DMK, potpora, edukacija, koordinacija, standardizacija, trasiranja, markiranja, postavljanja signalizacije i kartografije do prezentacije svih proizvoda na web stranicama i podstranicama, te promidžbe kroz promotivne materijale, sajamske nastupe i programe studijskih putovanja novinara i agenata. TZZŽ kontinuirano nastoji maksimalno istaknuti sve mogućnosti proizvoda posebnih interesa na tržištu, ali i na terenu kroz info-materijale dostupne gostima.

Izješće o radu za razdoblje I-XII 2025.

U sklopu Brend-strategije turističke destinacije Zadarske županije, a uzevši u obzir ocjene konkurentnosti i atraktivnosti proizvodnih kategorija kao i konkretne tržišne situacije individualnih proizvoda, metodom dedukcije došlo se do ukupne slike stanja turističkih proizvoda Zadarske županije, te su definirani proizvodi koji čine užu osnovu novog turističkog brenda Zadarske županije: nautika, sunce i more, te avanture i aktivnosti, dok proširenu proizvodnu ponudu tvore kultura i rustikalna gastronomija.

Razvojni i planski marketinški dokumenti napravljeni su za ciklo, pješački i eno-gastronomski turizam uvažavajući specifičnosti kako destinacije, pružatelja usluga i nositelja ponude, tako i potreba turista i zadovoljavanja istih, a svaki proizvod razvija se u zasebnom smjeru i kroz različite faze.

Usmjerenost u razvoju će i dalje biti fokusirana na dva odvojena segmenta:

1. TURISTE koji prakticiraju određeni interes, znaju što žele doživjeti, te traže specifične usluge očekujući vrijednost;
2. SUBJEKTE kojima platforma i inicijative pružaju oslonac u promidžbi i prodaji;

Analize i istraživanja trendova uslijed i post-pandemije ukazuju na povećani interes za aktivnosti na otvorenom, te je očito da je to jednom do faktora za izbor destinacija za putovanja. Kad je riječ o dislociranosti turista od velikih urbanih sredina odnosno boravku na otvorenom, odnosno manjem zdravstvenom riziku, TZ Zadarske županije na sreću posljednjih godina intenzivno radi na razvoju i jačanju upravo *outdoor* odnosno aktivnog turizma koji je prepoznat kao proizvod s najvećim potencijalom.

TZZŽ se posebno oslanja na lokalne razvojne projekte ciklo i pješačkog turizma u vidu integracije u regionalne projekte Zadar Bike/Trail Magic.

U 2022. pokrenut je razvoj eno-gastro turizma koji se intenzivno nastavio i u 2025., a nastavili smo razvijati i novi proizvod koji smo pokrenuli u 2024., a to je poslovni turizam (MICE industrija). U 2025. godini započete su brojne aktivnosti na razvoju kulturnog turizma.

2.1.1. RAZVOJ SUSTAVA TOP-DOŽIVLJAJA

Cilj aktivnosti

Kroz ovu aktivnost u 2021. godini kreirani su uvjerljivi i jedinstveni doživljaji za posjetitelje. U konačnici, rezultat je 30 i više članaka s preko stotinu doživljaja i aktivnosti koji jasno usmjeruju korisnike na konzumiranje ponude ovisno o njihovim potrebama i željama.

Krajem 2022. godine realiziran je sadržaj Priručnika za izradu doživljaja Zadarske turističke regije i u 2023. tiskan je u atraktivnom i čitkom dizajnu, te distribuiran putem sustava turističkih zajednica. U 2024. održana je radionica „Priručnik za stvaranje doživljaja u destinaciji“ za turističke zajednice kako bi se analizirali postojeći doživljaji i poticali novi, a posebno definirali tzv. *flagship* programi za svaki proizvod, odnosno subregiju.

Programi bi trebali nastaviti pružati sustavan okvir za promociju i komunikaciju prema odabranim tržištima, kao i ciljnim segmentima.

Priručnik kreiranja priča – Storytelling

Do kraja 2025. godine izrađeni su i isporučeni tekstovi za priručnik TZ Zadarske županije posvećen storytellingu. Pripovijedanje predstavlja ključan način interpretacije nematerijalne i materijalne baštine, običaja, događaja, ljudi i prostora, pri čemu autentičnost destinacije dolazi do izražaja kroz jasno strukturirane i lokalnim vrijednostima utemeljene priče. Priče olakšavaju razumijevanje i pamćenje sadržaja te imaju važnu ulogu u interpretaciji legendi, mitova, simbola i drugih rijetko obrađenih elemenata.

Izvješće o radu za razdoblje I-XII 2025.

Tekstovi priručnika obuhvaćaju sve faze razvoja priče: oblikovanje ideje, strukturiranje, načine izvedbe te uključivanje lokalne zajednice. Obradeni su ciljni segmenti gostiju, izbor tema i autentičnih narativa, principi interpretacije, struktura i psihologija priče, odgovarajući komunikacijski mediji te karakteristike i tehnike pripovjedača. Poseban naglasak stavljen je na modele angažmana lokalne zajednice u prikupljanju, tumačenju i prezentaciji priča. Grafička priprema i tisak planiraju se tijekom 2026. godine.

Ukupni trošak izrade tekstova iznosi 9.375 € bruto, pola iznosa isplaćeno je nakon potpisivanja ugovora, a ostatak nakon isporuke tekstova. Rad se odvijao u koordinaciji s TZŽŽ-om te uključuje prezentaciju finalnog sadržaja dionicima u 2026. godini.

Opis aktivnosti

Početkom 2026. godine očekuje se tisak Priručnika za storytelling. U svrhu njegove primjene, a prema potrebi, tijekom 2026. godine planira se organizacija dodatnih edukacija i radionica kako bi oba priručnika bila u potpunosti implementirana i korištena u praksi.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZ Zadarske županije, HDC, lokalne turističke zajednice i njihovi dionici
Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: € 0,00 - troškovi vode se pod adekvatnim stavkama i aktivnostima Programa rada sukladnim naravi aktivnosti (Priprema destinacijskih materijala)

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2025.

2.2. SUSTAVI OZNAČAVANJA KVALITETE TURISTIČKOG PROIZVODA

RASHODI/AKTIVNOSTI	Plan za 2025.	Rebalans 2025.	Realizacija 2025.	Indeks realizacija / rebalans	Udio % u realizaciji
Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda	211.000,00 €	91.000,00 €	101.422,23 €	111%	3,82%
Aktivni (outdoor ili adventure) turizam	100.000,00 €	22.000,00 €	27.807,19 €	126	1,05%
Nautički turizam	20.000,00 €	20.000,00 €	21.538,56 €	108	0,81%
Kulturni i doživljajni turizam	2.000,00 €	13.000,00 €	13.310,75 €	102	0,50%
Razvoj eno-gastro turizma	45.000,00 €	18.000,00 €	21.039,27 €	117	0,79%
Klub kvalitete Premium	1.000,00 €	- €	- €	0	0,00%
Poslovni turizam	5.000,00 €	3.000,00 €	1.921,96 €	64	0,07%
Projekt označavanja kvalitete u obiteljskom smještaju "Welcome"	25.000,00 €	14.500,00 €	15.333,50 €	106	0,58%
Ostali proizvodi	13.000,00 €	500,00 €	471,00 €	94	0,02%

2.2.1. AKTIVNI (OUTDOOR) TURIZAM

Zadarska županija svojim resursima predstavlja ozbiljnu konkurenciju na tržištu *outdoor* turizma. Stoga se nastavlja provedba aktivnosti s ciljem razvoja resursa i dodatne ponude u standardizirani turistički proizvod.

TZŽŽ je izradila Standarde za razvoj sljedećih proizvoda u Zadarskoj županiji:

- a) biciklističkog turizma
- b) pješačkog turizma

Izješće o radu za razdoblje I-XII 2025.

Za oba proizvoda kroz razvoj projekata prikupljena su značajna znanja, stoga smo sve relevantne informacije o proizvodu te proces rada stavili uz same standarde kako bi sustav bio informiran o sukladnom proizvodu, potrebama turista, te kako razvijati proizvod u zajedničkom okružju.

Partnerstvo s lokalnim TZ-ima u provedbi projekata

TZZŽ je kroz Zadar Bike Magic projekt 2015. godine definirala standarde razvoja biciklističkog, a potom i pješačkog turističkog proizvoda u svrhu jačanja prepoznatljivosti regionalnog proizvoda biciklističkog i pješačkog turizma.

U skladu s tim i svijesti o značajnom proteku vremena od postavljanja projekta, TZZŽ i u 2025. godini nastavlja s identifikacijom i podrškom projektima i aktivnostima lokalnih turističkih zajednica i njihovih partnera koje čine reviziju stanja na terenu te svih ruta na području županije.

Raspisivanje Poziva za iskaz interesa za suradnju na usuglašavanju/realizaciji ciklo/pješačko-turističkih projekata kao podršku aktualnim lokalnim ciklo/pješačkim turističkim projektima i uklapanja u Zadar Bike/Trail Magic je odgođeno za 2026. godinu budući da su lokalne turističke zajednice tek u 2025. uspjele dovršiti projekte koji smo sufinancirali iz Poziva za 2024. U 2025. je aplicirala za sredstva jedino TZO Pakoštane s projektom „Put babe Dore“, o čemu je odluku donijelo Turističko vijeće.

Cilj je projektirati što više ciklo i pješačkih ruta prema regionalnim standardima, kao i jačanje znanja, te identificiranje osoba i usluga dostupnih na tim rutama i u sferi proizvoda na razini županije.

U 2025. u cilju promocije ovog projekta surađujemo sa agencijama, blogerima, influencerima koji se bave temom cikloturizma. Potrebno je definirati promociju na najpopularnijim rutama iz ZBM projekta.

Outdooractive platforma

Svi podaci prikupljeni i revidirani vezani uz ciklo i pješački proizvod uneseni su na platformu Outdooractive, koja je akvizirana i za 2025. godinu te time dostupni širem europskom tržištu, kao i na stranicama TZZŽ.

Platforma broji iznad dvije tisuće partnera iz sektora turizma, sporta, zabave i zdravlja iz cijelog svijeta, te preko 1.6 milijuna fizičkih osoba članova zajednice, s više od 60 milijuna korisnika, gotovo 400.000 tura, pola milijuna atrakcija, 100.000 smještajnih kapaciteta, 20.000 raznih ponuda, i pregršt sličnih kapaciteta. Uz samu prezentaciju, Outdooractive nudi potrebna sučelja za integriranje sadržaja u komunikacijske kanale poslovnih korisnika. TZZŽ je tako, sukladno potrebama i mogućnostima, preuzela FlexView paket koji omogućuje prikaz svih unesenih ruta i na vlastitoj web stranici. Unosom GPX podataka, tekstova i slika, sustav generira precizne vektorske karte rute, nudi satelitske snimke, pregled rute, detalje terena s visinskim profilima i nagibom, a sve se može skinuti u obliku jednostavnog pregleda u PDF-u s kartom. Djeljivo je putem različitih kanala.

Održali smo sastanak s predstavnikom platforme u Hrvatskoj Matijom Kašnerom koji nam je dao dodatne upute kako povećati vidljivost. Sazvali smo i online sastanak s lokalnim turističkim zajednicama na istu temu. LTZ-i imaju mogućnost besplatno se registrirati na platformi te unesiti razne sadržaje, rute, točke interesa, smještajne objekte, događanja i ostalo.

Monografija „PD Paklenica – 125 godina planinarstva na zadarskom području“

Povodom izlaska monografije „PD Paklenica – 125 godina planinarstva na zadarskom području“, Turistička zajednica Zadarske županije podržala je ovaj vrijedan projekt donacijom.

Monografija je u prosincu 2024. godine izišla iz tiska, pripremljena u suradnji s Mladenom Masarom povodom obilježavanja 125 godina planinarstva u Zadru. Knjiga kronološki prikazuje razvoj

Izvešće o radu za razdoblje I-XII 2025.

planinarstva na zadarskom području od 1899. do danas, temeljito obrađujući povijesni kontekst i relevantne izvore.

Monografija je prošla dvije znanstvene recenzije: izv. prof. Antonije Mlikota sa Sveučilišta u Zadru i dr. sc. Davor Kovačić s Instituta za povijest. Tvrdi uvez na 240 stranica sadrži više od 500 referenci, popis korištene literature i bogat fotomaterijal, čineći je vrijednim doprinosom dokumentiranju povijesti planinarstva u Zadru.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Daljnje unapređenje *outdoor* proizvoda. Stvaranje održivog projekta kroz sklapanje partnerskih sporazuma s lokalnim TZ u reviziji/adaptaciji/održavanju ciklo i pješačkih turističkih ruta i staza, poboljšati snalaženje i iskustvo ciklo/pješačkih-turista na destinaciji te promidžba.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZ Zadarske županije, LTZ-i

Rokovi realizacije aktivnosti: kraj 2025.

Realizacija:	27.807,19 €
Partnerstvo s lokalnim TZ-ima u provedbi projekata 2025.	23.557,19 €
Godišnji najam i održavanje platforme Outdooractive	3.750,00 €
Donacija Planinarskom društvu Paklenica	500,00 €

2.2.2. NAUTIČKI TURIZAM

TZ Zadarske županije u svim promotivnim alatima poseban naglasak stavlja na ljepotu našeg mora, obale i otoka, primorskih i otočnih naselja, brojne mogućnosti koje Zadarska županija nautičarima pruža.

Nastavila se snažna zastupljenost ovih proizvoda na web-stranicama i podstranicama TZ Zadarske županije, te promicanje kroz oglašivačke prilike, promidžbene materijale, sajamske nastupe, programe studijskih putovanja novinara, te agenata.

Nastavljaju se razne promidžbene aktivnosti putem medija kao što je Nautical Channel koji se emitira u preko 100 zemalja svijeta te ima doseg od preko 300 milijuna gledatelja i što je najvažnije, pokriva emitivna tržišta.

TZZŽ nastavila distribuirati kartu nautičkog turizma kao i nautički katalog.

Posebnu podršku dajemo Biograd Boat Showu koji nadilazi profil turističkog događanja te ulazi u sferu nositelja ponude za nautički turizam.

Nautical Channel

TZ Zadarske županije nastavila je i 2025. godine suradnju s produkcijskom kućom Amali Doare na međunarodnom projektu „Anchored in Paradise“ koji realizira Nautical Channel. Serijal promovira najatraktivnije plaže i uvale za nautičare duž hrvatske obale, uključujući oko 80 lokacija, od kojih će dvije epizode biti posvećene Zadarskoj regiji. Kroz deset emisija od po 26 minuta, projekt osigurava globalnu vidljivost putem kanala koji doseže više od 800 milijuna gledatelja u 120 zemalja. Lokacije se ocjenjuju prema pet ključnih kategorija, a najbolje među njima dobivaju priznanja i oznake izvrsnosti. Osim promocije nautičkih lokacija, serijal prikazuje i kulturne, prirodne i gastronomske posebnosti regije, naglašavajući pritom održivi razvoj i ekološku odgovornost.

Doček gostiju s kruzera

Zbog iznimnog značaja kruzina turizma za Zadarsku regiju, a na zamolbu Zadar Cruise Port-a (Koncesionara putničke luke Zadar), TZ Zadarske županije je i ove godine zajedno s TZ grada Zadra organizirala info-pult u luci Gaženica putem kojeg se gostima dijele informacije i promo-materijali. Za pojedina posebna ticanja kruzera dijelile su se poklon vrećice za brodske časnike i menadžment te se organizira poseban program dobrodošlice.

Regata Zadarska koka

Regata Zadarska koka razvija se već dugi niz godina kao tradicionalna jedriličarska manifestacija koja njeguje pomorsku baštinu i jača status Zadra i Zadarskog akvatorija kao aktivne jedriličarske destinacije. Prva je „Zadarska koka“ startala 22. listopada 2005. godine, a naziv je dobila po trgovačkom jedrenjaku Chocha koji je u Zadar uplovio 22. listopada 1398. u čiji se spomen ovo događanje i održava. Zadarska koka okuplja i iskusne jedriličare i rekreativce, profesionalne posade i amatere, održava se u Zadarskom kanalu, a start i cilj nalaze se uz zadarsku rivu, što omogućuje pratiteljski doživljaj s kopna i uključivanje lokalne zajednice. U 2025. sudjelovalo je preko 120 jedrilica te preko 270 jedriličara. Sav promotivni materijal regate je primijenio „SayYes!“ logo i slogan TZ Zadarske županije. Kako ova regata ima potencijal doprinijeti još većoj prepoznatljivosti zadarskog akvatorija kao poželjne nautičke destinacije, te se uklapa u aktivnosti koje TZ Zadarske županije planira programom rada i provodi u cilju razvoja i promocije nautičkog turizma regata, odobrena joj je financijska podrška.



Ostvareni cilj aktivnosti:

Promidžba destinacije nautičkog turizma, pružanje kvalitetnih informacija nautičarima, te posebno putnicima na kruzima.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZŽ, TZ Zadar, produkcija Amali Doare, tvrtka Morski vodiči

Realizacija:

Biograd Boat Show 2025.

21.538,56 €

Trošak dočeka kruzera

15.000,00 €

2.138,56 €

2.2.3. KULTURNI I DOŽIVLJAJNI TURIZAM

Trendovi na globalnoj razini ukazuju kako su potrebe potrošača/kupaca usmjerene na izraženu potrebu za otkrivanjem destinacije kroz nezaboravna iskustva i doživljaje lokalnog života, kulture i tradicije, te interakcijom s lokalnim stanovništvom. Takva putovanja, tzv. doživljajnog turizma, temelje se na obilasku kulturnih atrakcija i upoznavanju kulture života i rada određene destinacije, a turist se često uključuje u samu priču o destinaciji ili atrakciji. Stoga TZZŽ već niz godina gradi svoje aktivnosti i usmjeruje dionike upravo u tom smjeru – razvijanju priča koje se temelje na resursu, te kulturi i tradiciji destinacije. To posebno dolazi do izražaja kroz projekt Razvoja DMK, te TOP doživljaja.

Projekt Camino Zadar

Krajem 2024. Zadarska županija, TZ Zadarske županije i još 7 lokalnih TZ-a dogovorili su podršku početku projekta Camino Zadar koji je pokrenula Bratovština sv. Jakova iz Samobora.

Camino Zadar je jedna od tematskih turističkih staza Camino Hrvatska, hrvatske mreže Puteva sv. Jakova - Camino de Santiago. U provedbi projekta pridržavat će se relevantnih standarda europske kulturne rute - Camino de Santiago.

Ugovorene su dvije faze, 1. faza koja je morala biti gotova do 31. siječnja 2025. U okviru početne faze odrađeno je digitalno trasiranje i detaljno mapiranje rute, temeljito označavanje (za dionicu do 150 km trase) te vizualni identitet rute.

Rok za završetak 2. faze je bio 1. travnja 2025. u sklopu koje se napravila web stranica, edukacija, brošura s info kartom dionice, izrada pečata i tisak materijala u 1.000 primjeraka. Ažurirana je i karta Camino Zadar.

Svečano otvorenje Camino Zadar održano je 5. travnja 2025. hodom od Kožina do Nina dužine cca 13 km. Hodočasnicima su podijeljene i pečatirane hodočasničke putovnice. Otvaranje Camino Zadar označilo je važan korak u promociji održivog turizma i kulturne baštine zadarske regije i Hrvatske. Vjerujemo da će ova ruta privući hodočasnike i posjetitelje iz cijelog svijeta, a uloga turističkih zajednica u tome neizmjereno je vrijedna.

Online edukacija za turističke dionike pod nazivom „Kako do gostiju pomoću Camina“ je održana 5. svibnja 2025. Edukacija je bila namijenjena hotelima i privatnom smještaju, OPG-ovima i ugostiteljima te turističkim agencijama.

Cilj aktivnosti: doprinos povećanju vidljivosti i atraktivnosti destinacije kroz globalno prepoznate proizvode u sferi proizvoda posebnih interesa.

Brošura „Kulturni turizam“

Brošura za kulturni turizam Zadarske županije osmišljena je kao sveobuhvatan vodič kojim se ističe jedinstvena povijesna, kulturna i tradicijska baština regije. Koncept brošure usmjeren je na privlačenje domaćih organizatora putovanja i posebnih grupa gostiju, kroz prezentaciju inspirativnih itinerera, atraktivnih znamenitosti i mogućnosti za autentične doživljaje destinacije.

Sadržajno je strukturirana kroz tematske cjeline koje obuhvaćaju povijesne lokalitete, festivale, muzeje, tradicijske zanate i gastronomiju, uz naglasak na jasnoću, informativnost i vizualnu atraktivnost. Predviđena je distribucija putem fizičkih i digitalnih kanala komunikacije, čime se osigurava široka dostupnost i dodatna vidljivost kulturno-turističke ponude Zadarske županije.

Izješće o radu za razdoblje I-XII 2025.

Temeljem Programa rada TZ Zadarske ųupanije za 2025. godinu, u okviru aktivnosti 2.2.3. Kulturni i doųivljajni turizam, donesena je Odluka TZ Zadarske ųupanije o povjeravanju poslova izrade tekstualnog sadrųaja na temu kulturne baštine za imidų brošuru TZ Zadarske ųupanije. Sukladno dostavljenim ponudama te uzimajući u obzir sloųenost i zahtjevnost predmetnog zadatka, kao i potrebu za specifičnim stručnim znanjima i kompetencijama, poslovi su povjereni obrtima Walk With Me, obrt za turizam, i usluge i Artipelago, obrt za proizvodnju i usluge. S Izvršiteljima usluga sklopljeni su pojedinačni Ugovori o pruųanju usluga. Ukupna vrijednost projekta iznosila je 6.800,00 eura, pri čemu je svakom Izvršitelju pripadalo 50 % ukupne vrijednosti projekta, odnosno 3.400,00 eura, a s obzirom na to da Izvršitelji nisu u sustavu poreza na dodanu vrijednost, na navedene iznose nije se obračunavao PDV. Predmet usluge obuhvaćao je osmišljavanje koncepta i strukture tekstualnog sadrųaja brošure, pripremu i obradu baze podataka kulturne baštine Zadarske ųupanije (materijalne i nematerijalne), selekciju lokaliteta (POI) i tematskih pojmova sukladno definiranom konceptu, izradu i stilsku prilagodbu tekstova na hrvatskom jeziku u opsegu do 50 kartica teksta, kao i ujednačavanje, uređivanje i završnu redakturu sadrųaja. Nadalje, Izvršitelji su u suradnji s Naručiteljem definirali i selektirali pripadajući fotografski materijal te proveli završne provjere, ispravke i dorade prije konačne predaje. Sve ugovorene stavke isporučene su u rokovima utvrđenima potpisanim ugovorima. Izrađeni tekstualni sadrųaj predstavlja temelj za daljnje aktivnosti pripreme brošure, pri čemu su u 2026. godini planirane aktivnosti lekture, prijevoda na strane jezike i tisak brošure.

Za potrebe vizualnog dijela brošure, za usluge fotografiranja angaųiran je renomirani zadarski fotograf Filip Brala, Matris Adria d.o.o. Ugovorom je otkupljeno 100 fotografija za izradu Brošure za kulturni turizam TZ Zadarske ųupanije, uključujući i otkup autorskih prava, čime je osigurana ekskluzivna mogućnost korištenja fotografija u svim planiranim promotivnim i distribucijskim kanalima. Fotografije obuhvaćaju odabrane lokalitete, kulturne manifestacije, tradicijske obrte i gastronomiju, u skladu s konceptom i tematskim cjelinama brošure.

Cilj aktivnosti: Doprinos povećanju vidljivosti i atraktivnosti destinacije kroz isticanje kulturno umjetničkog blaga naše ųupanije u sferi proizvoda posebnih interesa.

Trošak izrade brošure Kulturni turizam će se voditi na stavci 3.7.1. i 3.7.2. Priprema i produkcija destinacijskog materijala te 3.9.2. Otkup sadrųaja, fotografija i ostalih podataka.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZ Zadarske ųupanije, Zadarska ųupanija, 7 lokalnih TZ-a, Bratovština sv. Jakova.

Rokovi realizacije aktivnosti: 2025.

Realizacija:	13.310,75 €
Majice za Camino i ugovorni trošak za Camino Bratovština sv. Jakova	5.510,75 €
Tekstovi za kulturnu brošuru	6.800,00 €
Potpورا za Zadar Organ Festival	1.000,00 €

2.2.4. RAZVOJ ENO-GASTRO TURIZMA

Zadarska ųupanija svojim autohtonom ishranom, tradicijom uzgoja, te resursima i potencijalom, može izrasti u ozbiljnu konkurenciju podiųući razinu ponude i kvalitete usluge. Stoga je, kako bi se osigurala jedinstvena standardizacija te marketinški pristup, Turistička zajednica Zadarske ųupanije (TZųų) s ključnim partnerima – proizvođačima i ugostiteljima kao nosiocima razvoja, te ostalim dionicima čije uključenje je nuųno za kvalitetan razvoj - Odjelom za poljoprivredu i Odjelom za

Izvešće o radu za razdoblje I-XII 2025.

gospodarstvo i turizam Zadarske županije, pokrenula u 2020. godini program razvoja i unapređenje ponude ovog vida turizma.

Projekt je namijenjen razvoju punog potencijala lokalne eno-gastro ponude temeljene na tradicionalnim poljoprivrednim i maritimnim kulturama, te sukladnim proizvodima autohtonim za Zadarsku županiju.

Suradnja s renomiranim brendovima gastro-vodiča 2025.

Oglašavanje TZ Zadarske županije u renomiranim gastro vodičima omogućuje jače pozicioniranje i prepoznatljivost županije kao atraktivne eno-gastro destinacije. Suradnja s globalno priznatim i objektivnim brendovima jača povjerenje turista i donosi veću vidljivost ugostiteljskim objektima. Time se osigurava kvalitetna promocija na međunarodnoj sceni i doprinosi ukupnom brendiranju Hrvatske. Ovakva prisutnost u prestižnim vodičima dodaje dodatnu vrijednost destinaciji i njenoj gastronomskoj ponudi.

Michelin 2025.

TZ Zadarske županije i u 2025. godini nastavlja suradnju s vodičem Michelin na promociji lokalnih proizvođača kroz digitalnu kampanju PRODUCER FOCUS. U sklopu kampanje, Michelinov urednički tim kreira video sadržaj i članke koji prikazuju kvalitetu i stručnost OPG-ova iz regije, s posebnim naglaskom na maslinovo ulje. Video materijali i članci bit će objavljeni na službenim kanalima vodiča Michelin, uključujući Instagram i web stranicu, te prevedeni na više jezika.

Gault&Millau 2025.

U 2025. nastavljena je uspješna suradnja vodiča Gault&Millau Croatia i TZ Zadarske županije s ciljem jačanja imidža regije kao vrhunske eno-gastronomске destinacije. U vodiču je uvršteno 30 restorana iz županije, a promocija je realizirana kroz osam stranica posvećenih Zadarskoj regiji na hrvatskom i engleskom jeziku. TZ Zadarske županije istaknuta je kao partner na web stranici hr.gaultmillau.com, uz oglašavanje i promotivne tekstove s međunarodnim dosegom. Suradnja uključuje i objave na društvenim mrežama Gault&Millau te prisutnost na gala eventu dodjele trofeja. Vodič, poznat po objektivnoj i anonimnoj metodologiji ocjenjivanja, doprinosi pozicioniranju regije među inozemnim turistima. Time se dodatno afirmira naša regija kao atraktivna gourmet destinacija prepoznata i izvan granica Hrvatske.

Više o aktivnostima opisano je u poglavlju koje se odnosi na oglašavanje, točnije 3.2.2.



Izvešće o radu za razdoblje I-XII 2025.

Cilj aktivnosti

Cilj aktivnosti je kroz suradnju s renomiranim globalnim brendom povećati vidljivost eno-gastro proizvoda Zadarske županije te poticati kvalitetu turističkog proizvoda.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZ Zadarske županije, HTZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:

Michelin suradnja s HTZ-om –€ 30.000,00

Gault&Millau suradnja samostalno –€ 15.000,00

- trošak će se prikazati na sukladnoj točki 3.2.2.

Rokovi realizacije aktivnosti: 2025.

Dvodnevni kamp sommeliera u Zadarskoj županiji, 11.-12. veljače 2025.

TZ Zadarske županije je u suradnji s Upravnim odjelom za poljoprivredu, ribarstvo i EU fondove Zadarske županije za 15-tak istaknutih hrvatskih sommelijera i enologa članova Hrvatskog sommelier kluba organizirala dvodnevni kamp s radionicama, a na kojima su predstavljena vina i maslinova ulja lokalnih vinara i maslinara. Tako je 11. i 12. veljače Ivan Stiblik, istaknuti zadarski sommelijer i vinski promotor, te organizator Zadar Wine festivala vodio kolege kroz dvije vinske radionice dok je degustaciju maslinovih ulja obavio Filip Erceg, voditelj panela za ocjenjivanje maslinovih ulja, Udruge senzorskih analitičara maslinovog ulja OLEA - Zadar pri Zavodu za javno zdravstvo u Zadru. Tijekom dvodnevnog boravka u Zadarskoj županiji sudionici su mogli isprobati čak 45 vina i sedam maslinovih ulja Zadarske županije.

Prva je radionica odrađena u Vinariji Karaba u Pakoštanima, gdje je upriličen ručak i predstavljeno 16 bijelih vina lokalnih vinara, dok su tijekom večere i prezentacije vina u Vinariji Degarra okupljeni mogli kušati čak 26 crnih vina. Sutradan je u jutarnjim satima održan stručni sastanak predavača Hrvatskog sommelier Kluba, a nakon čega je u Vinariji Bora u Podgradini održana posljednja radionica na kojoj su predstavljena vina domaćina i gdje je održano predstavljanje i kušanje lokalnih maslinovih ulja, dok se za ručak pobrinuo chef Saša Began.

Na dvodnevnom okupljanju predstavljena su vina vinarije Karaba, Jokić, Vinketa, Degarra, Stjepana Vučemilovića, Folić, Škaulj, Velebna, Kraljevski vinogradi, Vrsaljko, MasVin, KerVin i Bora. Sudionicima su predstavljena ulja OPG-a Lalin, pa Antino, Ante Vulina, Olea Viola OPG-a Čelini, Fortica Ivica Vlatkovića, Štorija OPG-a Plastić, pa blend Ramov i blend Bora.

Sudeći po oduševljenim reakcijama gostiju dvodnevni je kamp bio više nego uspješan, a kako su istaknuli, nekoliko vina Zadarske županije zasigurno izdižu izvrsnost po najstrožim svjetskim kriterijima, ne tek regionalno ili lokalno.



Izvješće o radu za razdoblje I-XII 2025.



Zadar Wine Festival, 21.-22. veljače 2025.

Zadar Wine Festival, najveći vinski događaj u Dalmaciji, održan je 21. i 22. veljače 2025. godine u dvorani Krešimira Čosića na Višnjiku. Sedmo izdanje festivala okupilo je oko stotinu vinara iz cijele Hrvatske, koji su predstavili preko tisuću različitih etiketa vina.

Novost ovogodišnjeg festivala bila je Premium zona, posebno osmišljena za prezentaciju rijetkih i odabranih vina. U ovom su prostoru pet certificiranih sommeliera vodili degustacije iznimnih vina najviše kvalitete, koja su predstavili odabrani vinari. Vina su bila savršeno uparena s najfinijim sirevima iz Hrvatske, Francuske i Italije, nudeći posjetiteljima pravo kulinarско putovanje kroz okuse. Uz bogatu ponudu vina, festival je ponudio i gastronomski kutak s modernim street food konceptom, gdje su poznati hrvatski chefovi pripremali delicije koje su se izvrsno sljubile s ponuđenim vinima. Kuhali su chef Vjeko Bašić iz murterske konobe Boba, chef Saša Began iz zadarskog restorana Labrax te chef Dino Šeparović iz bračke konobe Kala.

Tijekom siječnja i veljače, uoči festivala, održano je šest vinskih radionica u hotelu Kolovare, koje su vodili vodeći hrvatski sommelieri i vinari. Ove radionice pružile su sudionicima dublje razumijevanje vinske kulture i omogućile im da unaprijede svoje znanje o vinima.

Zadar Wine Festival nastavlja rasti i razvijati se, pridonoseći promociji hrvatskih vina i jačanju njihove prepoznatljivosti na domaćem i međunarodnom tržištu. Ovaj festival ne samo da slavi vinsku kulturu, već i doprinosi turističkoj ponudi Zadarske županije, čineći ga nezaobilaznom destinacijom za sve ljubitelje vina i gastronomije.

Trošak odobrene potpore će se prikazati pod stavkom „Podrška turističkim događanjima“.

Izvešće o radu za razdoblje I-XII 2025.



Održane radionice „Zadar u čaši” – veljača, listopad, studeni i prosinac 2025.

Projekt **Mala škola vina**, u organizaciji platforme **diWine Project**, uspješno educira domaće potrošače vina. Tijekom veljače 2025. godine održane su tri radionice pod nazivom „Zadar u čaši” (8., 11. i 15. veljače) u prostoru diWine Cluba u Zagrebu. Polaznici su kroz tematske module upoznali osnove vinarstva, vinske regije i stilove vina, vinski bonton i degustaciju, uz predstavljanje vina isključivo zadarskih vinara i proizvođača. Projekt vodi Irena Lučić, osnivačica i voditeljica platforme diWine Project, koja je idejna začetnica Male škole vina. Irena već dugi niz godina radi na promociji vinske kulture u Hrvatskoj, organizira edukativne projekte i inicijative koje povezuju vinare s potrošačima, a kroz ovaj projekt posebnu pažnju posvećuje obrazovanju domaćih ljubitelja vina i kreiranju informiranog vinskog tržišta.

U nastavku projekta, u listopadu, studenom i prosincu 2025. godine, održane su dodatne tri radionice, kojima je prethodilo press događanje kao najava drugog ciklusa edukacija u godini. Radionice su nastavile koncept iz veljače, fokusirajući se na vinsku edukaciju domaćih potrošača, promoviranje vina zadarskih vinara te jačanje svijesti o kvaliteti i tradiciji proizvodnje vina u Zadarskoj županiji. Sve aktivnosti realizirane su prema planiranim rokovima i u skladu s ciljevima projekta, pridonoseći kontinuiranom jačanju vinske kulture i vinskog turizma u regiji.

Radionica planirana za siječanj 2026. godine održana je besplatno za sve sudionike, čime se dodatno poticalo uključivanje novih polaznika i promocija vinske kulture te Zadarske županije među domaćim ljubiteljima vina. Ova aktivnost predstavlja nastavak kontinuiranog edukativnog programa i doprinosi širenju svijesti o kvaliteti i tradiciji vina zadarskih vinara.

Izvješće o radu za razdoblje I-XII 2025.



Ilirija Gastro & Wine Night, Arsenal 28. ožujka 2025.

U prostoru Arsenala u Zadru održan je Ilirija Gastro & Wine Night, događaj posvećen promociji dalmatinske gastronomije, enologije i kulturne baštine.

Tijekom večeri posjetitelji su imali priliku uživati u ribljem meniju Ilirijinih chefova, pripremljenom od svježih mediteranskih namirnica, uz odabrana vina domaćih vinara. Događaj je dodatno upotpunjen glazbenim nastupom Gorana Karana, koji je izveo izbor svojih poznatih skladbi te pridonio ugodnoj atmosferi večeri. Ilirija d.d. ovim je događajem još jednom istaknula važnost povezivanja gastro i kulturne ponude kao dijela identiteta zadarske regije te potvrdila predanost stvaranju autentičnih doživljaja za goste i partnere.

Berba grožđa, Islam Grčki 22. kolovoza 2025.

Druženjem u vinogradima OPG-a Dragane Šulentić u Islamu Grčkom, obilježen je početak berbe grožđa u organizaciji Udruge vinara Zadarske županije "Vina ZaDar", koja godinama njeguje tradiciju obilježavanja početka berbe grožđa u našoj županiji. Svake godine, ova počasna berba se odvija na drugoj lokaciji, kako bi promotrili vinograde i učili razlike između podneblja i sorti, a ove godine domaćini Dane i Dragana Šulentić, u svojim vinogradima, među novim nasadima grka ugostili su vinare te sve ljubitelje dobre kapljice, grožđa i zaljubljenika u tradiciju našeg kraja koje je oduvijek bilo usko vezano uz vinogradarstvo. Nazočili su i brojni mediji.

Izješće o radu za razdoblje I-XII 2025.

Spremni za prvu ovogodišnju berbu, bili su i **župan Zadarske županije Josip Bilaver** i **dožupan Robertino Dujela** koji su također prisustvovali ovom događanju. Bobanović je najavio postavljanje tabli i QR kodova za svaku vinariju, što predstavlja značajan iskorak u promociji, jer omogućuje posjetiteljima lak pristup informacijama i olakšava povezivanje s proizvođačima.

Vinarstvo i vinogradarstvo već dugi niz godina nema samo poljoprivrednu, već i turističku i gospodarsku ulogu i jedni su od segmenata po kojima je naša regija svjetski poznata. **Direktor TZ Zadarske županije Hrvoje Anić** istaknuo je kako se proteklih nekoliko godina kroz razne programe ulaže u prepoznatljivost i pozicioniranje naših vinarija na vinsku kartu.



13. Taste the Mediterranean, Mali Lošinj 11.–14. rujna 2025.

Trinaesto izdanje međunarodnog festivala Taste the Mediterranean, posvećenog mediteranskom načinu života, po prvi je put održano u Malom Lošinj, u sklopu promocije Kvarnera kao Europske regije gastronomije 2026. Festival je okupio vrhunske domaće i međunarodne chefove, vinske stručnjake i predstavnike turističkog sektora, potvrdivši kako je gastronomija puno više od hrane – ona je kultura, identitet i doživljaj.

Program je otvoren 11. rujna u Muzeju Apoksiomena, gdje je u čast antičke baštine priređena večera inspirirana namirnicama starim više od dvije tisuće godina. Festivalski jelovnici kombinirali su lokalne proizvode i suvremeni pristup, a posebnu pažnju privukla je izrada i svečano posluživanje tradicionalnog Lošinjskog krokanta od 20 kg badema i šećera, kojeg su autori iz slastičarnice Moby Dick oblikovali u pet katova i razbili sabljom na tisuće komadića. Glazbeni vrhunac večeri bio je nastup splitske sopranistice Antonelle Malis, koja je izvela najljepše mediteranske pjesme i oduševila publiku.

U edukativnom dijelu festivala sudjelovao je i **Renato Kraljev**, edukator iz područja gastronomije i hotelijerstva te autor „Autohtone kuharice Zadarske županije“, kojeg je **TZ Zadarske županije delegirala kao svog predstavnika – ambasadora županije**. Kraljev je održao radionice za učenike Srednje škole Ambroza Haračića, prenoseći znanja o pripremi jela od lokalnih namirnica i oduševivši ih izvedbama poput fileta brancina u škartocu. Njegovo sudjelovanje u panelu „Povratak korijenima“

Izvešće o radu za razdoblje I-XII 2025.

bilo je posebno značajno – istaknuo je važnost i specifičnosti lokalnih zadarskih namirnica, te kako one čine temelj autentične mediteranske kuhinje.

U panelu su uz Kraljeva sudjelovali i renomirani chefovi Teresa Gutiérrez (Španjolska), Jure Tomič (Slovenija) i Stiven Vunić (Hrvatska), koji su razgovarali o izazovima nabave kvalitetnih sezonskih namirnica i važnosti održive proizvodnje.

Festival je okupio i desetak vrhunskih chefova iz različitih zemalja, među kojima su bili talijanski Marco Danelli i Raffaele Ros, francusko-japanski Ippei Uemura, austrijski Michael Gollenz (restoran Alfred Keller u Boutique hotelu Alhambra), te hrvatski chefovi Amos Novak iz restorana Terbotz u Međimurju, Davor Fornažar i Dinko Lekić iz Lošinj Hotels & Villas, te Zdravka Grgić i Drago Rančić iz popularnih lošinjskih restorana Gastro Pub Deveron i Bocca Vera.

Večernji program uključivao je ekskluzivne mediteranske večere, poput one u restoranu Bava hotela Bellevue gdje su kuhale Teresa Gutiérrez i Davor Fornažar, te u Michelinom nagrađenom restoranu Alfred Keller gdje su gostovali Michael Gollenz i Raffaele Ros. Posebnu pažnju privukla je i tematska večera "Ova strana Jadrana" chefova Jure Tomića i Dinka Lekića, kao i zajednički nastup Drage Rančića, Ippeija Uemure i Amosa Novaka, koji je predstavio modernu verziju tradicionalne međimurske gibanice. Vinsku priču obogatila je degustacija vina koju su organizirale žene vinarke iz inicijative Mediterranean Women Chefs, među kojima su bile Egle Katunar iz Kuće vina Ivan Katunar i Nataša Puhelek iz vinarije Puhelek Purek. O vinima je govorio sommelier Žarko Stilin, direktor udruge Kvarner Wines.

Završnog dana festivala održana je konferencija posvećena promociji regije Kvarner kao Europske regije gastronomije 2026., na kojoj su sudjelovali dr.sc. Irena Peršić Živadinov, Dalibor Cvitković, Saša Krajinović (Jadranka turizam d.o.o.), Katarina Larisa Ham (CEO Quintessentially za jugoistočnu Europu), Rudi Gula (direktor TZ Međimurske županije) i Ingrid Badurina Danielsson, osnivačica festivala Taste the Mediterranean.

Taste the Mediterranean i ove je godine dokazao da gastronomija nije samo hrana, već i iskustvo, emocija i kulturna baština koja destinaciju čini prepoznatljivom i privlačnom.





Projekt Suncokret ruralnog turizma Hrvatske

Nacionalna godišnja nagrada „**SUNCOKRET ruralnog turizma Hrvatske – Sunflower Award**“, koju organizira Hrvatska udruga za turizam i ruralni razvoj „Klub članova Selo“ pod pokroviteljstvom Ministarstva turizma i sporta Republike Hrvatske i Hrvatske turističke zajednice, i ove je godine okupila najbolje projekte ruralnog turizma iz cijele zemlje.

Turistička zajednica Zadarske županije za 2025. godinu nominirala izuzetno kvalitetne i inovativne projekate koji na različite načine doprinose razvoju održivog, autentičnog i doživljajnog turizma u ruralnom prostoru županije. Svečana dodjela nagrada održana je u prosincu 2025. godine u Bjelovaru, gdje su se okupili predstavnici nagrađenih projekata, turističkih zajednica, ministarstava te brojni stručnjaci iz područja turizma i ruralnog razvoja. Nagrade iz Zadarske županije pripale su projektima koji su se istaknuli očuvanjem tradicije, inovativnim interpretacijama baštine, razvojem autohtone gastronomske ponude te implementacijom održivih praksi u poslovanju. Posebno su prepoznati projekti koji povezuju lokalne proizvođače, kulturnu i prirodnu baštinu te stvaraju dodanu vrijednost kroz cjelogodišnje turističke sadržaje. Zadarska županija ostvarila je izniman uspjeh osvojivši ukupno sedam nagrada, čime je potvrđena visoka razina kvalitete, raznolikosti i inovativnosti projekata ruralnog turizma na njezinu području. Ovakav rezultat predstavlja snažnu potvrdu dugoročnog ulaganja u razvoj autentične turističke ponude, valorizaciju lokalnih proizvoda, tradicije i prirodnih resursa te doprinosi dodatnoj vidljivosti Zadarske županije na nacionalnoj razini.

Dobitnici nagrada iz Zadarske županije su:

- **Zlatna povelja** u kategoriji *Žene u ruralnom turizmu* – **Martina Pernar Škunca, Pag**
- **Srebrna povelja** u kategoriji *Nositelji zaštićenih oznaka* – **projekt Pag na meniju**
- **Brončana povelja** u kategoriji *Pristupačni turizam* – **Đirada, Pašman**
- **Brončana povelja** u kategoriji *Kulturno-povijesne manifestacije* – **Dani vitezova vranskih, Pakoštane**
- **Brončana povelja** u kategoriji *Gastronomske manifestacije i događanja* – **Crnilo kup – Lov na lignje, Lukoran/Preko**
- **Brončana povelja** u kategoriji *Turistička seljačka gospodarstva* – **Olea Tinia, OPG Zagorac, Polača**
- **Posebno priznanje** u kategoriji *Vinski turizam* – **Vinarija Bora, Podgradina, Posedarje**

Sudjelovanje na dodjeli i ostvareni rezultati dodatno potvrđuju važnost nagrade „Suncokret ruralnog turizma“ kao relevantnog pokazatelja kvalitete i uspješnosti projekata ruralnog turizma te njen značaj u promicanju održivog, autentičnog i konkurentnog turističkog razvoja Zadarske županije. Time se potvrđuje kontinuirani rast kvalitete ruralne turističke ponude Zadarske županije, kao i snažna suradnja između javnog i privatnog sektora. Nominirani i nagrađeni projekti doprinose jačanju prepoznatljivosti destinacije na nacionalnoj razini te potvrđuju kako ruralni prostor Zadarske županije predstavlja važan segment održivog razvoja turizma u Hrvatskoj.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Promidžba, kao i prenošenje važnosti kvalitete u razvoju gastro proizvoda, posebno u ruralnim predjelima koja su manje turistički razvijena, a imaju veliki potencijal.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZ Zadarske županije, Udruga Klub članova Selo

Cilj aktivnosti

Razvoj eno-gastro proizvoda u svim segmentima. Povezivanje proizvođača Zadarske županije s ugostiteljima i drugim interesnim skupinama. Podizanje razine kvalitete i vidljivosti proizvoda eno-gastro turizma Zadarske županije.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZ Zadarske županije, svi dionici

Realizacija:	21.039,27 €
Suncokret	4.509,66 €
Gault&Millau	2.318,09 €
Berba grožđa	25,50 €
Sommelierski kamp	1.898,00 €
Taste the Mediterranean	6.638,42 €
DiWine „Zadar u čaši“	2.500,00 €
Gastro show	489,60 €
Wine VIP event	2.500,00 €

2.2.5. KLUB KVALITETE „PREMIUM“

Plan razvoja Zadarske ųupanije konstatirao je kako snaųan rast broja turistiĳkih dolazaka ne prati i rast u kvaliteti i promjeni strukture smještajnih objekata, te se u ųupaniji biljeųi relativno niska razina turistiĳke potrošnje.

Cilj aktivnosti

Cilj je poticati povećanje kvalitete ponude, atrakcija kako bi pruųatelji usluga, ugostiteljskih, smještajnih, agencijskih i drugih mogli svojom ponudom zadovoljiti zahtjevne goste i to kvalitetom, inovativnošću, i pouzdanošću, u svrhu poticanja posjetitelja na povećanje potrošnje u destinaciji.

Opis aktivnosti

Konferencija „Zadarskog lista“ pod nazivom „Premium turizam kao pokretaĳ razvoja Zadarske ųupanije u Hotelu Hyatt Zadar“ 26. rujna 2025. godine

Sudionici konferencije su bili Josip Bilaver, ųupan Zadarske ųupanije, Grozdana Perić, proĳelnica Upravnog odjela za gospodarstvo, obrtništvo i razvitak otoka Grada Zadra, Valentin Röttger, generalni direktor hotela Hyatt Regency Zadar, prvi urbani zadarski hotel s pet zvjezdica, otvoren ovo ljeto, Dino Sokol, direktor hotela Molum Hotel&Residences u Sv. Filipu i Jakovu, prvom resortu takve kategorije u ovom dijelu Dalmacije, Josip Stulić, ĳelni ĳovjek za poslovanje na podruĳju Juųne Europe u agenciji Awaze, vodećoj europskoj turistiĳkoj grupaciji za najam privatnog smještaja, Andreja Vukojević, direktorica Sektora za turizam i Sluųe za komunikacije i marketing pri Hrvatskoj gospodarskoj komori Zagreb, Ivan ĳevra, predsjednik uprave Stanić Beverages te Josipa Jutt Ferlan, glavna direktorica Hiltonovih hotela u Hrvatskoj.

Nedavni rezultati istraųivanja Hrvatske gospodarske komore, povodom godišnjice osnivanja platforme Stories–Experience Premium Croatia, pokazali su kako je prihod od premium smještajne ponude u Hrvatskoj, ukljuĳujući hotele, kampove, vile i marine, prošle godine dosegno 1,4 milijarde eura. Veliki poticaj premium industriji dalo je otvorenje triju luksuznih smještajnih objekata.

Na platformi Stories iz Zadarske ųupanije je jedna vila, jedan hotel, dvije marine i jedan kamp. Razliĳite kategorije pokazuju širinu lokalne ponude. Nadati se je da ĳe ta brojka samo rasti, ne samo u smislu novih ĳlanica, već i potpuno novih projekata. Hrvatskom turizmu treba taj novi smjer i tu se platforma uklapa. Platforma je mjesto za okupljanje hrvatske vrhunske turistiĳke ponude na jednom mjestu, ĳlanova je sad gotovo 170. Toj ponudi se nastoji dati identitet koji odgovara onome ųto danas traųi svjetski premium gost – autentiĳnost, tišinu, prostor, osobnu priĳu i kvalitetu. Premium segment prvenstveno podrazumijeva više vrijednosti uz manji volumen, a strateųki cilj hrvatskog turizma je pozicionirati zemlju kao cjelogodišnju destinaciju izvrsnosti, autentiĳnosti i odrųivosti, s naglaskom upravo na ponudu u premium segmentu.

Premium gosti dulje ostaju, troše više, dolaze i izvan špice sezone. Traųe autentiĳnost, mir i kvalitetu, upravo ono ųto smanjuje pritisak na najopterećenije toĳke i podrųava cjelogodišnje poslovanje. Takav model turizma omoguĳuje uravnoteųen razvoj, bolje plaćena radna mjesta i rasterećenje preopterećenih destinacija. Premium turisti dolaze radi prirode, kulture, tišine, a sve to imamo i u listopadu i u sijeĳnju. Taj pristup je u srųi je platforme HGK. Premium turizam u snaųnom je uzletu jer putnici sve više traųe autentiĳne, personalizirane doųivljaje i spremni su za njih platiti više.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZ Zadarske ųupanije, lokalne turistiĳke zajednice, komercijalni partneri na destinaciji

Rokovi realizacije aktivnosti: Kraj 2025.

Realizacija: bez troška

2.2.6. POSLOVNI TURIZAM

MICE u turizmu u Zadarskoj županiji u nadolazećim godinama zauzimat će bitno mjesto u privlačenju i kreiranju turističke ponude posebno u periodu PPS-a. Akronim MICE (Meetings, Incentives, Conferences, and Exhibitions/Events) je sinonim za kongresni turizam – odnosi se na određen tip turizma u kojem se grupe ljudi okupljaju u određenoj destinaciji zbog određene poslovne svrhe. Zahtjeva pomno planiranje, te je određen mnogim specifičnostima zbog naravi svrhe putovanja.

Cilj aktivnosti

Cilj je identificirati atrakcije i pružatelje usluga, ugostiteljskih, smještajnih, agencijskih i drugih koji svojom ponudom mogu zadovoljiti ovaj segment, te time stvoriti katalog ponude Zadarske županije.

Opis aktivnosti

U 2024. godini je analizirana postojeća i detektirana potencijalna ponuda, provedena je edukacija s dionicima o specifičnostima tržišta i trendovima kako bi ih osvijestili o važnosti MICE tržišta i specifičnosti te im pomogli da prepoznaju svoje postojeće potencijale i usmjerili ih u planiranju novih sadržaja i usluga. Izrađena je MICE prezentacija za B2B potrebe posebice tijekom predstavljanja na sajmu IMEX Frankfurt, kao i tematska brošura.

TZZŽ je u 2025. godini nastavila prethodno navedene aktivnosti (detektiranje ponude, ažuriranje MICE brošure, edukacije) budući da su otvoreni novi visokokvalitetni hoteli te sve nove dionike započela uključivati u svoje aktivnosti. TZZŽ se uključila s HTZ-om i drugim regijama u suradnju na promociji MICE segmenta kad se ukazala takva mogućnost.

TZZŽ podržava dolaske važnijih strukovnih korporativnih/B2B evenata koji omogućuju prezentaciju destinacije međunarodnim *buyerima*, u skladu mogućnostima time osiguravajući što bolji imidž destinacije i njene ponude u tom segmentu. Također su planirana 4 nastupa na specijaliziranim sajmovima za poslovni turizam.

Ukazala se potreba za dodatnim oglašavanjem naših potencijala i na domaćem tržištu putem online i DOOH kanala oglašavanja.

Neposredno prije realizacije kongresne burze MEETEX, koja se održala u Zagrebu, za **10 se agenata** organiziralo studijsko putovanje u Šibensko-kninsku i Zadarsku županiju. Tako su strani kupci iz kongresnih agencija, korporacija i drugih organizacija s interesom i potencijalom za organizaciju poslovnih događanja u Hrvatskoj (kongresi, *incentive*, sastanci, team building i sl.) dobili priliku obilaska hrvatskih kongresnih destinacija kako bi se bolje upoznali s ponudom i povećali mogućnosti realizacije poslovnih događanja. Agenti iz **Kanade, Sjedinjenih država, Ujedinjenog Kraljevstva, Italije, Njemačke, Francuske i Poljske** u Zadarskoj su županiji boravili u razdoblju **31.3.-1.4.** i tom su prigodom odsjeli u hotelu Pinija te imali priliku obići novi kongresni centar u okviru tog hotela. U okviru razgleda grada Zadra, omogućen im je posjet centru sv. Nikola, Arsenalu te kompleksu Dvije palače, a upriličen im je i obilazak hotela Diadora u Punta Skali te Hyatt Regency Zadar.

U mjesecu travnju se u Zadru održala **14. Hrvatsko-europsko-američka anesteziološka konferencija**, a koju je TZ Zadarske županije podržala na način da je za sudionike organiziran razgled grada Zadra u pratnji stručnih vodiča. Konferencija je okupila oko 150 sudionika iz područja anestezija, reanimacije i intenzivnog liječenja, a razgled grada je upriličen 11. travnja. TZ Zadarske županije je podržala i **Kongres estetske dentalne medicine** koji se 9.-10.5.2025. održao u Zadarskoj županiji. Tako je TZZ snosila troškove aperitiva dobrodošlice prije večere za predavače i sponzore

Izješće o radu za razdoblje I-XII 2025.

održane 08.05. u konobi Kraljevski vinogradi. Također je za sudionike te večere osiguran promotivni materijal.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZ Zadarske županije, lokalne turističke zajednice, komercijalni partneri na destinaciji, specijalisti za segment

Rokovi realizacije aktivnosti: 2025.

Realizacija:	1.921,96 €
Troškovi radnika – dnevnice, smještaj, javni prijevoz za Meetex	1.271,96 €
Troškovi Meteex-a	450,00 €
Članarina HUPKT	200,00 €

2.2.7. PROJEKT OZNAČAVANJA KVALITETE U OBITELJSKOM SMJEŠTAJU „WELCOME“

TZ Zadarske županije već niz godina provodi projekt Označavanja kvalitete u obiteljskom smještaju „Welcome“ kao dio sustava oznaka kvalitete zadarske regije. Osnova projekta je standardizacija kvalitete usluge koja rezultira diferenciranim proizvodom prepoznatljivim na tržištu.

Cilj aktivnosti

- povećanja kvalitete smještaja u postojećim kapacitetima,
- podizanje razine usluga,
- podizanje svijesti o važnosti kvalitetnog proizvoda – edukacija;
- diferenciranje proizvoda,
- povećanje broja turista van ljetnih mjeseci.

Podrška unapređenju ponude destinacije i smještaja

Svjesni činjenice kako je udio privatnog smještaja izrazito naglašen te čini preko 60% kapaciteta projekt će se u budućem razdoblju usmjeriti na podizanje kvalitete te poticanje tranzicije u profesionalni, odnosno viši segment pružatelja usluga. I sam Plan je uočio tu problematiku te naglašava kako je „u predstojećem strateškom razdoblju potrebno unaprijediti turističku ponudu prije svega u kvalitativnom smislu, a mjestimično ju (geografski i sektorski) kvantitativno ograničiti ili čak i smanjiti...“.

U tu svrhu TZŽŽ će biti podrška Zadarskoj županiji u osmišljavanju sustava podrške i potpore za unapređenje kvalitete smještaja, posebno kod privatnog smještaja koji želi obogatiti svoju ponudu dodatnim uslugama i pretvaranjem u B&B ili male obiteljske hotele, odnosno stvaranje difuznih hotela koji objedinjuju više ponuđača u jedinstvenu uslugu.

Opis aktivnosti

Aktivnosti se nastavljaju: edukacija, certificiranje, te promidžbe putem službenih internetskih stranica, turističkih sajmovi ili prezentacija, te tiskanih materijala. Naglasak je posebno na edukacijama u svrhu prethodno navedenih ciljnih smjerova, kao i za područja posebnih izazova: ruralna, brdsko-planinska i otočna područja.

U 2025. godini naglasak je na promociji i privlačenju postojećih kvalitetnih smještajnih objekata u ovaj program na primjeru dobre prakse radi podizanja svijesti u lokalnoj zajednici kroz dodatni publicitet i edukacije, te motivaciju postojećih iznajmljivača na uključivanje i aktivno sudjelovanje.

U prvoj polovici 2025. godine izrađena je i predstavljena tiskana i digitalna brošura te web platforma s detaljnim informacijama, koje omogućuju bolje razumijevanje i lakšu organizaciju posjeta ovim lokacijama – bilo kroz agencije, bilo direktno.



Trošak izrade brošure „Welcome Taste & Buy“ se vodi na stavci 3.7.1. i 3.7.2. Priprema i produkcija destinacijskog materijala.

„Welcome“ program unapređenja smještaja u domaćinstvu TZ Zadarske županije postao je prepoznatljiv i kao model poželjan i izvan granica Zadarske županije. Program sadrži sve bitne elemente uspješnog razvojnog programa: prepoznavanje jake strane ponude, usmjeravanje ponude prema trendovima u potražnji, edukaciju-treniranje ponuditelja, financijsku podršku povoljnim mikrokreditima, poticajne nagrade za izvrsnost, promotivnu podršku. Već kroz uvjete mikrokreditiranja kao i kroz specijalizaciju ponude prepoznati su ruralni krajevi u zaleđu kao područja od posebnog interesa. Ciljevi ovakvog pristupa su zaustavljanje depopulacije tih, do sada za život manje atraktivnih područja, i privlačenje turista s obalne crte u zaleđe kao bi se postigao uravnoteženi pritisak turističkih boravaka na širem području u vršnim mjesecima opterećenja. Program je „živi organizam“ i on se stalno nadopunjuje i unapređuje. Osim praćenja globalnih trendova u turizmu i prezentacije istih ponuditeljima, potrebno je provoditi nove projekte za unapređenje ponude i dostizanje krajnjih ciljeva. Nakon uspješnog razvoja triju novih podbrendova: „Welcome B&B“, „Welcome eco friendly“ i „Taste Zadar region“, započeta je implementacija ovih novih oznaka kvalitete. Trenutno je, nakon serije obilazaka i edukacija, u tijeku implementacija oznake kvalitete „Taste Zadar region“ na ukupno 20 obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava širom županije.

Izvjешće o radu za razdoblje I-XII 2025.

	L TZ	KUŠAJTE DOMAĆE PROIZVO DE I HRANU @	TASTE HOME- MADE/HOME- PRODUCED FOOD @	Naziv OPG-a	naziv
1	GRAČAC	OPG	FAMILY FARM	OPG PERICA KEČA	AJDEROVAC
2	GRAČAC	TRG. DRUŠTV O	FAMILY FARM	LIČKI SOKOL	SOKOL FEEL GOOD ESTATE
3	KALI	OPG	FAMILY FARM	OPG LUNGIĆ	OPG LUNGIĆ
4	KALI	PG	FAMILY FARM	Mrotine	MROTINE
5	KALI	OBRT	FAMILY FARM	Moćun	MOĆUN
6	PAŠMAN	OPG	FAMILY FARM	OPG MATULIĆ	OPG MATULIĆ
7	PAŠMAN	OPG	FAMILY FARM	OPG BANIĆ (LANĐIN)	OPG BANIĆ (LANĐIN)
8	TKON	OPG	FAMILY FARM	OPG Katica Mušćet	OPG Katica Mušćet
9	SALI	OPG	FAMILY FARM	ŽAMPERA	ŽAMPERA
10	SALI	OPG	FAMILY FARM	MARKO FILIPI	ZLATNA KAP
11	POVLJANA	OPG	FAMILY FARM	OPG Miodrag Škoda	OPG Miodrag Škoda
12	PAKOŠTANE	OPG	FAMILY FARM	OPG Didini vrtovi/ IZLETIŠTE "AGROTURIZAM PLAVICA"	AGROTURIZAM PLAVICA
13	RAVNI KOTARI	OPG	FAMILY FARM	OPG Mate Gašpar	OPG Mate Gašpar
14	RAVNI KOTARI	OPG	FAMILY FARM	OPG Zagorac Milenko	OPG Zagorac Milenko
15	RAVNI KOTARI	OPG	FAMILY FARM	OPG Ćusa	Agroturizam Lolina vatrenica
16	RAŽANAC	Obrt	FAMILY FARM	R.O. Nefali	R.O. Nefali
17	RAŽANAC	OPG	FAMILY FARM	OPG MATE DUŠEVIĆ	OPG MATE DUŠEVIĆ
18	JASENICE	OPG	FAMILY FARM	OPG BARICHEVICH 1853	OPG BARICHEVICH 1854
19	VRSI	SOPG	FAMILY FARM	SOPG Maraš	SOPG Maraš
20	VRSI	OPG	FAMILY FARM	Šinjorina smokva	Šinjorina smokva

U razdoblju prvih devet mjeseci 2025. godine odrađene su slijedeće aktivnosti:

- Obilazak svih prijavljenih dionika i priprema za prijem turističkih agencija na studijskom putovanju 02.02.2025.
- Kreiranje ruta studijskih putovanja za agente turističkih agencija po područjima i danima (jedna ruta - jedan dan s ishodištem u Zadru).
- Kontaktiranje incoming turističkih agencija s područja Zadarske županije i svih turističkih agencija u RH koje pružaju usluge izleta putnicima s kružnih putovanja brodova - online sastanak i prezentacija ruta studijskog putovanja.
- Realizacija četiri jednodnevnih programa studijskog putovanja za agente po Zadarskoj županiji s posjetom registriranih „Taste Zadar region“ OPG-ova.

U obilasku su sudjelovale slijedeće turističke agencije:

1.	Break a leg - Zadar
2.	Dalmagite - Pakoštane
3.	Eila d.o.o. - Novigrad
4.	Natura Adriatica - Ugljan
5.	Škver Tours - Biograd
6.	TST Villas and Apartments-Kaštela
7.	Booker travel ag. - Split
8.	Maestral - Split
9.	Magic Croatia-Zadar
10.	Apartments Sole - Rab
11.	Queen real estate d.o.o. - Vir
12.	Terranautica - Dubrovnik
13.	Topena Travel agency-Zadar
14.	Citybook Zadar
15.	Ventula travel - Split
16.	Adamo Travel - Sali
17.	Terranautica - Dubrovnik
18.	Litto agency - Split
19.	Adriagate-Biograd
20.	Bask 7 (Exclusive Adriatic)-Solin
21.	Rent Ergo d.o.o - Zadar
22.	Clicktrip-Vir

Obilaskom su turističke agencije, imale priliku osmisлити vrijedan produkt – „izvorni doživljaj“ koji kombinira turizam, gastronomiju i kulturu pod „zelenim“ i autentičnim predznakom.

Zadarska županija se kroz takve inicijative sve više pozicionira kao destinacija koja nudi puno više od sunca i mora. Postaje prepoznatljiva po bogatoj eno-gastronomskoj ponudi, očuvanoj prirodi, kulturnoj baštini i, što je najvažnije, gostoljubivim domaćinima koji s ponosom dijele svoju baštinu i proizvode sa svijetom. Studijska putovanja poput ovog ključna su za daljnji razvoj održivog i odgovornog turizma koji cijeni lokalna bogatstva i doprinosi prosperitetu cijele zajednice.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZŽŽ, lokalne turističke zajednice, OPG-ovi, turističke agencije

Rokovi realizacije aktivnosti: Kraj 2025.

Realizacija:	15.333,50 €
Putni troškovi sudjelovanja u obilascima	1.939,40 €
Troškovi edukacija (edukacija, zakup, reprezentacija)	12.519,10 €
Materijal za promidžbu	875,00 €

2.2.8. OSTALI PROIZVODI

Podrška razvoju turističkog proizvoda na području općine Gračac

TZ Zadarske županije nastavlja pružati potporu razvoju turizma na području općine Gračac sukladno Strategiji razvoja turizma općine izrađene 2020. godine, bilo u osiguravanje savjetodavne pomoći,

Izvješće o radu za razdoblje I-XII 2025.

edukacije i projekata iz Strategije, kao i poticanje na projektna i/ili formalna udruživanja u svrhu osnivanja TZ-a.

U 2025. godini TZ Zadarske županije podržava inicijativu lokalnog stanovništva u organizaciji aktivnosti koje imaju za cilj povećanje svijesti u lokalnoj zajednici vezano za prostornu dostupnost i prirodne atrakcije. Planirane su sportsko rekreacijske aktivnosti u vidu biciklističkih i vođenih tura u cilju promocije mogućnosti razvoja outdoor turizma, te edukativne konferencije vezane za očuvanje prostora.

Slet planinara Zadarske županije 2025., Deringaj, Gračac, 30.5.-1.6.2025.

Slet planinara Zadarske županije organiziran je povodom obilježavanja 50 godina postojanja Stanice planinarskih vodiča Zadar, s ciljem da okupi i poveže u bolju i kvalitetnu suradnju sva aktivna planinarska društva Zadarske županije. Od nekoć postojećih 11 planinarskih udruga na području županije, 8 je i dalje aktivno i svi sudjeluju u Sletu planinara. U suradnji s TZ Županije, kao lokacija sleta odabrana je općina Gračac te su ostvareni kontakti s PD Lisac iz Gračaca koje je ponudilo privatni teren u Deringaju za lokaciju za održavanje sleta i Razvojnomoj agencijom općine Gračac koja je uvelike olakšala samu organizacijsku pripremu i logistiku. Prisustvovalo je 180 planinara i 22 planinarska vodiča. Cilj je bio okupiti i povezati planinare i planinarska društva Zadarske županije, promovirati prirodne ljepote ličkog dijela Zadarske županije, s naglaskom na Lisac i Cerovačke pećine, promovirati planinarstvo kao sport i pomoći zajednici u vidu buduće suradnje SPV Zadar i planinara općine Gračac i donacije potrebitoj obitelji od dijela prikupljene kotizacije.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZ Zadarske županije, općina Gračac, Zadarska županija, konzultanti

Rokovi realizacije aktivnosti: Kraj 2025.

Realizacija:	471,00 €
Putni troškovi radnicima	246,00 €
Sufinanciranje troškova Sleta planinara	225,00 €

Na realizaciju projekata 2.2. „SUSTAVI OZNAČAVANJA KVALITETE TURISTIČKOG PROIZVODA“ utrošeno je ukupno 101.422,23 € prema računovodstvenoj strukturi:

• Usluge promižbe i informiranja ino-mrežne stranice	3.750,00 €
• Usluge pisanja tekstova, lektura	6.960,00 €
• Usluge organizacije konf.,sportskih, kult.događanja	2.138,56 €
• Usluge edukacije	14.648,80 €
• Troškovi službenog puta radnicima	3.814,27 €
• Troškovi smještaja na sl. putu ostalim osobama	2.999,46 €
• Donacije ostalim TZ-ima	23.557,19 €
• Donacije ostalim primateljima i udrugama	9.787,00 €
• Troškovi prezentacija i sajmovi – tuzemstvo	24.920,85 €
• Materijal za promidžbu i ostali materijal	4.856,80 €
• Prijevoz i špedicija	69,00 €
• Re prezentacija – ugostiteljske usluge	170,30 €
• Zakup prostora/Najam pokretnih stvari	425,00 €
• Članarina/kotizacije	3.325,00 €

2.3. PODRŠKA RAZVOJU TURISTIČKIH DOGAĐANJA

RASHODI/AKTIVNOSTI	Plan za 2025.	Rebalans 2025.	Realizacija 2025.	Indeks realizacija / rebalans	Udio % u realizaciji
Podrška razvoju turističkih događanja	130.000,00 €	121.000,00 €	119.839,18 €	99	4,51%

2.3.1. Javni poziv za dodjelu potpora lokalnim turističkim zajednicama i turističkim subjektima za manifestacije

Potpore događanjima i dalje se dodjeljuju za događanja na teritoriju Zadarske županije kao motiva dolazaka turista na destinaciju, s ciljem stvaranja dodatne ponude, naročito u pred i posezoni. Potpora TZŽ i dalje se usmjeruje na podršku točno određenim aktivnostima unutar realizacije, te se isplata sredstava vrši sukladno izvršenosti istih ali i cijelog programa. Važna je vidljiva pripadnost destinaciji *Zadar Region* kroz primjenu „SayYES!“ loga i slogana, te brend-identiteta kako bi se jačala snaga brenda i putem atraktivnih događanja diljem županije, kao i usklađenost događanja s brend-strategijom.

Ipak, zaokret vođen Planom razvoja Zadarske županije koji ističe značaj upravljanja destinacijom kako bi se postigao „odmak od masovnosti prema Zadarskoj županiji kao prepoznatljivoj destinaciji održivog, pametnog i cjelogodišnjeg turizma“, fokusirao je potpore na razdoblje PPS-a. Naime, izrazito visoka sezonalnost turizma koncentrira i sama događanja tijekom ljetnih mjeseci i to u prostorima s velikom koncentracijom turističkih kretanja. Time se rizik organizacije uvelike umanjuje te je financijska konstrukcija sigurnija, a dobit lako ostvariva.

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Prema Programu rada za 2025. za potpore događanjima osigurano je 130.000,00 EUR.

TZŽ je 17. siječnja 2025. raspisala Javni poziv koji sadržava namjenu, sve uvjete, kriterije, način prijave, te obrasce. Obradu, evidentiranje i ocjenu valjanosti zaprimljenih kandidatura sukladno kriterijima Javnog poziva provela je Radna skupina ureda TZŽ o čemu je sastavljan zapisnik te utvrđeno sljedeće:

Ukupan broj kandidiranih događanja	86
Ukupna vrijednost traženih sredstava potpore	697.784,05 €
Ukupna vrijednost predviđena za raspodjelu	130.000,00 €

Sukladno uvjetima Javnog poziva ukupno je 76 prijava zadovoljilo sve propisane uvjete te su ocijenjene sukladno dostavljenim podacima, saznanjima i unaprijed zadanim kriterijima.

Na sjednici Turističkog vijeća koja je održana 28. travnja 2025. donesena je odluka o dodjeli potpora temeljem Javnog poziva. Sukladno navedenom ukupno je 76 subjekata ostvarilo pravo na potporu, a vrijednost ostvarenih potpora iznosi 130.000,00 €.

R. Br.	ORGANIZATOR	NAZIV PROJEKTA	DATUM REALIZACIJE	PRIJEDLOG POTPORE
1	Turistička zajednica općine Tkon	Škraping 2025.	28.02. - 02.03.	€ 4.000,00

Izvješće o radu za razdoblje I-XII 2025.

2	Turistička zajednica grada Zadra	Sea U festival mora	23.-26.10.2025.	€ 4.000,00
3	Turistička zajednica grada Zadra	Tuna, Sushi & Wine Festival 2025.	09.-15.04.2025.	€ 4.000,00
4	And More d.o.o.	Zadar street food festival	30.04. - 04.05.2025., 17.09. 21.09.2025.	€ 3.000,00
5	Borik d.o.o.	6. Zadar Granfondo Falkensteiner Borik - Croatia 2025	19.10.2025	€ 4.000,00
6	Turistička zajednica grada Zadra	Advent u Zadru	24.11.2025. - 02.01.2026.	€ 4.000,00
7	Sunset media festival d.o.o.	Sunset Sports Festival	5. – 7. lipnja 2025.	€ 4.000,00
8	Turistička zajednica Grada Paga	14. međunarodni festival čipke Pag	OD 19. DO 22.06. 2025.	€ 4.000,00
9	Turistička zajednica grada Biograda na Moru	Slovenski vikend 2025	28.4.-4.5.2025.	€ 4.000,00
10	Koncertni ured Zadar	65. Glazbene večeri u Sv. Donatu	5. 7. – 7. 8. 2025.	€ 4.000,00
11	Riva Rafting centar, putnička agencija d.o.o.	Zrmanja adventures Festival 2025.	03.05.2025. ; 04.08.2025. ; 15.08.2025.	€ 4.000,00
12	Turistička zajednica Grada Obrovca	GO! Festival	01. svibnja i 26. listopada	€ 4.000,00
13	Šegarić, obrt za informatičke usluge	12. saljska regata krstaša Gladuša 2025	12.04.2025.	€ 2.000,00
14	Turistička zajednica općine Starigrad	Epic rides Paklenica Zrmanja 2025	25.-27.4.2025.	€ 2.000,00
15	P. B. Poslovni mediji d.o.o.	Adriatic gastro show - Festival gastronomije i turizma	05.02. - 08.02.2025.	€ 2.000,00
16	Solana Nin d.o.o.	Proljeće u solani Nin; Dani	05.04.-22.11.2025	€ 2.000,00

Izvešće o radu za razdoblje I-XII 2025.

		otvorenih vrata; 12. Festival soli 2025.		
17	Turistička zajednica Općine Sali	Saljske užance	08.08. - 10.08. 2025.	€ 2.000,00
18	Turistička zajednica općine Kali	Kualjske ribarske noći - Tunuara	7. - 9. kolovoza 2025.	€ 2.000,00
19	Adventure Advisor - obrt	Dugi Otok Trail	14.-16.03.2025.	€ 2.000,00
20	Avantura života d.o.o.	HIGHLANDER Velebit 2025	09. - 14.09.2025.	€ 2.000,00
21	Turistička zajednica Grada Paga	Pag na meniju	OD 1. DO 04. SVIBNJA 2025.	€ 2.000,00
22	Turistička zajednica općine Pašman	Fish, Food & More Festival	17.07.2025. - 24.07.2025.	€ 2.000,00
23	Umjetnička organizacija „Lovro&Nina“, podružnica PagArtFestival	27. PagArtFestival	1. - 20. kolovoza 2025.	€ 3.000,00
24	Turistička zajednica općine Kali	Blue Fish Festival	20. - 21. lipnja 2025.	€ 2.000,00
25	Zadar festival d.o.o.	Zadar Wine Festival	21.-22.2.2025	€ 2.000,00
26	Break a leg d.o.o.	Otočki košarkaški turnir IST	26. srpanj 2025.	€ 2.000,00
27	Turistička zajednica Ravni kotari	Dani otvorenih vrata agroturizama Ravnih kotara	Listopad 2025.	€ 2.000,00
28	Solana Pag d.o.o.	Misec paške soli	Rujan 2025.	€ 2.000,00
29	JATrail d.o.o.	Archipelago trail run 2025	17.10.2025 - 19.10.2025	€ 2.000,00
30	Turistička zajednica općine Pakoštane	dm Pakoštane Trail	04.05.2025.	€ 2.000,00
31	Turistička zajednica općine Pakoštane	Materine užance	13.07. i 24.08.2025	€ 1.000,00

Izvješće o radu za razdoblje I-XII 2025.

32	Koncertni ured Zadar	Koncertna sezona Zadar	2025. godina	€ 1.000,00
33	Sport zone j.d.o.o.	Zadar Christmas Run 2025	27.12.2025.	€ 1.000,00
34	Turistička zajednica grada Nina	Ninska šokolijada	20.7.2025.	€ 1.000,00
35	Turistička zajednica Općine Sali	Dugootočki dani ljekovitog bilja	24.05. - 31.05. 2025.	€ 1.000,00
36	Damag	Mototour Dugi otok	26.9.-28.9.2025	€ 1.000,00
37	Turistička zajednica općine Pašman	Đirada	03.05.2025.	€ 1.000,00
38	Turistička zajednica Općine Sali	Triathlon Long island	06.09.2025.	€ 1.000,00
39	Borik d.o.o.	World championship motosurf Falkensteiner Borik Zadar – Croatia 2025	07.-13.10.2025.	€ 1.000,00
40	Turistička zajednica općine Kukljica	Šparogijada 2025	29.03.2025.	€ 1.000,00
41	Turistička zajednica Općine Tkon	Susret mopedista	05.-07.09.	€ 1.000,00
42	Turistička zajednica općine Privlaka	Privlaka Run – SABUNing trail	06.06.2025.	€ 1.000,00
43	Pag tours doo	Dani liganja Šimuni	18.9.2025 - 21.9.2025	€ 1.000,00
44	Borik d.o.o.	9. Falkensteiner Borik Zadar spring open 2025– HUT Tour serija 1500	03.-06.04.2025.	€ 1.000,00
45	Turistička zajednica općine Kukljica	Olive island vibes 2025	4. rujna do 6. rujna 2025.	€ 1.000,00
46	Zadar festival d.o.o.	Dani maraštine	11.-14.9.2025	€ 1.000,00

Izvešće o radu za razdoblje I-XII 2025.

47	Turistička zajednica Ravni kotari	Festival buša na pjatu	Svibanj 2025	€ 1.000,00
48	Turistička zajednica općine Privlaka	Privlaka wine eno gastro festival	18.07.2025.	€ 1.000,00
49	Novi radio - Zadar d.o.o.	Radijska regata	23.-25.10.2025.	€ 1.000,00
50	Turistička zajednica područja Novigradsko more	Okusi Novigradske dagnje	14.lipnja 2025.	€ 1.000,00
51	Turistička zajednica Općine Sukošan	11. Magunja trail Sukošan 2025	27.09.2025.	€ 1.000,00
52	Dionis Camping Zaton	Tajna zatonskih okusa: spoj tradicije, vina i mira u Zatonu	09.06.-15.06.2025. i 22.09.-28.09.2025.	€ 1.000,00
53	Turistička zajednica Općine Sukošan	3.Sukošan jazz festival	18. i 19.07.2025	€ 1.000,00
54	Turistička zajednica Općine Sukošan	7. dani masline i ulja ""Peljuzica"" Sukošan	30. i 31. 05. 2025.	€ 1.000,00
55	Turistička zajednica općine Sv. Filip i Jakov	Babac teatar	kolovoz 2025.	€ 1.000,00
56	Turistička zajednica općine Sv. Filip i Jakov	Maraška fest	28.LIPNJA 2025.	€ 1.000,00
57	Turistička zajednica općine Sv. Filip i Jakov	Festival cvijeća Zadarske županije	02.-04.05.2025.	€ 1.000,00
58	Pag tours doo	Šimuni CUP!	12.6.2025 - 15.6.2025	€ 1.000,00
59	REMARKABLE ADVENTURE d.o.o.	Tvrđ Orah - pustolovna utrka	31.05.2025.	€ 1.000,00
60	Šimun Cimerman doo	Zrmanja trail 2025	6.9.2025.	€ 1.000,00
61	Šimun Cimerman doo, putnička agencija	Velebit trail 2025	21.6.2025.	€ 1.000,00
62	TZO Kukljica	Kukljica SUP Challenge 2025	7. lipnja do 8. lipnja 2025.	€ 1.000,00
63	Četvrta šansa d.o.o.	Špalina Feštival	1.08.2025.	€ 1.000,00
64	Turistička zajednica općine Preko	Gremo na Šćah	7. lipnja 2025.	€ 1.000,00

Izvješće o radu za razdoblje I-XII 2025.

65	Turistička zajednica općine Poveljana	Susret klapa ""Poveljana u pismi""	28.06.2025.	€ 1.000,00
66	Turistička zajednica općine Preko	ŠUG FESTIVAL - sajam otočnih proizvoda	28.06.2025.- 22.08.2025.	€ 1.000,00
67	Turistička zajednica općine Preko	12. Dani maslina otoka Ugljan	28.06.2025.	€ 1.000,00
68	Zadar festival d.o.o.	Zadar Wine Festival Summer Edition	4.7.-5.8. 2025	€ 1.000,00
69	Turistička zajednica Ravni kotari	Festival jabuka	Listopad 2025.	€ 1.000,00
70	Turistička zajednica općine Tkon	Đir po konalu	12. 7. - 13.7.	€ 1.000,00
71	Turistička zajednica grada Nina	Festival Sunca i svjetlosti	21.6.2025.	€ 1.000,00
72	Turistička zajednica grada Nina	Romantični tjedan u najromantičnijoj destinaciji Europe - Ninu	04. – 10. 08. 2025.	€ 1.000,00
73	JU Park prirode Vransko jezero	LUKA I IGARA - Sajam lokalnih proizvoda PP Vransko jezero	13.07.2025.	€ 1.000,00
74	Turistička zajednica općine Ražanac	Festival Junakinje Nidičke	30.08.-31.08.2025.	€ 1.000,00
75	Dalmaland d.o.o.	Dalmatinske tradicijske igre	30.05. - 01.06.2025.	€ 1.000,00
76	Turistička zajednica općine Privlaka	Noć privlačkih ribara i sabunjara	11.07.2025.	€ 1.000,00
UKUPNO				€ 130.000,00

Na realizaciju projekta 2.3. „PODRŠKA RAZVOJU TURISTIČKIH DOGAĐANJA“ u prvih devet mjeseci isplaćeno je ukupno 119.839,18 € prema slijedećoj računovodstvenoj strukturi:

- Naknade vanjskim suradnicima po autorskom honoraru (grupa Forum za svečanu sjednicu Zadarske županije) 2.956,97 €
- Donacije dane ostalim turističkim zajednicama u iznosu 66.575,13 €
- Donacije dane udrugama (Za Slet planinara kraj Gračaca) 460,33 €
- Donacije dane ostalim primateljima u iznosu 49.846,75 €

2.4. TURISTIČKA INFRASTRUKTURA

RASHODI/AKTIVNOSTI	Plan za 2025.	Rebalans 2025.	Realizacija 2025.	Indeks realizacija / rebalans
Turistička infrastruktura	66.400,00 €	66.400,00 €	66.361,40 €	100

Po dovođenju u namjenu palače Cedulin u svrhu osiguravanja prostora ureda Turističke zajednice Županije i Grada, obje Turističke zajednice dobile lako dostupan, atraktivan i nadasve reprezentativan prostor koji pridonosi sinergiji u razvoju zajedničkih projekata Županije i njene perjanice – Grada Zadra, ali i središte za informiranje turista koji bi svjedočio samim svojim zdanjem o bogatom kulturnom bogatstvu destinacije.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZŽŽ i TZG Zadar

Na realizaciju projekata 2.4. „FINACIRANJE IZGRADNJE PALAČE CEDULIN“ u 2025. godini zaprimljen je obračun od strane TZ Zadra te plaćen iznos u visini 66.341,40 €.

2.5. PODRŠKA TURISTIČKOJ INDUSTRIJI

RASHODI/AKTIVNOSTI	Plan za 2025.	Rebalans 2025.	Realizacija 2025.	Indeks realizacija / rebalans
Podrška turističkoj industriji	43.750,00 €	43.750,00 €	45.164,80 €	103

2.5.1. PODRŠKA RAZVOJU PROGRAMA DMK

UHPA – Zadarska županija preporučena domaća destinacija 2025. godine

Cilj aktivnosti

Zadarska županija kao preporučena domaća destinacija 2025. godine uspješno će doprinijeti boljem pozicioniranju, prepoznatljivosti i promociji destinacije kroz jačanje turističkog sektora, a zajedničkom suradnjom s UHPA-om cilj je orijentirati se na razvoj proizvoda i rast turističkog prometa u pred i post sezoni.

Opis aktivnosti

Tijekom 2025. godine TZ Zadarske županije ostvarila je uspješnu suradnju s Udrugom hrvatskih putničkih agencija (UHPA), unutar koje je Zadarska županija proglašena UHPA-inom preporučenom domaćom destinacijom godine. Suradnja je započela konferencijom za medije povodom potpisivanja ugovora, te je najavljena zajednička promocija regije. UHPA je tijekom cijele godine promovirala Zadarsku županiju putem banneri na svojim internetskim stranicama, službenim dopisima, newsletterima i objavama, dok je TZ Zadarske županije osigurala promotivne materijale i sadržaje za sve UHPA-ine aktivnosti, skupove i edukacije.

Kao dio suradnje, Dani UHPA-e 2025. godine održani su od 26. do 28. ožujka u hotelu Piniya u Petrcanima, upravo na području Zadarske županije. Na trodnevnom skupu okupili su se predstavnici vodećih turističkih agencija, ključni dionici u turizmu i brojni partneri udruge, a naglasak je bio na aktualnim trendovima, digitalizaciji i održivosti turizma. Program je uključivao stručne prezentacije,

Izvješće o radu za razdoblje I-XII 2025.

panele pod nazivom „Tri DA! za turizam“, kao i B2B networking s više od trideset sudionika. Događaj su dodatno uveličali ministar turizma Tonči Glavina te direktor HTZ-a Kristijan Staničić. Posebna pažnja posvećena je promociji regije kroz studijske obilaske Solane Nin, CroCherry plantaže i grada Zadra, čime su sudionici upoznati s prirodnim, kulturnim i gastronomskim bogatstvom županije. Zadarska županija dodatno je promovirana putem ekskluzivnog image oglasa na UHPA kalendaru za 2025. godinu, čime je kroz cijelu godinu bila prisutna u vizualnom fokusu ciljane publike. Uključivanjem u pridruženo članstvo UHPA-e bez članarine, TZ Zadarske županije stekla je pristup vrijednim informacijama i mogućnost razmjene znanja s ostalim članicama. Suradnja je omogućila snažno pozicioniranje županije kao cjelogodišnje destinacije koja nudi autentične doživljaje, a Dani UHPA-e potvrdili su svoju ulogu ključnog godišnjeg okupljanja hrvatske turističke industrije.



Javni poziv za dodjelu potpora u 2025. programima destinacijskih menadžment kompanija (DMK)

Cilj aktivnosti

DMK u praksi stvaraju doživljajna putovanja koji posjetitelje uključuju u život lokalnog stanovništva, potiču emotivne veze te naglašavaju upravo ono što je jedinstveno za zadarsku regiju. Ovom inicijativom žele se ostvariti sljedeći ciljevi: ravnomjeran razvoj turizma Zadarske županije, razvoj cjelogodišnjeg turizma, razvoj turizma posebnih interesa, te jačanje brenda destinacije.

Opis aktivnosti

Javnim pozivom i vezanim procesima dodjeljuju se potpore za programe razvoja i uvođenja na tržište složenih turističkih proizvoda posebnih interesa – TOP doživljaja - isključivo na području Zadarske županije. Korisnici potpore su registrirane turističke agencije sukladno važećim propisima. Sredstva potpore mogu se dodijeliti i koristiti isključivo za programe razvoja i uvođenja na tržište složenih turističkih proizvoda.

U svim materijalima (informativnim i promotivnim) vezanim uz projekt koji primi potporu mora biti vidljiva pripadnost destinaciji Zadar Region kroz primjenu „SayYES!“ loga i slogana, te brend-identiteta u istim materijalima. Korisnik potpore dužan je u svim vrstama oglašavanja i distribucije objaviti oglas, odnosno brendirati štand, prezentaciju i druge vezane materijale komunikacijskim konceptom „SayYES!“ i porukama TZŽ.

Korisnik je dužan u provedbi i planiranju voditi se [Priručnikom za kreiranje doživljaja](#) koji je izradila TZŽ. Sredstva potpore mogu se dodijeliti i koristiti za programe razvoja i/ili uvođenja na tržište i/ili promidžbe složenih turističkih proizvoda i to za sljedeće troškove razvoja, distribucije, promocije i troška zaposlenika:

A. Izradu promotivnih alata/materijala:

Izvešće o radu za razdoblje I-XII 2025.

- izradu tekstova (copywriting) i njihov prijevod na strane jezike,
- izradu promotivnih alata (izrada audio i video materijala, oglasa, web stranica i dr.);
- izradu i tisak promotivnih materijala (brošura, kataloga, letaka i sl.);

B. Oglašavanje u medijima:

- oglašavanje u tiskanim medijima, na televiziji i radiju,
- vanjsko oglašavanje (plakati, displeji na javnim prostorima i javnom prijevozu, dr.),
- *online* oglašavanje (oglašavanje na portalima javnih medija, oglašavanje tekstualnim oglasima na tražilicama, banner oglašavanje i dr.),
- oglašavanje na društvenim mrežama (plaćeni oglasi plasirani preko Ads Manager sustava za potrebe svoje promocije).

C. Distribuciju:

- sudjelovanje na B2B poslovnim radionicama koje nisu u organizaciji TZŽŽ;
- nastupi na turističkim sajmovima i događanjima koje nisu u organizaciji TZŽŽ
- organiziranje studijskih putovanja za strane novinare, agente i komercijaliste turoperatora ili agencija i druge potencijalne prodajne suradnike za distribuciju portfelja tematske ponude.

D. Ostalo

- edukacija zaposlenika povezanih s proizvodom
- trošak članarine u međunarodnim/inozemnim asocijacijama
- i slično.

Temeljem provedenog Javnog poziva, Radna skupina je utvrdila kako se ukupno prijavilo 11 projekta od kojih 9 zadovoljava sve uvjete propisane javnim pozivom. Radna skupina je utvrdila kako 2 kandidatura ne zadovoljavaju određene uvjete Javnog poziva na način da:

- prijavljene aktivnosti i/ili vrsta korisnika nisu u skladu s kriterijima Javnog poziva,
- 1 kandidatura je povučena.

Povjerenstvo je predložilo Turističkom vijeću raspodjelu potpora, a s obzirom na veliki broj kandidatura, iznos potpore može biti do maksimalnih 5.000,00 € po prijavitelju u svrhu aktivnosti sukladnih namjeni Javnog poziva.

Turističko vijeće TZ Zadarske županije je na svojoj 43. sjednici, održanoj dana 28. travnja 2025. donijelo odluku o dodjeli potpora temeljem Javnog poziva. Sukladno navedenom Javnom pozivu 9 subjekata je ostvarilo pravo na potporu, a vrijednost ostvarenih potpora iznosi **25.000,00 €**.

POTPORE DMK 2025.				
ORGANIZATOR	NAZIV PROJEKTA	DESTINACIJA	IZNOS POTPORE	
1	Caliper d.o.o. – Zzuum Active Vacation	„ZADAR REGION AND ISLANDS CYCLING TOUR – 8 DAYS/7 NIGHTS – GROUP TRAVEL“	Zadarska županija	5.000,00 €
2	TERRA TRAVEL D.O.O.	Zadar: Waves, Wind and Flavors	Zadarske županija - otoci	5.000,00 €
3	Topena d.o.o.	Stazama prirodnih ljepota srca Jadrana	Zadarska županija	
4		Dugi, otok emocija i ljepota	Dugi otok	5.000,00 €
5		Ljepote zadarske županije biciklom	Zadarska županija	
6	Uniline d.o.o.	EcoZadar	Zadarska županija	4.000,00 €
7	Sunturist d.o.o.	Stazama rijeka i visina	Zadarska županija	4.000,00 €

Izvešće o radu za razdoblje I-XII 2025.

8	Pustolovina kroz krš i valove	Zadarska županija	
9	ADAMO SALI d.o.o. LONG ISLAND EXPERIENCE	Dugi otok	2.000,00 €
UKUPNO			25.000,00 €

Do kraja 2025. godine, a temeljem dostavljenih dokaznica, isplaćene su potpore za sve projekte koji su ostvarili pravo na potporu.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZ Zadarske županije, DMK, lokalne turističke zajednice

Rokovi realizacije aktivnosti: Kraj 2025.

Na realizaciju projekta 2.5. „**PODRŠKA TURISTIČKOJ INDUSTRIJI**“ u 2025. godini utrošeno je ukupno 45.164,80 € prema slijedećoj računovodstvenoj strukturi:

- Putni troškovi radnika 489,80 €
- Reprerentacija 925,00 €
- Usluge promidžbe i informiranja u tuzemstvu, mrežne stranice (UHPA) 18.750,00 €
- Donacije dane ostalim primateljima 25.000,00 €

3. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE

	RASHODI/AKTIVNOSTI	Plan za 2025.	Rebalans 2025.	Realizacija 2025.	Indeks realizacija / rebalans	Udio % u realizaciji
3.	KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE	1.720.000,00 €	1.820.300,00 €	1.810.851,57 €	99	68,13%
3.1.	Definiranje <i>branding</i> sustava i <i>brand</i> arhitek.	- €	- €	- €	0	0,00%
3.2.	Oglašavanje destinacijskog brenda, turističke ponude i proizvoda	524.000,00 €	524.000,00 €	514.806,70 €	98	19,37%
3.3.	Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR	155.000,00 €	131.000,00 €	127.811,05 €	98	4,81%
3.4.	Marketinške i poslovne suradnje	640.000,00 €	901.000,00 €	870.408,05 €	97	32,75%
3.5.	Sajmovi, poslovne prezentacije i poslovne radionice	250.000,00 €	180.000,00 €	199.624,20 €	111	7,51%
3.6.	Suradnja s organizatorima putovanja	35.000,00 €	2.500,00 €	11.359,50 €	454	0,43%
3.7.	Kreiranje promotivnog materijala	77.000,00 €	41.000,00 €	45.027,29 €	110	1,69%
3.8.	Internetske stranice	29.000,00 €	30.800,00 €	30.496,98 €	99	1,15%
3.9.	Kreiranje i upravlj. bazama tur.podat.	10.000,00 €	10.000,00 €	11.317,80 €	113	0,43%
3.10.	Turističko-informativne aktivnosti	- €	- €	- €	0	0,00%

3.1. DEFINIRANJE BRENDING SUSTAVA I BEND ARHITEKTURE

RASHODI/AKTIVNOSTI	Plan za 2025.	Rebalans 2025.	Realizacija 2025.	Indeks realizacija / rebalans	Udio % u realizaciji
Definiranje <i>branding</i> sustava i <i>brand</i> arhitek.	- €	- €	- €	0	0,00%

Turistička zajednica 2018. godine usvojila je Brend-strategiju koja je u punoj primjeni od 2019. godine, te kroz dokument jasno definirala ključne proizvode te brand arhitekturu koji primjenjuje u svim svojim aktivnostima komuniciranja i potporama.

3.2. OGLAŠAVANJE DESTINACIJSKOG BRANDA, TURISTIČKE PONUDE I PROIZVODA

RASHODI/AKTIVNOSTI	Plan za 2025.	Rebalans 2025.	Realizacija 2025.	Indeks realizacija / rebalans	Udio % u realizaciji
Oglašavanje destinacijskog brenda, turističke ponude i proizvoda	524.000,00 €	524.000,00 €	514.806,70 €	98	19,37%
Izrada i provođenje Medija plana	400.000,00 €	400.000,00 €	394.961,77 €	99	14,86%
Posebne tematske kampanje po tur.proizvodima i prigodne kampanje	92.500,00 €	92.500,00 €	88.344,93 €	96	3,32%
Komunikacija na društvenim mrežama	31.500,00 €	31.500,00 €	31.500,00 €	100	1,19%

Izvešće o radu za razdoblje I-XII 2025.

TZ Zadarske županije kontinuirano jača brand Zadar Region kroz pažljivo osmišljene medijske kampanje. Suradnja s vodećim europskim medijima rezultirala je većom vidljivošću destinacije na ključnim tržištima. Autentičan i kvalitetan sadržaj omogućava pozicioniranje regije kao održive i atraktivne turističke destinacije. Oglašavanje se provodi putem online i offline kanala, ciljano prema tržištima s najvećim potencijalom. Takav pristup doprinosi boljoj prepoznatljivosti Zadarske regije i povećanju turističke potražnje.

3.2.1. IZRADA I PROVOĐENJE MEDIJA PLANA

TZ Zadarske županije u 2025. godini nastavlja s ambicioznim promocijama regije, oslanjajući se na iskustva prethodnih kampanja i detaljnu analizu tržišta. S obzirom na trendove u putovanjima i medijskoj konzumaciji, ciljevi su usmjereni na diferencijaciju destinacije i privlačenje gostiju kroz inovativne online i offline strategije. Fokus kampanja bit će na tržištima visokog potencijala, uključujući Njemačku, Austriju, Poljsku, Češku, Italiju, Sloveniju, Mađarsku, Slovačku, UK, Francusku, Nizozemsku i Skandinaviju. Promocija će biti vremenski usklađena s navikama rezerviranja pojedinih tržišta kako bi se maksimizirao učinak. Poseban naglasak stavit će se na proizvode poput gastronomije, nautike, kulturnog i aktivnog odmora, osobito u pred i posezoni.

TZ Zadarske županije provest će više kampanja oglašavanja, bilo samostalno ili udruženo u sljedećim oblicima:

Awareness udružena digitalna kampanja

Digitalnu Awareness kampanju, TZ Zadarske županije je provela u suradnji s lokalnim turističkim dionicima - lokalnim turističkim zajednicama, klasterima TZ-ova, te renomiranim partnerima - Falkensteiner Hotels & Resorts i Aminess Avalona Resorts. Korištenjem naprednih formata i pažljivo odabranih komunikacijskih kanala, Zadarska županija dodatno je učvrstila svoju vidljivost i poziciju na europskom turističkom tržištu. Kampanja je bila aktivna od veljače do srpnja 2025. godine, obuhvativši 12 ključnih emitivnih europskih tržišta: Njemačku, Austriju, Poljsku, Češku, Italiju, Sloveniju, Mađarsku, Slovačku, Ujedinjeno Kraljevstvo, Francusku, zemlje Beneluxa i Skandinaviju. Primarni cilj kampanje bio je daljnje jačanje brenda Zadarske županije kao poželjne turističke destinacije kroz snažan digitalni narativ: inspirirati, educirati i motivirati potencijalne posjetitelje na odabir županije za svoj odmor.

Fokus je bio na storytelling formatima - uzbudljivim, poučnim i vizualno atraktivnim sadržajima objavljenima na najrelevantnijim europskim online medijima. Kampanja je uključivala: uredničke i PR članke, personalizirane landing stranice i display oglašavanje putem velikih i dinamičnih banera. Glavna poruka kampanje *Say YES to Zadar Region* dodatno je bila razrađena kroz podporuke usmjerene na ključne turističke proizvode županije: *Say YES to flavours!*, *Say YES to adventure!*, *Say YES to memories!*, čime je naglašena raznolikost i autentični karakter destinacije.

Izveštaj "Awareness" kampanje po tržištima

Njemačka

Na njemačkom tržištu, kampanja je bila snažno prisutna na najposjećenijim nacionalnim portalima kroz kombinaciju storytelling i display formata.

T-online.de je vodeći njemački portal s izuzetno širokim dosegom i tematskim rasponom, od aktualnih vijesti do putovanja. Urednički članak na t-online.de opisao je prirodne ljepote Zadarske županije, turističke proizvode, a unutar samog članka integrirana je karta županije s lokacijama koje su spomenute u članku. Tekst je popraćen atraktivnim fotografijama županije, a linkovi unutar teksta

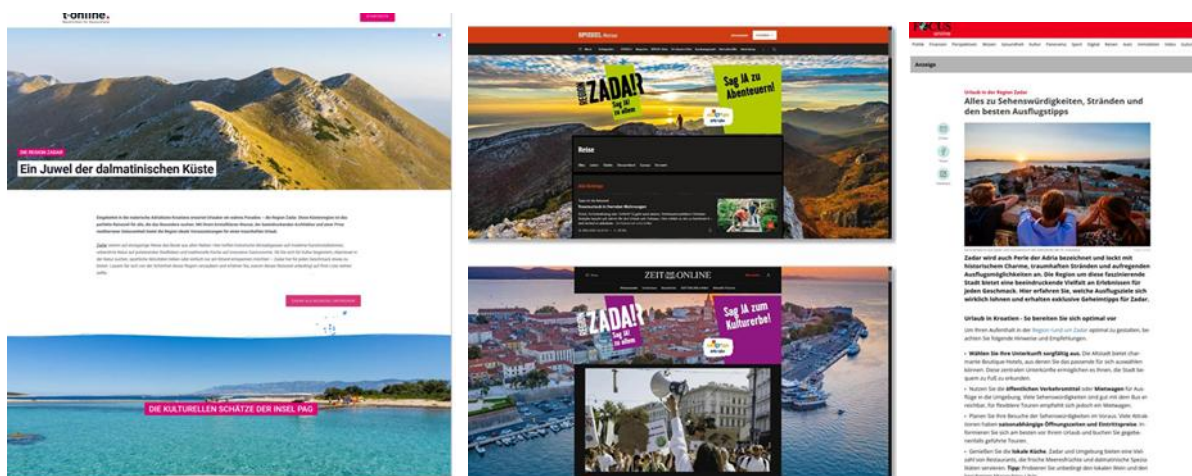
Izvjeshće o radu za razdoblje I-XII 2025.

su čitatelje preusmjeravali na službene stranice TZ Zadarske županije. Članak je bio pročitan više od 16.700 puta, s prosječnim vremenom čitanja od gotovo 4 minute.

Focus.de - jedan od najpoznatijih i najcjenjenijih njemačkih medija koji se bavi temama iz raznih životnih sfera kao što su lifestyle, odmor i kultura. Objavljen je urednički članak koji je sugerirao čitatelju što treba posjetiti, istražiti i okusiti tijekom boravka u Zadarskoj županiji, a članak je bio pročitan gotovo 10.000 puta.

Die Zeit - renomirani njemački tjednik i online medij s premium publikom, obrazovanom i utjecajnom ciljnom skupinom. Na Die Zeitu su objavljeni atraktivni veliki display formati koji su korisnike vodili na službene stranice TZ Zadarske županije. Oglasi su prikazani više od 450.000 puta, a ostvarili su više od 1.500 posjeta web stranici zadar.hr.

Programatsko oglašavanje u Njemačkoj uključivalo je brojne travel, lifestyle i news portale s preciznim ciljanjem korisnika koji pokazuju interes za odmor i putovanja. Vizualno privlačni display oglasi, temeljeni na glavnim vizualima kampanje, prikazani su više od 1,1 milijun puta, generirajući preko 17.000 klikova prema službenoj web stranici TZ Zadarske županije.



Austrija

Na tržištu Austrije, Zadarska županija predstavila je svoju turističku ponudu kombiniranjem storytelling i display formata.

Krone.at zauzima prvo mjesto po popularnosti u području online vijesti u Austriji. Zadarska županija predstavljena je kroz dva native članka uz opise svojih proizvoda i sub-destinacija. Prvi članak je je pozivao čitatelje da provedu odmor u Zadarskoj županiji, a drugi članak je čitateljima opisivao sedmodnevni itinerer te pozivao čitatelje da planiraju boravak duži od sedam dana. Unutar drugog članka bila je integrirana i nagradna igra u kojoj su mogli sudjelovati svi zainteresirani čitatelji. Oba članka su planirano imala 1,6 milijuna impresija medijskih native teasera u zadanom periodu, no isporučeno ih je više – 1.689.270, a posljedično tome ostvareno je više od 12.366 čitanja. Ovi rezultati pokazuju interes austrijskih korisnika.

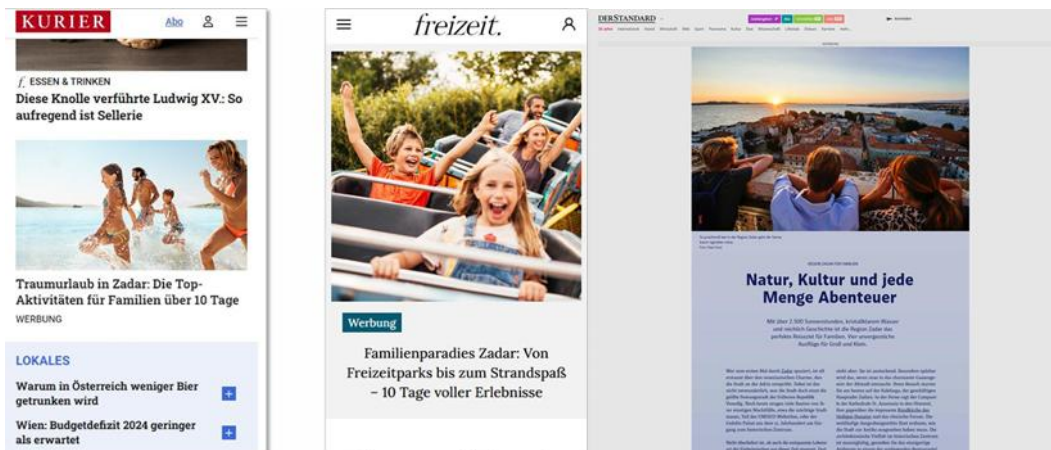
Kurier.at je jedan od vodećih austrijskih informativnih portala, a Zadarska županija predstavljena je na portalu posvećenom putovanjima i odmoru - freizeit.at. Native članak je vizualno i tekstualno privukao korisnike koji su se mogli informirati o sub-destinacijama, aktivnostima i ljepotama Zadarske županije. Članak je ostvario više od 3.800 čitanja, a čitatelji su se u prosjeku više od 3 minute zadržavali na članku, što potvrđuje ogroman interes austrijske publike za županijom.

DerStandard je jedan od najpopularnijih portala na austrijskom tržištu, a Zadarska županija predstavljena je kroz vizualno dojmljiv i dinamičan članak. Članak nije imao garanciju čitanja, a

Izvješće o radu za razdoblje I-XII 2025.

medijski native teaseri su vodili zainteresirane čitatelje na članak. Članak je ostvario preko 4.000 čitanja, a čitatelji su konzumirali sadržaj više od dvije minute.

Programatsko oglašavanje u Austriji uključivalo je travel, lifestyle i news portale i stranice, ciljajući na publiku koja ima interes za putovanja, kulturu i odmor. Privlačni banneri su ostvarili više od 500.000 impresija što je rezultiralo s više od 4.700 klikova/posjeta prema zadar.hr, stranici na kojoj su se mogli više informirati o Zadarskoj županiji.



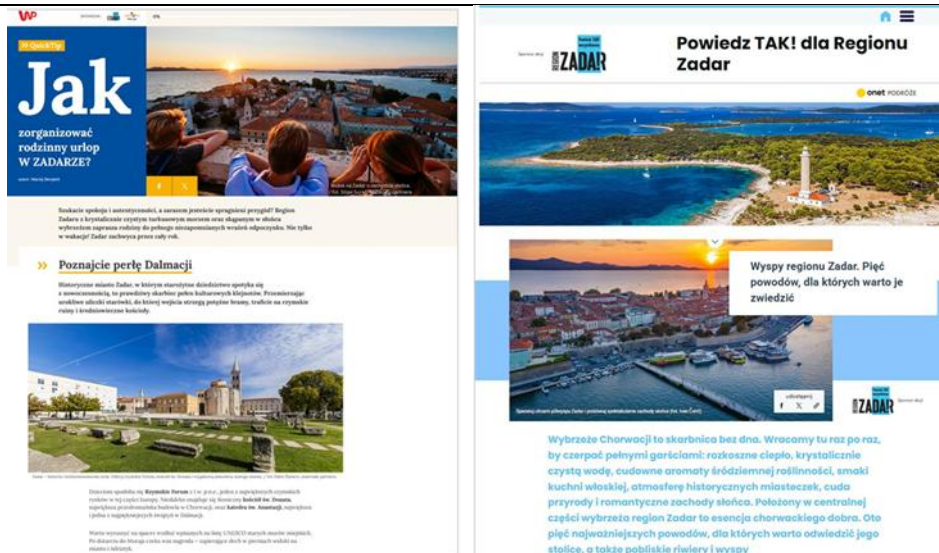
Poljska

Na poljskom tržištu Zadarska županija predstavljena je na dva medija: wp.pl koji je drugi najposjećeniji news site u Poljskoj i na onet.pl najposjećenijem webu u Poljskoj.

WP.pl je jedan od najpopularnijih i najposjećenijih internetskih portala u Poljskoj. Kao digitalni medij s dugogodišnjom tradicijom, WP.pl nudi širok spektar sadržaja - od vijesti i politike, preko zabave, sporta i lifestylea, do tehnologije i financija, te ima visoku vidljivost i širok doseg. Zadarska županija predstavljena je kroz dva članka. Prvi native članak je podijeljen u tri sekcije. Čitajući članak čitatelji su mogli birati sekciju koja ih najviše zanima (plaže, gastronomija, kultura ili prirodne ljepote). Članak je pročitano više od 28 tisuća puta, od kojih je bilo više od 20 tisuća jedinstvenih čitatelja koji su prosječno konzumirali sadržaj gotovo minutu. Drugi native članak je opisivao ljepote, aktivnosti Zadarske županije i njezinih sub-destinacija, a popraćen je velikim brojem atraktivnih i prikladnih fotografija. Članak je bio pročitano više od 16.000 puta, od kojih je bilo gotovo 15.500 jedinstvenih čitatelja, a sadržaj je čitan gotovo dvije minute.

Onet.pl je vodeći internetski portal u Poljskoj s velikim dosegom i snažnim brendom koji uključuje specijalizirane podsekcije i platforme. Pokriva raznolike teme, pružajući odličnu platformu za objavljivanje sadržaja zbog svoje velike vidljivosti i utjecaja na poljsko tržište. TZ Zadarske županije predstavljena je kroz landing page na kojem su reaktivirana i ažurirana dva članka, objavljena su dva nova urednička članka te kviz, video i banner koji je vodio čitatelje na službene stranice zadar.hr. Landing page stranica s 4 objavljena članka i kvizom ostvarila je gotovo 74.000 čitanja, od kojih je bilo više od 68.000 jedinstvenih čitatelja koji su ostvarili visoku stopu angažiranosti od 60,19%, a sadržaj su čitali više od dvije minute.

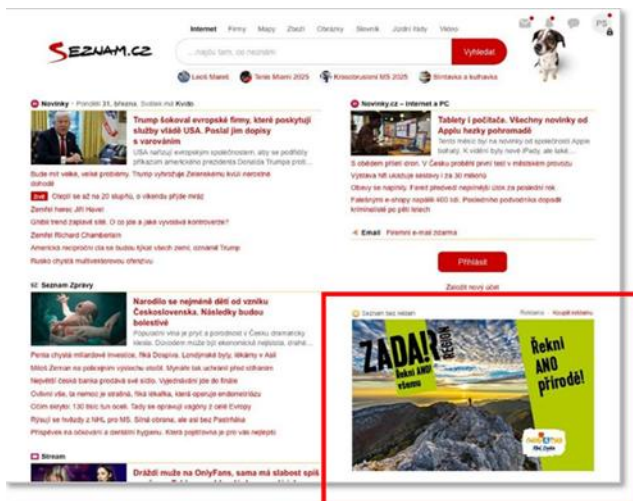
Izvjeste o radu za razdoblje I-XII 2025.



Češka

Na českom tržištu, Zadarska županija je predstavljena na landing stranici posvećenoj sub-destinacijama županije, aktivnostima i gastronomiji.

Važno je istaknuti da je landing stranica promovirana na portalu *seznam.cz* koji je najveća medijska kuća na tržištu, lider u tehnologiji, s milijunima posjeta mjesečno. Njegova publika je široka i raznolika, pokrivajući teme raznovrsne teme poput lifestyle-a, odmora, putovanja i kulture. Planirano je 20.000 posjeta landing stranici, a ostvareno je više od 23.000 posjeta, što je više od planiranog. Ovakva razlika potvrđuje interes českih čitatelja za Zadarskom županijom.



Italija

Na talijanskom tržištu, Zadarska županija predstavljena je na portalu *siviaggia.it* koji slovi za jednog od najpopularnijih travel portala u Italiji.

Zadarska županija je predstavljena kroz dva native članka koji otkrivaju manje poznata mjesta, aktivnosti i specifičnosti Zadarske županije. Članci su ostvarili više od 13.000 čitanja, a čitatelji su otkrivali posebnosti županije više od jednu minutu.

Izvešće o radu za razdoblje I-XII 2025.

Na poznatim i vodećim internetskim portalima u Italiji - *Libero.it* i *Virgilio.it* objavljeni su atraktivni i veliki display banneri te native oglasi koji su klikom vodili na *zadar.hr*. Oglasi su ostvarili gotovo pola milijuna impresija, što je rezultiralo s preko 7.500 posjeta stranici.



Slovenija

Na slovenskom tržištu predstavljanje TZ Zadarske županije ostvareno je na tri portala: *siol.net*, *zurnal24.si* i *aktivni.si*, a sveukupno su objavljena 3 članka.

Siol.net je jedan od najstarijih i najvažnijih web portala u Sloveniji te ima značajnu publiku zbog svoje dugogodišnje reputacije i raznovrsnog sadržaja. Objavljeni članak je pozivao čitatelje da kažu DA morskim pustolovinama u Zadarskoj županiji, a ostvario je izvanredne rezultate – više od 7.500 čitanja s prosječnim čitanjem od gotovo dvije minute. Na istoimenom mediju, objavljeni su display oglasi različitih formata, a bili su prikazani više od 165.000 puta, ostvarujući gotovo 4.500 klikova prema stranici *zadar.hr*.

Žurnal24.si je jedan od najposjećenijih slovenskih informativno-zabavnih portala, a objavljeni članak je predstavljao Zadarsku županiju kao idealno mjesto za odmor. Članak je bio pročitao više od 3.700 puta, a čitatelji su ga čitali više od minutu.

Aktivni.si portal posvećen ljubiteljima aktivnosti na otvorenom, a Zadarska županija opisana je kao idealno mjesto zbog svoje raznovrsne ponude prirodnih ljepota i aktivnosti na otvorenom. Članak je bio pročitao gotovo 2.000 puta.

Linker Native Network obuhvaća razne portale u Sloveniji, targetirajući ciljanu publiku i njihove interese. Native oglasi su bili prikazani na raznim lifestyle portalima, a ostvarili su 4.000 klikova prema službenoj web stranici TZ Zadarske županije.

Mađarska

Promocija u Mađarskoj uključivala je kombinaciju storytelling i display formata.

Članak o zadarskoj županiji objavljen je na **glamour.hu** koji slovi za jednog od popularnih mađarskih portala te je fokusiran na modu, ljepotu, lifestyle i celebrity vijesti, privlačeći široku i raznoliku publiku. Native članak je predstavio prirodne ljepote, aktivnosti i doživljaje koje posjetitelji mogu doživjeti prilikom boravka u županiji. Članak je imao više od 5.600 čitanja.

Blikk.hu je vodeći mađarski online portal s velikim dosegom i raznolikom publikom, te nudi istaknute pozicije formata koji pomažu jačati prepoznatljivost brendova. Zadarska županija se predstavila koristeći istaknute i velike display bannere koji su prikazani više od 150.000 puta, te su ostvarili više od 5.000 posjeta prema određnim stranicama sudionika.

Slovačka

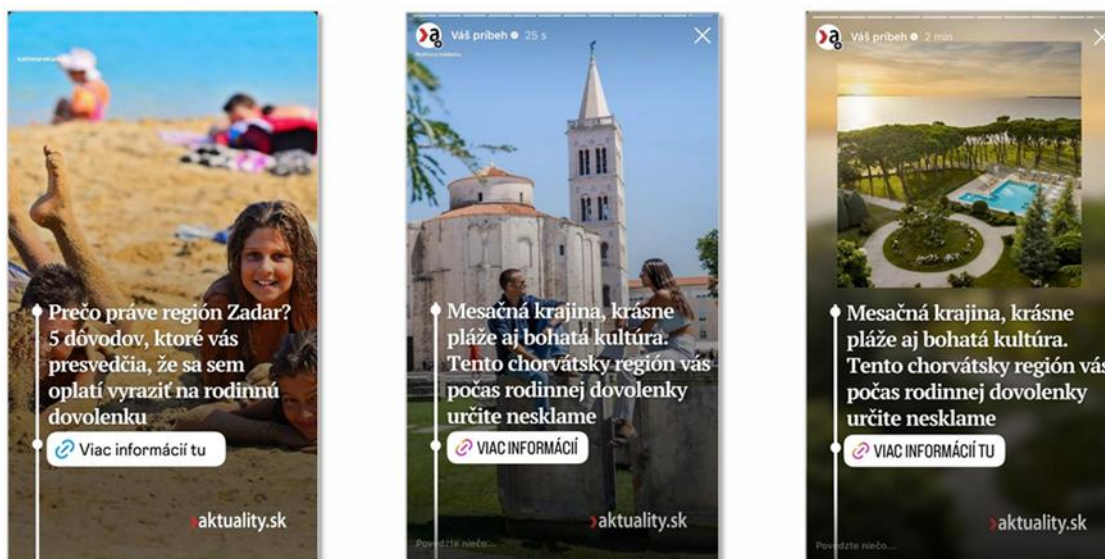
Zadarska županije predstavila se na slovačkom tržištu kroz kombinaciju storytelling i display formata.

Izveščé o radu za razdoblje I-XII 2025.

Objavljen je članak na mediju **aktuality.sk** – broj jedan medij na slovačkom tržištu, najutjecajnije digitalni informativni portal koji brendovima pomaže dosegnuti aktivnu i obrazovanu publiku. Članak je predstavio prirodne ljepote, aktivnosti na otvorenom i kulturno nasljeđe Zadarske županije, te naglasio da postoje direktni letovi na relaciji Zadar-Bratislava, a ostvario je izvanredne rezultate. Bio je pročitán više od 14.000 puta, a korisnici su konzumirali sadržaj gotovo minutu.

Na istoimenom portalu i sestrinskim lifestyle portalima objavljeni su veliki i atraktivni display oglasi, koji su bili prikazani više od 230.000 puta, što je rezultiralo s preko 300 klikova prema određnim stranicama sudionika.

Programatsko oglašavanje u Slovačkoj uključivalo je razne lifestyle, travel, news portale s posebnim targetom na publiku čiji su interes putovanja, odmor, gastronomija i kultura. Banneri različitih formata s motivima Zadarske županije su prikazani više od milijun puta, a ostvarili su preko 6.600 posjeta prema službenoj stranici zadar.hr.



UK

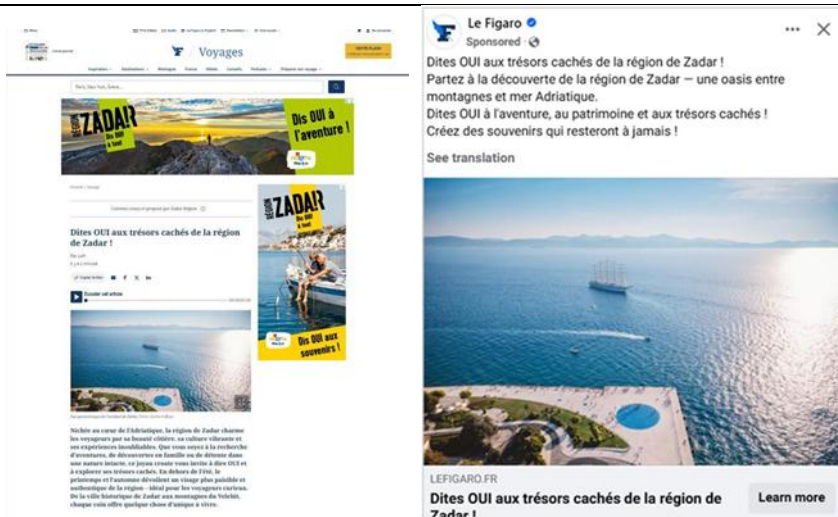
Na tržištu UK-a komunikacija je ostvarena kroz visoko ciljani digitalni pristup na portalima orijentiranim prema aktivnim putnicima i ljubiteljima autentičnih destinacija.

Programatsko oglašavanje u UK-u je obuhvaćalo razne popularne news portale, nišne portale za lifestyle, travel, gastronomiju i kulturu. Kroz atraktivne bannere različitih dimenzija, Zadarska županija je zaintrigirala korisnike te je ostvareno gotovo 10.000 klikova prema stranici zadar.hr, a oglasi su bili prikazani 1,4 milijun puta.

Francuska

Na francuskom tržištu ostvarena je suradnja s medijem koji se obraća publici s interesom za putovanja i kulturu.

Zadarska županija predstavljena je na portalu **LeFigaro.fr** - najpoznatijem, najpopularnijem i najprestižnijem mediju na francuskom tržištu. Native članak je poziva čitatelje da kažu DA skrivenim blagima Zadarske županije. Rezultati su bili izvrsni, ostvareno je gotovo 22.000 čitanja, a čitatelji su sadržaj čitali više od tri minute.



Benelux

U zemljama Beneluxa kampanja je bila fokusirana na kombinaciju native članaka i display oglašavanja putem najčitanijih portala s turističkim, lifestyle i news sadržajem.

Na nizozemskom tržištu, objavljen je članak na telegraaf.nl – najrespektabilniji i najprestižniji medij na nizozemskom tržištu. Objavljeni članak je predstavio prirodne ljepote i kulturno nasljeđe Zadarske županije, a ostvario je izvrsne rezultate – preko 38.000 čitanja, a korisnici su sadržaj konzumirali više od pola minute.

Na tržištu Beneluxa, istodobno je bilo aktivno i **programatsko oglašavanje** koje je uključivalo razne news i lifestyle portale i platforme na području Nizozemske, Belgije i Luksemburga. Atraktivni oglasi su bili prikazani više od dva milijuna puta, generirajući preko 27.000 posjeta službenoj stranici TZ Zadarske županije.



Skandinavija

Skandinavsko tržište pokriveno je kroz inspirativan storytelling format. Županija je predstavljena na jednom od najpopularnijih i najutjecajnijih švedskih portala svd.se i sestrinskom portalu za mlade aftonbladet.se čiji su članci urednički i pišu ih top nagrađivani urednici i novinari. Oba urednička članka predstavila su Zadarsku županiju i njezine sub-destinacije, naglašavajući avio-povezanost Švedske i Zadra, te su članci dodatno oplemenjeni intervjuom s popularnom hrvatsko-švedskom

Izvješće o radu za razdoblje I-XII 2025.

neuro-znanstvenicom zadarskih korijena. Članci su ostvarili izvrsne rezultate – pročitani su više od 48.000 puta, a u prosjeku su ga čitali gotovo minutu i pol.

Na gotovo svim eminentnim tržištima, sveukupno su objavljena 24 članka koja su generirala više od 343.000 čitanja, a ukupno su čitani više od 9.200 sati. Ovogodišnje brojke su premašile prošlogodišnje što potvrđuje veliku zainteresiranost publike za predstavljenim sadržajem.

Display oglasi su bili prikazani više od 13,8 milijuna puta, ostvarujući više od 89.000 posjeta/klikova prema web stranici zadar.hr na kojoj su se potencijalni posjetitelji mogli više informirati o samoj destinaciji i njenoj ponudi. Povećan interes i angažman publike potvrđuju rastuću prepoznatljivost županije te predstavljaju snažan temelj za daljnje marketinške aktivnosti i promociju u nadolazećim godinama.

On-site kampanja za turiste koji već borave u destinaciji

Kampanja „On-site activities“ imala je za cilj promociju konkretnih aktivnosti, doživljaja i ponude Zadarske županije turistima koji su se u vrijeme trajanja kampanje već nalazili na odmoru u destinaciji. Fokus je bio na informiranju gostiju o mogućnostima aktivnog boravka i autentičnim iskustvima dostupnim u destinaciji, uz poticanje na istraživanje i sudjelovanje u lokalnim aktivnostima. Oglasi na društvenim mrežama sastojali su se od atraktivnih fotografija, zanimljivih opisa i upečatljivih poruka kao što su „Say YES to adventures!“ i „Say YES to islands!“, a klikom na „Learn more“ korisnike se vodilo na „Explore“, službenu podstranicu web stranice TZ Zadarske županije, gdje su zainteresirani turisti mogli detaljno istražiti konkretnu ponudu. Naime, „Explore“ je posebna podstranica službene web stranice TZ Zadarske županije, a osmišljena je kao digitalni vodič kroz aktivnosti i doživljaje u županiji. Podstranica turistima nudi brz i praktičan pregled onoga što Zadarska županija nudi „ovdje i sada“, dok borave u destinaciji. Oglasi su bili dodatno prilagođeni tržištima iz kojih su turisti dolazili, čime se povećala relevantnost poruka i učinkovitost kampanje. Kampanja je pokrenuta 2. srpnja i trajala je do 31. kolovoza 2025. godine, a tijekom tog perioda oglasi na društvenim mrežama zahvatili su više od 530.000 korisnika/turista koji su se nalazili na području Zadarske županije i u okolnim županijama. Navedeni oglasi su ostvarili više od 23.000 posjeta službenoj podstranici „Explore“, a prikazani su više od 3.000.000 puta što znači da je kampanja izravno utjecala na povećanje svijesti o lokalnim atrakcijama i aktivnostima te pridonijela vidljivosti manjih turističkih subjekata u regiji.



Izvešće o radu za razdoblje I-XII 2025.

Last minute kampanja na tržištu Njemačke

U periodu od 12. do 17. srpnja 2025. TZ Zadarske županije provela je „Last-minute“marketinšku kampanju usmjerenu na njemačko tržište. Glavni cilj kampanje bio je potaknuti interes njemačkih putnika za last-minute putovanja te promocija Zadarske županije kao idealne destinacije za odmor. Kampanja je bila provedena isključivo putem digitalnih kanala, s naglaskom na društvene mreže Facebook, Instagram i TikTok, koje imaju velik doseg među njemačkim korisnicima. Oglasi su bili ciljano usmjereni prema osobama koje žive u gradovima s direktnim avionskim linijama prema Zadru, čime se dodatno povećala učinkovitost kampanje. Vizualni sadržaji isticali su prirodne ljepote, kulturnu baštinu, obiteljski turizam i aktivnosti na otvorenom, a slogan „Reci DA Zadarskoj županiji!“ poticao je korisnike na interakciju. Klikom na poveznicu *Learn more*, korisnici su bili usmjereni na službenu web stranicu TZ Zadarske županije s detaljnom ponudom destinacije.

Tijekom trajanja kampanje, oglasi su dosegнули više od 797 tisuća korisnika, ostvarili preko 2 milijuna prikaza i više od 10 tisuća klikova na poveznice koje su vodile na službenu web stranicu TZ Zadarske županije. Prosječni CTR iznosio je 0,52 %, što ukazuje na dobru razinu angažmana publike. Facebook i Instagram ostvarili su najveći broj klikova i najbolji CTR, dok je TikTok pridonio većem dosegu i vidljivosti među mlađom publikom. Kampanja „Last-minute“uspješno je ispunila svoj cilj: povećanje vidljivosti Zadarske županije na ključnom emitivnom tržištu Njemačke uoči ljetne turističke sezone. Korištenjem atraktivnih vizuala, optimiziranog ciljanog oglašavanja i relevantnog sadržaja, ostvaren je značajan digitalni doseg i angažman korisnika.



Zimska kampanja (2025/2026 - DACH tržišta)

Kampanja cilja na rane rezervacije tijekom zimskih mjeseci koristeći sunčane, morske motive u kontrastu s hladnim zimskim ambijentom tržišta. Realizira se krajem godine kroz suradnju s najvećim medijima na DACH tržištima.

SEE YOU SOON

TZ Zadarske županije, u suradnji sa specijaliziranom agencijom i TZ grada Zadra, provela je zimsku promotivnu kampanju pod nazivom „See You Soon“, usmjerenu na jačanje vidljivosti destinacije u zimskom periodu ali i promociju zadarske županije kao potencijalne destinacije za predsezona 2026. Kampanja je bila fokusirana na njemačko tržište, s posebnim naglaskom na grad München budući da postoji direktna zračna linije Muenchen-Zadar do siječnja 2026 godine. Kampanja je trajala u periodu studenoga i prosinca 2025. godine, razdoblju kada njemačka publika intenzivno donosi

Izvešće o radu za razdoblje I-XII 2025.

odluke o putovanjima za sljedeću godinu, ali i o kratkoročnim adventskim posjetima. Glavna poruka kampanje, prilagođena njemačkom tržištu, bila je slogan „Bis bald oder bis gleich!“, koji potiče na skori dolazak i planiranje budućih putovanja. Promocija je obuhvatila kombinaciju DOOH (digital out-of-home) oglašavanja i digitalnih aktivnosti. Outdoor kampanja uključivala je reklamne bannere na frekventnim lokacijama visokog prometa poput Glavnog željezničkog kolodvora i podzemne stanice Marienplatz u Münchenu. Korišten je i poseban DOOH Mobile Interstitial format s retargetingom kroz carousel oglase, među kojima je istaknuta fotografija poznatih zadarskih jedriličara, braće Fantela. Oglasi su vodili na landing stranicu „Advent u Zadru“ i službenu web stranicu Turističke zajednice Zadarske županije.

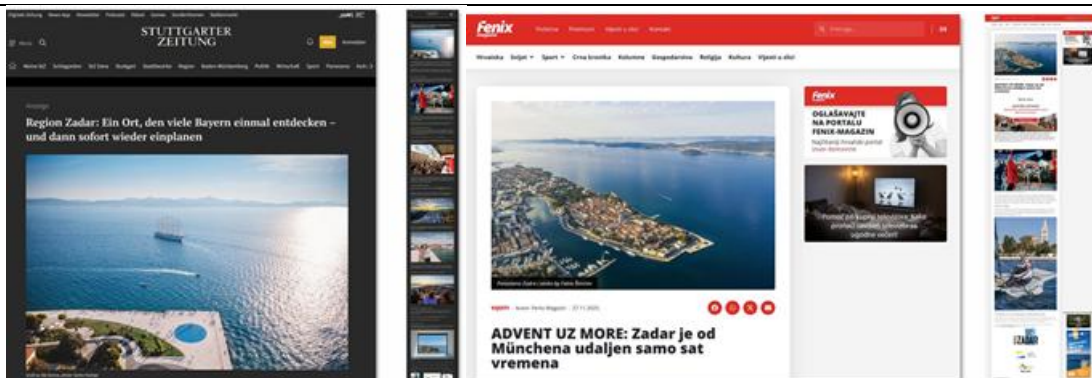


Vizualni identitet kampanje istaknuo se snažnim plavim, sunčanim i morskim motivima koji su u kontrastu sa zimskim i blagdanskim okruženjem dodatno privlačili pažnju. Posebno je naglašena promocija zimske linije Croatia Airlinesa prema Zadru, čime se dodatno poticalo donošenje odluka o adventskim putovanjima.

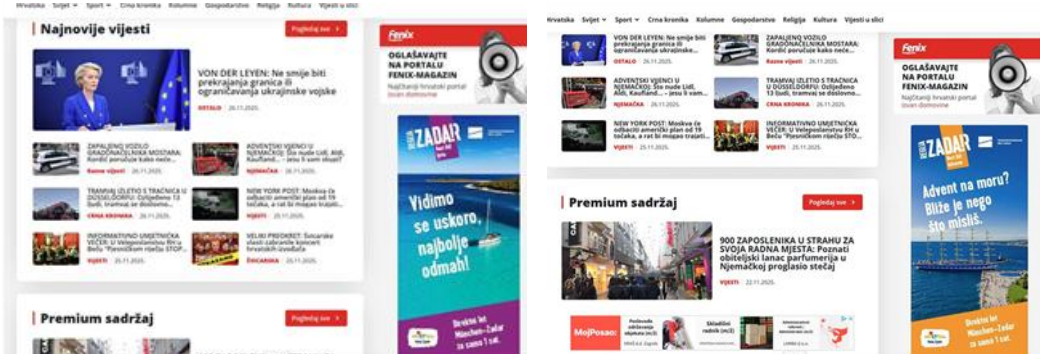


Digitalne aktivnosti uključivale su oglašavanje na društvenim mrežama (Facebook i Instagram) te PR članke i native teasere u relevantnim njemačkim medijima, poput Felix Magazine, Stuttgarter Zeitung, Večernji list i Poslovni dnevnik, ciljanim na njemačko tržište. Za sve čitatelje Croatia Airlines osigurala je poseban promo kod sa popustom za direktnu liniju München – Zadar.

Izvjeshće o radu za razdoblje I-XII 2025.



Kampanja je kroz PR i native kanale ostvarila snažan angažman (7.500 klikova na Fenix magazinu i 7.800 prikaza na Stuttgarter Zeitungu), dok je DOOH oglašavanje u Münchenu osiguralo masovnu vidljivost s 1.421.564 prikaza, dodatno pojačanu mobile retargetingom koji je donio još 281.647 prikaza i produbio kontakt s publikom. Rezultati kampanje potvrdili su uspješnost strategije i doprinijeli snažnom pozicioniranju Zadarske županije kao atraktivne destinacije za zimska putovanja, rani booking i predsezonske dolaske na njemačkom tržištu.



Ostvareni cilj aktivnosti:

Inspirirati i potaknuti potencijalne turiste na dolazak u Zadarsku županiju, povećati svijest o samoj destinaciji i njenim proizvodima. Povećanjem svijesti tj. potražnje za destinacijom profitirati će i lokalni komercijalni subjekti, jer će posljedično porasti i potražnja za njihovim kapacitetima/proizvodima/ponudom.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZ Zadarske županije, lokalni partneri, agencija Star Digital, razni mediji

Realizacija:	311.276,39 €
• Glavna Awareness kampanja:	250.027,50 €
• On site Explore kampanja:	6.249,95 €
• Last minute kampanja Njemačka:	4.998,94 €
• See You Soon	50.000,00 €

Pojedinačne kampanje s top Inozemnim medijima – tisak i digitalno

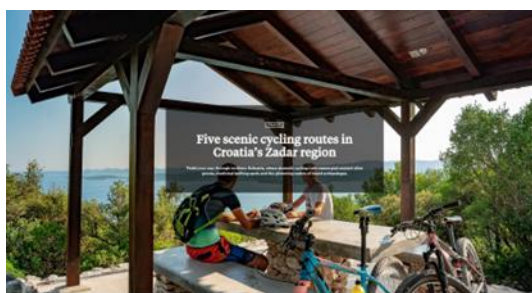
TZ Zadarske županije promovira Zadar i cijelu županiju u niz specijaliziranih i vodećih izdanja na ključnim emitivnim tržištima poput Velike Britanije, Njemačke, Austrije, Slovenije, Francuske, Italije i SAD-a.

Izješće o radu za razdoblje I-XII 2025.

NATIONAL GEOGRAPHIC TRAVELLER

National Geographic Traveller UK je prestižno i utjecajno putničko izdanje koje izlazi pod licencom jednog od najsnažnijih globalnih brendova - National Geographic. Njegov autoritet proizlazi iz duge tradicije vrhunskog novinarstva, istraživačkog pristupa, predanosti edukaciji i posvećenosti održivosti, što ga čini prirodnim partnerom za promociju destinacija koje nude autentična iskustva. U kontekstu britanskog medijskog prostora, poznat je po dubinskim reportažama koje ne samo da vizualno oduševljavaju, nego i pružaju uvid u lokalne zajednice, običaje i prirodna bogatstva destinacija. Njihovi tekstovi obogaćeni su visokoestetskom fotografijom i pričama koje ističu kulturnu, društvenu i okolišnu složenost prostora koje predstavljaju. Publika koju okupljaju izrazito je angažirana, obrazovana i sklona putovanjima, najčešće u srednjoj i višoj platežnoj kategoriji, s izraženim interesom za destinacije koje nude dublje i smislenije doživljaje.

Osim snažne prisutnosti u tiskanom izdanju, magazin ima širok doseg i u digitalnom prostoru. Fizički primjerci tiskaju se u 50.000 primjeraka po izdanju, dok ukupan broj čitatelja premašuje 150.000 zahvaljujući višestrukoj čitanosti po primjerku. Njihova digitalna platforma ostvaruje više od 750.000 prikaza mjesečno, a prisutnost na društvenim mrežama dodatno pojačava učinak - ukupno ih prati više od 340.000 korisnika na Facebooku, Instagramu i X-u. Osim toga, njihova newsletter lista s više od 200.000 pretplatnika omogućuje direktnu i ciljanu komunikaciju s publikom. U tom kontekstu, kampanja koja je provedena za promociju Zadarske regije osmišljena je kao integrirani komunikacijski paket koji uključuje tiskane, digitalne i društvene kanale, s jasnim ciljem pozicioniranja regije kao atraktivne, raznolike i održive destinacije na britanskom tržištu. Kampanja se obraćala publici koja traži prirodna, kulturna i lokalna iskustva, a oblikovana je tako da kroz više formata ispriča jedinstvenu priču o regiji. Središnji dio kampanje bio je oglas u tiskanom izdanju National Geographic Traveller UK, objavljen u broju za veljaču/ožujak 2025., koji se poklapa s razdobljem kada britanski putnici aktivno planiraju svoja ljetna putovanja. Paralelno s time, objavljen je i sponzorirani članak na službenoj web stranici magazina, optimiziran za tražilice kako bi se povećala njegova vidljivost u Google pretragama. Taj je članak dodatno promoviran putem newslettera i objava na društvenim mrežama, čime se višestruko povećao njegov doseg. Kampanja je uključivala i digitalne banere koji su ostvarili 300.000 prikaza na njihovoj web stranici, a svi oglasi vodili su izravno na članak ili na službenu web stranicu TZ Zadarske županije.



Despite often being overlooked in favour of islands closer to the mainland, the small fishing village of Šušun on Fraga Creek is a colourful, cultural hotspot. Take the 45-minute ferry from Zadar to witness past medieval churches, a picturesque marina and ancient olive groves. Starting in Šušun, the 12-mile cycle route is easily navigable. However a couple of steep hills require you to hop off and walk with your wheels. Enjoy the clear waters of Šušun Lake near the **Tiskovica Nature Park** before cycling back to town and taking some time to recuperate in Šušun's public library, a cosy reading room overlooking the pastel-toned buildings of Šušun Marina.

Route 2: Ugljan's Seven Themes Trail

Best for secluded cove beaches

Zadar's closest island, Ugljan, is popular among cyclists for its coastal scenery and smooth, straight roads. Start at Preko Pier, where bike shops like **Rent Man Preko** can provide you with wheels as you disembark from the **Zadarina** ferry – if you haven't brought your own. The 17-mile route heads north along the coast, passing idyllic swimming spots like Lovre Beach in Lokvan, where a gently sloping shoreline provides easy access into the cove's waters. On your return, follow the quiet country roads winding through rolling fields to St. Michael's Fortress. With a sixth-century citadel at its summit, it's a challenging ascent. Enjoy the panoramic views before descending back to Preko.



Route 3: Vrana 4

Best for wildlife spotting

Before embarking on this scenic ride, take a stroll around **Markovica Ham**, an example of Illyrian architecture and the restaurant building in the former Ottoman Empire. Departing from the island of Vrana, the 22-mile route heads south east along the southern shore of Lake Vrana, Croatia's largest lake. It's not long before the first incline, where the path climbs verdant hillsides above the lagoon. Marvel at its deep blue waters as you circle its perimeter, stopping at the western marshes to observe native wildlife. Hundreds of bird species have been spotted here, with a wooden birdwatching tower offering the best views. Loop back onto the main road for the return journey to Vrana, staying alert for passing traffic on the way.



ZADAR

ADD SOME COLOUR TO YOUR VACATION!



THE TRAVEL GUIDE GUARDIAN

U sklopu promotivnih aktivnosti na tržištu Velike Britanije, TZŽ je oglašavanje za 2025. godinu započela u siječnju mjesecu objavom u The Travel Guide-u, specijaliziranom dodatku koji se distribuira uz prestižne britanske novine The Guardian. The Travel Guide je ekskluzivna publikacija usmjerena na putnike visoke platežne moći koji godišnje ostvaruju u prosjeku četiri putovanja. S ukupnom čitateljskom publikom od 437.500 osoba, od kojih čak 88% pripada društvenoj skupini ABC1, pruža izvanrednu priliku za ciljano predstavljanje ljepota Zadarske regije publici koja traži kvalitetna i inspirativna putovanja. Osim tiskane verzije od 175.000 primjeraka, dodatak je dosegno i 250.000 digitalnih korisnika putem društvenih mreža i pretplatničkih kanala, čime se dodatno povećao doseg oglasa. The Guardian, kao najpouzdaniji britanski medij prema svojim čitateljima, pruža idealnu platformu za promoviranje autentičnih iskustava koje Zadar i okolica nude.

53 Newspaper Section Title Promotional Content - Data

The Zadar region - home to pristine nature

The Zadar region has a truly amazing geographical position, located in the center of the Croatian part of the Adriatic coast and surrounded by amazing nature of great variety. This is a place where natural and cultural heritage coexist in perfect harmony and where lovely coastal resorts provide excellent conditions for both active and relaxed escapes.

This amazing region is home to the beautiful Paklinski National Park, plus three nature parks, and is also within an hour's drive of other national parks in neighboring regions. On its southern side stretches the mythical mountain fields of unspoiled and spontaneous nature park, as well as the famous "Cave" located in the northern part of the Velebit Nature Park – among the most famous and significant speleological objects in Croatia. Nearby is the Paklinski National Park, with its customs – a UNESCO World Heritage Site in the vicinity of Zadar is also located Vransko Lake Nature Park, the largest natural lake in Croatia, abundant in plant and animal species, simultaneously creating exceptional scientific and ecological value. The range of natural beauty is perfectly rounded off by the Velebita Nature Park, the part of Dugi Otok Island, three red cliffs emerge from the sea on one side while sheltered beaches lie protected on the other side.

An abundance of natural beauty, picturesque coastal towns, islands with ancient and little-known ruins and historical sites, unique and fascinating surroundings of Zadar. We in the most famous historical towns in the Zadar region, resembling an open-air museum, and home to the artworks that led the emperors of ancient Rome. If there's a place on the Adriatic coast worth visiting for its beauty, as well as being an ideal location for tourists, then that place is Zadar and its surroundings.

The capital Zadar, the 3000-year-old city, is both an atmospheric times machine and an open-air museum. The city walks on the ancient pavements of this still vibrant historic museum in the open, and they were rightly added to UNESCO's World Heritage List. The open and modern monuments of the city and the city's future heritage have already conserved the world. Zadar is a great driver of a unique blend of architecture and nature, the world's first smart region, which is located right next to another modern installation, the Gateway to the Sun. The sunsets that the Sun Origin produces are a result of the richness of energy produced by waves and tides.

The Zadar region is a typical representative of Dalmatian and the Mediterranean, which boasts one of the healthiest climates in the world – included in the UNESCO list of world heritage. In the Zadar region, as well as in the entire Mediterranean, fish, wine and olive oil form the holy trinity of nutrition. However, the region offers and preserves a wealth of diversity reflected in the regional music, further enriched with interesting and award-winning wines stemming from the 1400 years of viticulture tradition.

ZADAR COUNTY TOURIST BOARD
Email: info@zadar.hr or call: 7 080 22 11 110. Visit: zadar.hr

Zadar Region is a Foodie's Paradise

SWI Bot LightHouse

ASTA

Uspješna suradnja s američkim udruženjem putničkih agenata ASTA (American Society of Travel Advisors) nastavljena je i u 2025. godini. U okviru izdanja ASTA Worldwide Destination Guide 2025, TZ Zadarske županije ponovno se predstavlja kroz dvostrani oglas u rubrici "In the Spotlight" namijenjenoj premium partnerima. Vodič će se distribuirati članicama ASTA-e diljem SAD-a, a i e-verzija i tiskana verzija bit će poslana svim ASTA travel savjetnicima. Dodatno, digitalna verzija se direktno distribuira na više od 85.000 članova ASTA-e, uključujući i članove prestižnih konzorcija kao što su Virtuoso, Signature, Ensemble, Travel Leaders i American Express.

Izješće o radu za razdoblje I-XII 2025.



IN THE SPOTLIGHT
Enriching adventures in Zadar County

Home to stunning vistas, cultural landmarks and a vibrant diving scene, Zadar has much to offer those looking for an unforgettable Mediterranean escape.

Located in an absolutely pristine location, Zadar is a stunning coastal town that makes a perfect base for exploring the region. A 1,000-year-old city, Zadar is a beautiful blend of history and modernity. The city is a vibrant mix of old and new, with a rich cultural heritage and a thriving tourism industry. Zadar is a beautiful coastal town that makes a perfect base for exploring the region. A 1,000-year-old city, Zadar is a beautiful blend of history and modernity. The city is a vibrant mix of old and new, with a rich cultural heritage and a thriving tourism industry.

Modern diving and rock climbing are popular too. You can find the best diving spots in the area, and the diving community is very active. The city is a vibrant mix of old and new, with a rich cultural heritage and a thriving tourism industry. Zadar is a beautiful coastal town that makes a perfect base for exploring the region. A 1,000-year-old city, Zadar is a beautiful blend of history and modernity. The city is a vibrant mix of old and new, with a rich cultural heritage and a thriving tourism industry.

HIGHLIGHTS OF ZADAR

TRADITIONAL HISTORY

The port of Zadar, Croatia, is a beautiful coastal town that makes a perfect base for exploring the region. A 1,000-year-old city, Zadar is a beautiful blend of history and modernity. The city is a vibrant mix of old and new, with a rich cultural heritage and a thriving tourism industry.

THE SEA

Home to stunning vistas, cultural landmarks and a vibrant diving scene, Zadar has much to offer those looking for an unforgettable Mediterranean escape.

FOR HOLIDAY

Home to stunning vistas, cultural landmarks and a vibrant diving scene, Zadar has much to offer those looking for an unforgettable Mediterranean escape.

Zadar County Tourist Board

Home to stunning vistas, cultural landmarks and a vibrant diving scene, Zadar has much to offer those looking for an unforgettable Mediterranean escape.

Home to stunning vistas, cultural landmarks and a vibrant diving scene, Zadar has much to offer those looking for an unforgettable Mediterranean escape.

Home to stunning vistas, cultural landmarks and a vibrant diving scene, Zadar has much to offer those looking for an unforgettable Mediterranean escape.

Home to stunning vistas, cultural landmarks and a vibrant diving scene, Zadar has much to offer those looking for an unforgettable Mediterranean escape.

PETIT FUTÉ

TZ Zadarske županije i TZ grada Zadra realizirale su u 2025. godini važnu promotivnu suradnju s poznatim francuskim izdavačem i turističkom platformom Petit Futé, s ciljem snažnijeg pozicioniranja regije na francuskom tržištu. Suradnja obuhvaća paket tiskanih i digitalnih aktivnosti, uključujući istaknuto pozicioniranje Zadra u vodiču *Croatie 2025*, članak i oglas u specijalnom izdanju *Petit Futé Hors Série Croatia*, kao i snažnu prisutnost na društvenim mrežama (Instagram, Facebook, TikTok) te putem newsletter kampanja. Uključeni su i sponzorirani članci na petitfute.com, koji dodatno ističu prirodne, kulturne i gastronomske posebnosti regije. Ova sveobuhvatna kampanja omogućuje doseg od stotina tisuća potencijalnih posjetitelja, posebno ciljanih individualnih putnika (FIT) koji sve češće biraju Hrvatsku kao svoju destinaciju. Korištenjem kombinacije tradicionalnih i suvremenih medija-od tiskanih vodiča koji i dalje imaju vjernu publiku, do digitalnog sadržaja i društvenih mreža-stvara se komunikacijski most prema različitim generacijama i profilima putnika. Francuski FIT putnici, koji putuju individualno i traže destinacije koje nude kombinaciju kulture, prirode i lokalne autentičnosti, predstavljaju upravo onu ciljanu skupinu koju Zadarska županija želi privući i zadržati.

CROATIE

ZADAR DE PIERRE ET DE MER

LA RÉGION CROATE LA PLUS DIVERSE

La région de Zadar offre tous les avantages. Située, elle est placée en plein centre de la Croatie, ce qui la rend facilement accessible depuis n'importe quelle région. Ensuite, elle combine harmonieusement des paysages des différentes phases de son histoire, notamment des vestiges romains et vénitiens. Pourtant, en tant que cinquième plus grande ville du pays, elle est bel et bien tournée vers l'avenir et continue de se forger un patrimoine spectaculaire, notamment en se dotant d'ouvrages d'art en hommage à la nature. C'est en effet un autre atout de la ville. Elle entoure de paysages particulièrement préservés, que ce soit dans son arrière-pays, cultivé, oliviers et de vignes, ou au large, où se trouve l'archipel de Dabar.

AVEC SA VIEILLE VILLE ROMAINE ET VÉNITIENNE, ZADAR EST LA PLUS ANCIENNE VILLE CONTINUËLLEMENT HABITÉE DE CROATIE

QUAND L'ANCIEN DEVIENT LE NOUVEAU

Zadar a été fondée il y a 3 000 ans sur un rivage de pêcheurs, ce qui en fait la plus ancienne cité habitée de Croatie. Très vite, elle devient une colonie romaine, et son centre historique, occupant une péninsule sur l'Adriatique, est en encore le témoin. Il abrite notamment un forum romain,

provenant directement du forum romain. Il est d'ailleurs possible d'observer des fragments d'inscriptions en latin sur certaines pierres. Si ce trésor archéologique est aujourd'hui désolé, il reste pourtant bien vivant, puisqu'il accueille chaque année, de mi-juillet à mi-août, Les Sables de Sotobrod, un festival de musique médiévale. Les spectateurs profitent ainsi de l'acoustique parfaite du lieu, preuve de la faculté de Zadar à même patrimoine ancien et innovations bien actuelles. Si vous souhaitez encore de cette modernité, empruntez la promenade du front de mer jusqu'au bout de la péninsule. Là, vous pourrez admirer deux œuvres de l'artiste et enfant du pays, Nikola Bašić.

La première, l'Œuvre des Mers, est composée de tubes placés au niveau de la surface de l'eau, produisant chacun un son distinctif. À mesure que les vagues défilent, cet effet mène de 73 m de long, l'Adriatique se fait alors musicienne. La seconde œuvre, nommée ingénieuse, nommée Sotobrod au Sotob, n'inspire quant à elle que le son, mais la musique naturelle dont bénéficie Zadar. Il s'agit d'un décor de panneaux solaires placés au sol et provoquant, à la nuit tombée, des jeux de lumière oniriques. Ce centre historique est protégé d'une enceinte de murailles datant de l'époque où la République de Venise avait la main sur le territoire. Ce système de défenses, qui le territoire de Zadar Église centrale militaire de la Dalmatie, est désormais classé au patrimoine mondial de l'UNESCO, au titre des ouvrages de défense vénitienne du XVI^e au XVIII^e siècle.

CRIQUEUX, OLIVIERAIS ET ÎLOTS POUR DES VACANCES ACTIVES

Le littoral favorise notamment le centre de loisirs de l'Adriatique - La Croix bleue au large de Zadar - la nouvelle capitale croate du sud. Ce sont en effet deux faces d'une même pièce : Zadar est à la fois riche d'une importante offre de plein air, tout en offrant à un peu de l'histoire à la croate. Elle est d'ailleurs reconnue comme l'endroit de Croatie présentant le plus beau coucher de soleil. Si l'on veut faire plaisir au célèbre Alfred Hitchcock, qui a visité la côte en 1964, il n'aurait même du plus beau crépuscule au monde.

Les atouts de la ville sont en effet également d'ordre naturel. Ses terres sont généreuses en oliviers, vignes, laics et milieux, tandis que son littoral ne manque pas de criques et de baies. En l'honneur à une quarantaine de kilomètres dans l'arrière-pays, on arrive au Parc national de Paklitsica, où deux torrents ont creusé depuis des millénaires la riche calcare du relief Velebit, le sculpteur à leur guise, offrant ainsi aux visiteurs un décor digne d'un western. Sur son ample forêt deux camps, le Belika (« le grand ») et le Mala (« le petit »). Les parcs à ciel ouvert du littoral, du littoral des grottes du monde entier.

PETIT PUTE MAG 40 **HRVATSKA CROATIE**

PETIT PUTE MAG 40 **HRVATSKA CROATIE**

DNEVNIK

Zbog izuzetne važnosti slovenskog tržišta za Zadarsku županiju, nastavljena je promotivna kampanja sa dnevnim listom "Dnevnik". Radi se o jednom od najčitanijih dnevnih listova u Sloveniji sa prodajnom nakladom od 20.000 primjeraka. Nedjeljno izdanje dnevnog časopisa Dnevnik ima doseg od 164.800 osoba. Prilog Hrvatska izlazi jednom godišnje u nakladi 90 000 primjeraka kao prilog Dnevniku i Nedjeljskom dnevniku. "Nika" je prilog koji izlazi 4 puta godišnje u nakladi od 70 000 primjeraka također kao prilog časopisu Nedjeljski dnevnik. Ovom kampanjom aktivno se komunicirala raznovrsnost ponude izvan glavne turističke zone tj brojne mogućnosti aktivnog boravka u destinaciji, netaknuta priroda i eno-gastro ponuda. Objavljeni su sljedeći članci: PR članak u tiskanom izdanju ODDIH (objavljeno 27.01.), "Hrvatska" (objavljeno 02.04), Dnevnik PČ (objavljeno 19.03.), Nika (objavljeno 26.03. i 28.05.), DNEVNIK od ponedjeljka do subote (28.03., 11.04. i 25.04.) kao i PR članak na dnevnik.si (u periodu 07-14.04.2025.). Ono što ovu kampanju čini posebnom jest njezin fokus na izvansezonskoj ponudi. U vremenu kada sve više turista traži autentičnost, mir i aktivan odmor daleko od ljetne vreve, Zadarska županija se pozicionira kao cjelogodišnja destinacija.



TURISMO ITINERANTE

Portal www.turismoitinerante.com jedan je od prvih specijaliziranih europskih portala za outdoor turizam, s naglaskom na kampiranje, putovanja kamperima i tematske itinerare. Također nudi i vijesti, savjete, forume i sadržaje vezane uz kampove, destinacije i turističke događaje. U sklopu ovogodišnje kampanje osigurana je prisutnost TZ Zadarske županije na portalu kroz ekskluzivni banner (300x250 px) tijekom 12 mjeseci i video na naslovnici portala 12 tjedana (jedan tjedan mjesečno). Također, kampanja uključuje osam stranica uredničkog sadržaja u mjesečnom magazinu *Turismo all'Aria Aperta* za mjesec travanj koji je u posvećen otoku Pagu, te pola stranice oglasa kroz svih 12 mjeseci. Portal bilježi oko 35.000 posjetitelja mjesečno, dok mjesečni online časopis *Turismo all'Aria Aperta* ima oko 60.000 čitatelja u Italiji i inozemstvu.

On the Road ESTERO

PANORAMI DA SOGNO, DIVERTIMENTO E GASTRONOMIA: BENVENUTI ALL'ISOLA DI PAG



L'isola di Pag fonde in modo impeccabile il suo patrimonio storico con le attrazioni moderne, offrendo un'esperienza poliedrica che soddisfa un'ampia gamma di interessi. Le sue delizie culinarie, le avventure all'aria aperta e i tesori culturali la rendono una destinazione avvincente e unica.

GASTRONOMIA
L'isola di Pag, situata nel Mar Adriatico, deve gran parte della sua identità culturale e culinaria al potente vento di bora. Questo vento forte e secco da nord-est caratterizza in modo significativo l'ambiente, le tradizioni e persino il cibo per cui Pag è rinomata. Tra i suoi prodotti culinari più famosi ci sono il formaggio di Pag e la carne di agnello: entrambi devono le loro qualità uniche alle condizioni climatiche e naturali distintive create dalla bora. Il formaggio di Pag è considerato uno dei migliori formaggi di pecora al mondo. Il vento di bora gioca un ruolo cruciale nella sua produzione, spargendo sale marino sulla vegetazione dell'isola, che a sua volta influenza la dieta delle resistenti pecore Pramerka. Queste pecore pascolano su erbe aromatiche come salvia e timo, dando vita a un formaggio dalla consistenza dura con un sapore inconfondibile. Nel corso degli anni, il formaggio di Pag ha

34 | 31.03.2025 | [www.zadar.hr](#)

On the Road ESTERO



ricco patrimonio e nei panorami dell'isola.

SPORT ACQUATICI
Le acque limpide e turchese di Pag sono ideali per una serie di attività acquatiche. Il kayak lungo la costa dell'isola consente agli avventurieri di scoprire calette nascoste e spiagge appartate. Le condizioni del mare calmo sono anche favorevoli per lo stand-up paddleboarding e il windsurf. Per coloro che sono interessati al mondo sottomarino, le opportunità di snorkeling e immersioni rivelano una vivace vita marina e intriganti paesaggi sottomarini.

ARRAMPICATA SU ROCCIA
Le scogliere calcaree dell'isola offrono eccellenti opportunità per l'arrampicata su roccia. Gli scalatori possono trovare percorsi adatti a vari livelli di abilità, il tutto godendo di viste mozzafiato sul mare e sulle isole

circostanti. La combinazione di arrampicate impegnative e paesaggi mozzafiato rende Pag una destinazione degna di nota per gli amanti dell'arrampicata.

BIRDWATCHING
Kolkarsko Brdo sull'isola di Pag è l'area più estesa di costa bassa, paludosa e sabbiosa e

bassifondi, ampie baie poco profonde, lagune e stretti protetti nel litorale croato.

PATRIMONIO CULTURALE
L'isola di Pag, oltre ai suoi paesaggi mozzafiato e all'eccellenza culinaria, vanta un ricco e diversificato patrimonio culturale. La città di Pag stessa è un

35 | 31.03.2025 | [www.zadar.hr](#)

CHECK IN HILTON

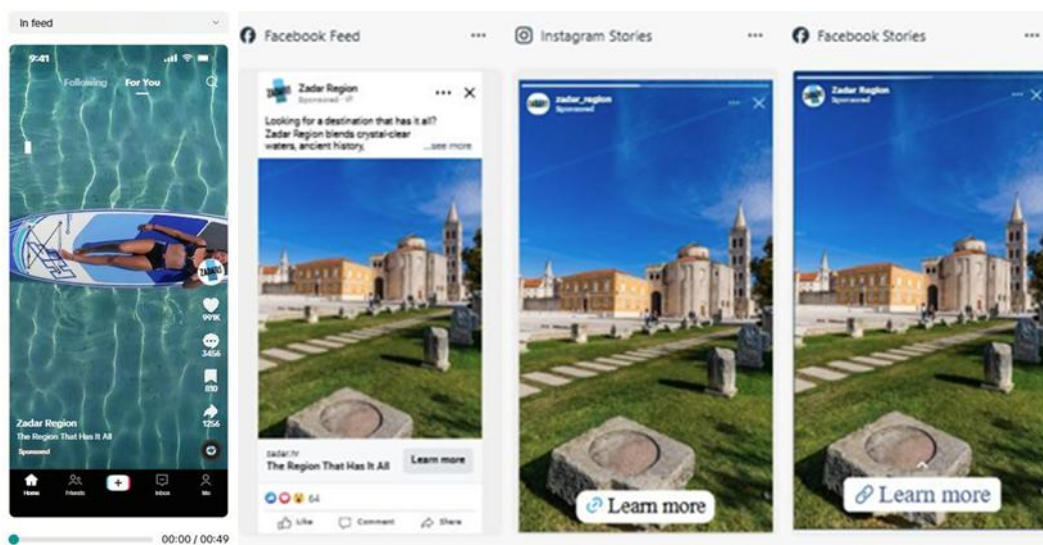
Otvaranje novog hotela Hilton u mjestu Preko na otoku Ugljanu predstavlja značajan korak u razvoju turističke ponude Zadarske županije. U svrhu promocije ove destinacije, TZŽ sudjelovala je u oglašavanju putem atraktivnog oglasa na jednoj stranici Hiltonova magazina Check In, namijenjenog gostima hotela, poslovnim partnerima i posjetiteljima vodećih svjetskih turističkih sajmova. Ovaj magazin donosi inspirativne priče iz područja putovanja, gastronomije, kulture i lifestylea, a distribucija u Hiltonovim hotelima i restoranima osigurava iznimnu vidljivost s dosegom od čak 50.000 čitatelja. Istaknuto mjesto, koje će u premijernom broju zauzeti Hotel Preko, uključujući i naslovnicu, dodatno naglašava važnost ove destinacije unutar Hiltonova portfelja. Osim oglašavanja, preporuka Hiltona uključuje i objavu posebnog PR članka o otoku Ugljanu. Ova prilika omogućava bolje predstavljanje prirodnih ljepota, kulturne baštine i autentičnih doživljaja koje otok nudi, čime se stvaraju dodatne vrijednosti za goste i potencijalne posjetitelje.



Izvešće o radu za razdoblje I-XII 2025.

PROMOTIVNA KAMPANJA NA TRŽIŠTU IRSKE (DCT)

U razdoblju od 17. travnja do 31. svibnja 2025. na tržištu Irske realizirana je kampanja na društvenim mrežama uz korištenje mogućnosti preciznog targetiranja i visokog angažmana publike. Promotivne aktivnosti bile su precizno usmjerene putem GEO-targetinga na područje Dublina - regiji s oko 2 milijuna stanovnika, uz demografsku selekciju korisnika starijih od 25 godina s dodatnim interesima povezanim s putovanjima i urbanim turizmom. Kampanja se odvijala na trima ključnim društvenim mrežama: TikToku, Instagramu i Facebooku - s ciljem stvaranja prepoznatljivosti Zadarske regije kao atraktivne destinacije za kratki gradski odmor (city break). Rezultati kampanje pokazuju snažan digitalni doseg: zabilježeno je ukupno 2.689.156 impresija te 27.103 pregleda video sadržaja na TikToku, čime je osigurana znatna vidljivost brenda u ciljnoj populaciji. Ovi brojevi ukazuju na uspješno dopiranje do potencijalnih irskih putnika te stvaranje interesa za posjet destinaciji koja nudi spoj prirodnih ljepota, kulturnih sadržaja.

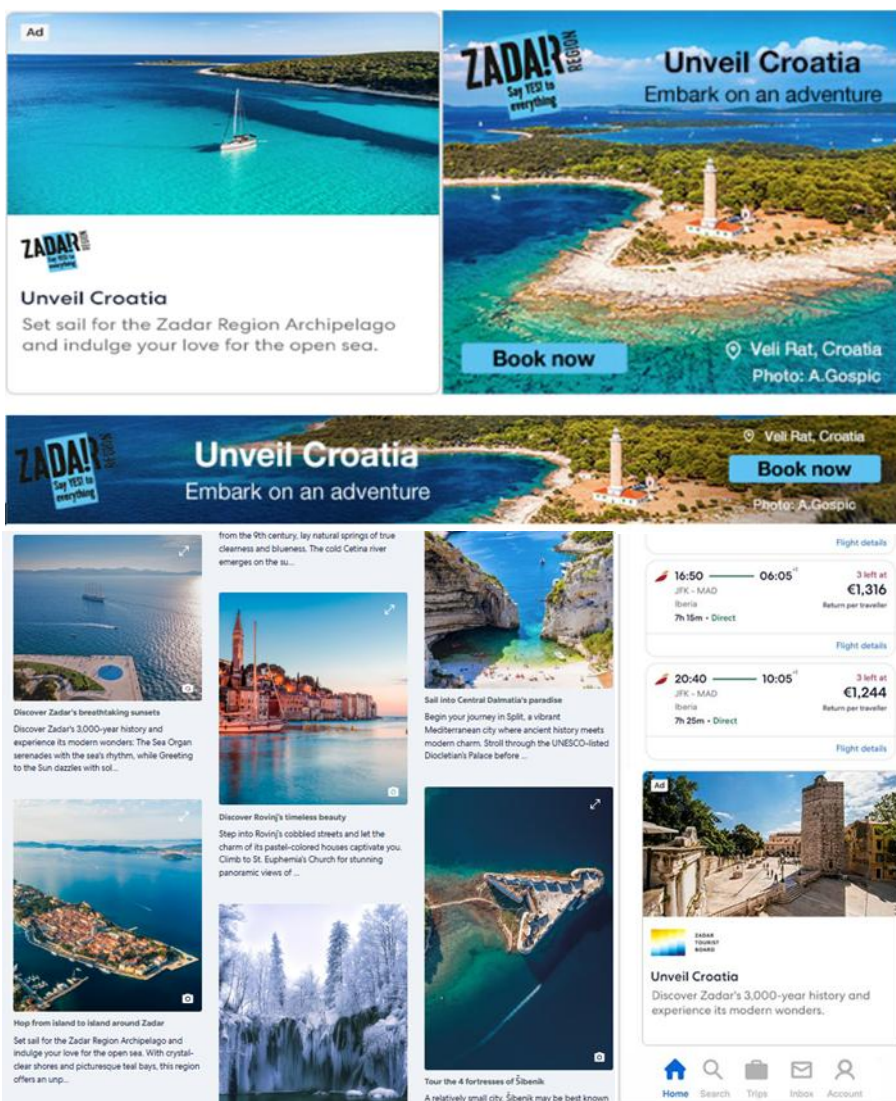


EXPEDIA

Treću godinu zaredom nastavljena je kampanja *Expedia USA 2025*, u kojoj su uz TZ Splitsko-dalmatinske županije, TZ Dubrovačko-neretvanske županije, TZ Istarske županije sudjelovale i TZ Zadarske županije i TZ grada Zadra. Cilj kampanje koje je trajala od 26. ožujka do 4. srpnja je bio potaknuti korisnike s američkog tržišta na istraživanje i rezervaciju putovanja u Hrvatsku, u Zadarsku regiju, putem vizualno privlačnih, inspirativnih i interaktivnih oglasa koji povezuju faze inspiracije, planiranja i bookinga. Svi kreativni materijali su imali brendirane vizuale i copy koji su komunicirali autentičnost destinacije i dostupnost ponude unutar Expedia platforme (smještaj, letovi, aktivnosti, transferi). Korišten je čitav niz različitih kreativnih formata (creativa) koji su bili raspoređeni na on-site i off-site kanale unutar Expedia ekosustava. Off-site aktivnosti bile su ključne za širenje svijesti o Hrvatskoj i Zadarskoj regiji među korisnicima koji još nisu aktivno tražili putovanje. One su služile za privlačenje korisnika prema Expedia webu i konverziju kroz Travel Spotlight odredišne stranice. Cilj off-site kampanje je bio stvaranje svijesti o destinaciji i usmjeravanje prometa na Expedia.com, gdje su korisnici mogli napraviti konkretne rezervacije. On-site aktivnosti kampanje predstavljaju oglase i sadržaj koji su korisnici vidjeli dok su aktivno pretraživali putovanja na Expedia.com, čime su direktno bili povezani s fazom donošenja odluke o rezervaciji. Cilj on-site kampanje je bio direktno potaknuti korisnike koji su već u fazi planiranja na rezervaciju letova i smještaja, koristeći snažan vizualni i brendirani kontekst.

Izješće o radu za razdoblje I-XII 2025.

Kampanja Expedia USA 2025 je potvrdila je visoku učinkovitost digitalnog oglašavanja na američkom tržištu. Tijekom razdoblja kampanje generirana je bruto vrijednost bookinga od \$11,3 milijuna, uz 25.973 putnika, 6.194 avionske karte i 22.061 noćenje, što jasno pokazuje značajni komercijalni učinak kampanje. Kampanja je ostvarila oko 5,9 milijuna impresija i 2.700 klikova. U kontekstu Zadra i Zadarske regije, ostvareno je 877.193 impresija i 236 klikova, a među top smještajnim objektima ističu se objekti više kategorije s vrlo visokim prosječnim dnevnim cijenama (ADR do \$1.321 i \$775) što potvrđuje interes visoko-platežnih segmenata. Expedia kao partner donosi široku publiku (preko 53 milijuna jedinstvenih posjetitelja na američkom tržištu) i mogućnost preciznog praćenja KPI-jeva (rezervacije, ADR, bruto booking), što dodatno opravdava ulaganje u ovaj kanal. Osim navedenog, kampanja je uspješno podigla vidljivost i booking-performanse za Zadar i regiju na ovom iznimno velikom i značajnom tržištu.



ID RIVA

Turistička zajednica Zadarske županije u 2025. godini ostvarila je značajnu suradnju s renomiranim njemačkim turoperatorom ID Riva kroz oglašavanje u dva ključna promotivna izdanja: katalogu **"Kroatien" Kroatien 2025 Hotels | Ferienanlagen | Mobilheime** i katalogu **"Kreuzfahrten zwischen tausend Inseln 2025"**. U oba kataloga TZ Zadarske županije se predstavila atraktivnim

Izvešće o radu za razdoblje I-XII 2025.

oglasima u formatu cijele stranice, čime je dodatno istaknula ljepote i turističke adute regije. Ova suradnja je važna jer ID Riva putem tiskanih kataloga dolazi do desetaka tisuća potencijalnih gostiju na njemačkom govornom području, kroz direktnu distribuciju klijentima, turističkim agencijama te na sajmovima. Tiskani katalogi i dalje igraju ključnu ulogu u planiranju odmora, osobito kod ciljne publike koja cijeni detaljan, pregledan i fizički materijal prilikom odabira destinacije. Kroz ovu kampanju, Zadarska županija dodatno je učvrstila svoju vidljivost na jednom od najvažnijih emitivnih tržišta.



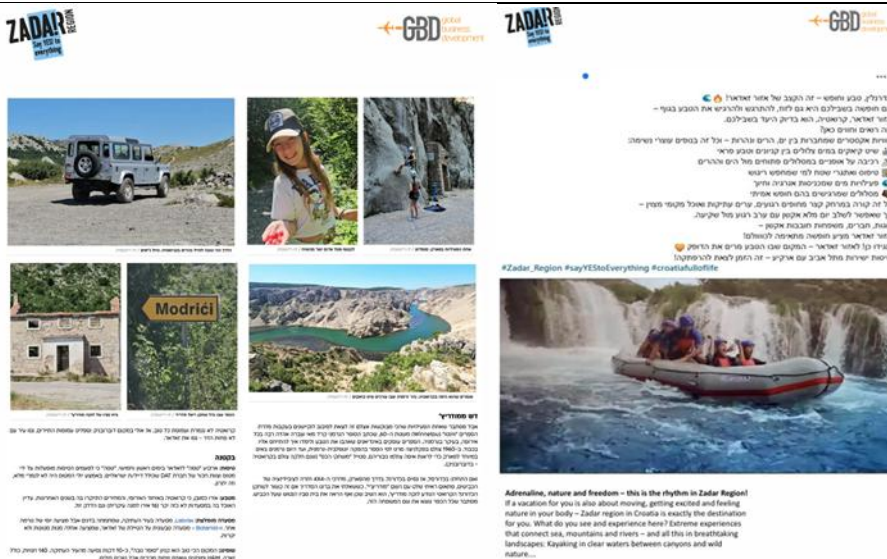
IN YOUR POCKET

U suradnji s TZ grada Zadra nastavljeno je aktivno sudjelovanje u projektu In Your Pocket. Kampanja uključuje oglašavanje u tiskanom izdanju Zadar In Your Pocket (naklada 30.000 primjeraka, izlazak sredinom svibnja), kao i cjelogodišnje on-line oglašavanje na platformi inyourpocket.com. Kao dio proširenog paketa oglašavanja za 2025., TZ Zadarske županije zakupila je oglasni prostor i u publikaciji Zagreb In Your Pocket (broj 107, ljeta 2025.). Osim tiskanih izdanja, osigurano je i online oglašavanje putem pozicioniranih banera na početnoj stranici vodiča za Zadar s direktnim poveznicama na službene web-stranice obaju turističkih zajednica. Razdoblje zakupa oglašavanja traje od siječnja do prosinca 2025. godine. Projekt je, kao i prethodnih godina, realiziran u suradnji s TZ grada Zadar, uz podjelu troškova oglašavanja u jednakom omjeru (50%-50%). Cilj suradnje i oglašavanja je dodatna promocija turističke ponude Zadarske županije i grada Zadra kroz prepoznatljive i široko dostupne In Your Pocket kanale – kako tiskane, tako i digitalne.



GLOBAL BUSINESS DEVELOPMENT

Promotivna kampanja usmjerena na izraelsko emitivno tržište osmišljena je kao integrirani marketinški projekt s ciljem jačanja prepoznatljivosti Zadarske županije kao atraktivne i dostupne destinacije s posebnim naglaskom na obiteljska putovanja i direktne zračne linije iz Tel Aviva. Središnji dio kampanje temelji se na PR storytellingu kroz premium članak i video reportaži objavljenima na jednom od vodećih izraelskih online medija, čime je osigurana visoka razina vidljivosti, kredibiliteta i emocionalne povezanosti s potencijalnim gostima. Dodatni doseg ostvaren je ciljanim Facebook oglašavanjem na hebrejskom jeziku, pri čemu su publike precizno definirane prema interesima, dobi i geografskim obilježjima, što potvrđuje strateški i fokusirani pristup promociji. Komunikacijske poruke kampanje naglašavaju sigurnost destinacije, raznolikost turističke ponude, očuvanu prirodu, bogatu gastronomiju i autentična lokalna iskustva, pozicionirajući Zadarsku županiju kao kvalitetnu i cjenovno konkurentnu alternativu već etabliranim i iznimno popularnim destinacijama. Izraelski turisti iznimno su informirani, zahtjevni i aktivni gosti koji prije putovanja temeljito istražuju destinaciju te cijene jasnu komunikaciju i dobru organizaciju. Najčešće putuju kao obitelji ili parovi te preferiraju smještaj srednje i više kategorije, uključujući kvalitetne hotele, boutique objekte i dobro opremljene privatne vile. Riječ je o tržištu s iznadprosječnom potrošnjom, osobito u segmentima gastronomije, izleta, najma vozila i aktivnog odmora u prirodi.



Realizacija:

- NATIONAL GEOGRAPHIC TRAVELLER 83.685,38 €
- ASTA 14.814,99 €
- GUARDIAN THE TRAVEL GUIDE 6.875,00 €
- PETIT FUTE 4.481,09 €
- DNEVNIK 17.662,50 €
- TURISMO ITINERANTE 6.998,75 €
- CHECK IN HILTON 1.875,00 €
- DCT 2.750,00 €
- EXPEDIA 5.000,00 €
- ZADAR IN YOUR POCKET 15.000,00 €
- GBD 3.343,75 €
- ID RIVA 1.250,00 €
- Tečajne razlike 3.125,00 €
- 509,30 €

3.2.2. Posebne tematske kampanje po turističkim proizvodima i prigodne kampanje

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Posebne tematske kampanje po turističkim proizvodima i prigodne kampanje usmjerene su na promociju specifičnih turističkih sadržaja i noviteta, posebno u pred- i postsezoni. Za razliku od destinacijskih kampanja, ove su kampanje personalizirane i ciljano komuniciraju s određenim segmentima tržišta. Realiziraju se u suradnji s utjecajnim medijima radi postizanja autentičnih i kvalitetnih objava. TZ Zadarske županije 2025. godine intenzivira oglašavanje na glavnim i sekundarnim tržištima, uključujući i domaće tržište. Fokus je na promociji segmenata kao što su nacionalni parkovi, aktivni odmor, nautika i eno-gastro ponuda, uz snažnu online prisutnost.

Inozemni mediji

TZZŽ promovira Zadar i cijelu županiju u niz specijaliziranih i vodećih izdanja na ključnim emitivnim tržištima Velike Britanije, Njemačke, Austrije, Slovenije, Francuske, Italije i SAD-a.

Izvjешće o radu za razdoblje I-XII 2025.

Gault&Millau Croatia 2025. uključila je tiskano izdanje vodiča, prisustvo na web stranici hr.gaultmillau.com te društvene mreže FB i Instagram:

- Poseban blok teksta i fotografija na 8 stranica o Zadarskoj županiji unutar vodiča, na hrvatskom i engleskom jeziku. Blok je pozicioniran kao uvod u recenzije restorana i POP mjesta Zadarske regije.
- 2 oglasa na formatu 1/1 stranice unutar vodiča u nakladi od 3.000 primjeraka. Distribucija: hoteli, ugostiteljski objekti, frekventna prodajna mjesta Tiska - aerodromi, trajektne luke, prodavaonice Tisak Media, kiosci.
- Istaknutost TZ Zadarske županije kao partnera na G&M Croatia web stranicama Online izdanja vodiča na stranici hr.gaultmillau.com s linkom na zadar.hr osigurava snažni međunarodni G&M network i promociju u inozemstvu. G&M International web stranice imaju 2 milijuna korisnika i 6 milijuna pregleda.
- Objavu promotivnog teksta o TZ Zadarske županije s fotografijama na hr.gaultmillau.com s linkom na zadar.hr;
- 5 objava godišnje FB i Instagram; Struktura: profesionalci iz turističko ugostiteljskog sektora, turisti - ljubitelji gastronomije i enologije.
- Promociju TZ Zadarske županije na gala eventu 2025.

Cjelokupna suradnja osmišljena je s ciljem daljnjeg brendiranja regije Zadar kao atraktivne gourmet destinacije te jačanja njene vidljivosti među inozemnim turistima koji prilikom planiranja putovanja sve češće biraju destinacije upravo prema kvaliteti gastronomske ponude.



Dragocjene berbe

Medve
Dugo stariju metu u plodnih močvama od Raških kotara do primorja i doju dragocjene jelene slane. Medvevo ulje najbogatije je na dobnatonskom ulju, bogato i raznovrsno voće i povrća koje zbog blage klime uspijeva cijele godine.

Mirisli
Autohtona sorta vilića, u ovom se kraju uzgaja više od 500 godina, a od nje se radi najbogatiji povrtni liker Mirislićina. Priprema se po tradicionalnoj recepturi bakarskih domaćinstava i namočena je 30. listopada. Slatko je slatko i aromatično miris, omiljeni Naposlasteru i uvijek prihvaćen na svjetskim događajima.

Čvaste
Vine od 3000 godina u ovom kraju stafi se vinova loza i rade se općine vino. Čak 50 posto proizvođača iz žadarskog vinogorja posjeduju oko 10 hektara. Ovo vino najbogatije je u sadržaju vitamina C. Tradicionalna domaćinstva ovog sarta, čak 80 posto, su vinski i rakijski vinu, kao rezultat specifične mikroklimatske podnebljanskog područja koje omogućava domaći Medve i drugi stariji, što pogoduje najboljoj kvaliteti u vinima.

ZADARSKA ŽUPANIJA

Paška janjetina i sir

Meće
Janjetina je jedno od najpoznatijih hrvatskih delicija. U Paški janjetina nije začinjena specijalnim začinskim sirom, već je čista. Janjetina se na tlo, kromenju i na kopanu metu. Janjetina je i jedna od najbogatijih povrtnih likera ovog područja. Janjetina je i jedna od najbogatijih povrtnih likera ovog područja. Janjetina je i jedna od najbogatijih povrtnih likera ovog područja.

Sir
Sirovine stoke Paški odavljaju govedine i ovčje mliječe na kvalitetu, a najbolje su sirovine Paški su i najbogatije sirovine. Janjetina je i jedna od najbogatijih povrtnih likera ovog područja. Janjetina je i jedna od najbogatijih povrtnih likera ovog područja.



ZADARSKA ŽUPANIJA

Slano i slatko

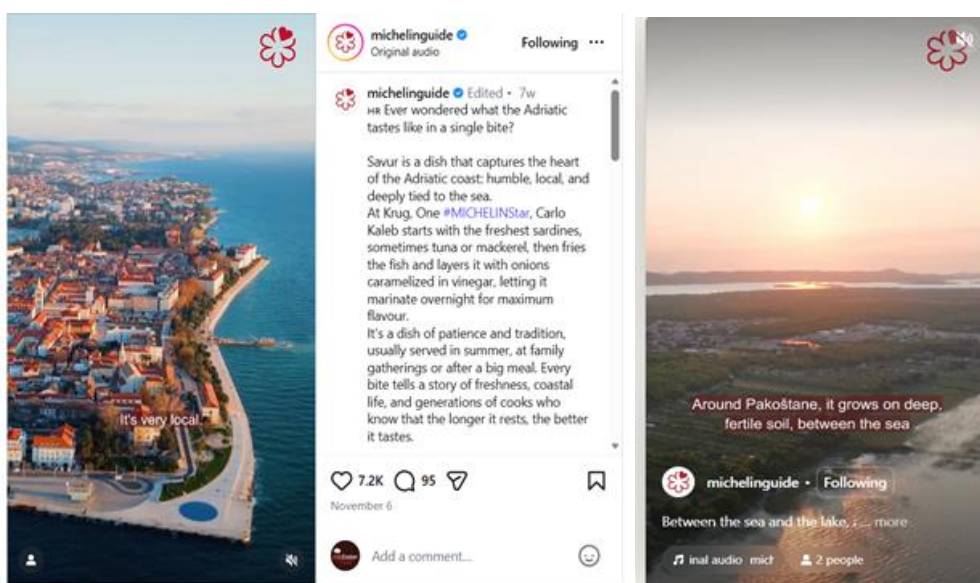


Salt
Slatko je jedno od najbogatijih povrtnih likera ovog područja. Slatko je i jedna od najbogatijih povrtnih likera ovog područja. Slatko je i jedna od najbogatijih povrtnih likera ovog područja.

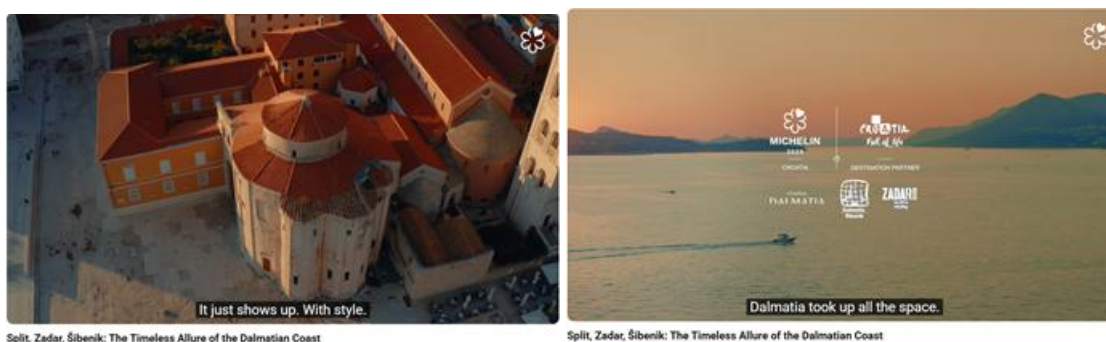
Smeće
Smeće je jedno od najbogatijih povrtnih likera ovog područja. Smeće je i jedna od najbogatijih povrtnih likera ovog područja. Smeće je i jedna od najbogatijih povrtnih likera ovog područja.

MICHELIN

TZ Zadarske županije i u 2025 godini nastavlja suradnju s vodičem Michelin kroz dvije ključne aktivnosti: Glossary projekt i regionalnu kampanju Region Discovery. Glossary aktivnost uključivala je dva videa i bila je usmjerena na promociju lokalne gastronomske baštine kroz temu autohtone sorte masline Oblica, snimljene u restoranu Kaštel u Zadru koji ima preporuku Michelin vodiča za 2025 godinu te promociju autohtonog jela *savur*. Michelin je samostalno osmislio urednički koncept, dok su produkcija i distribucija sadržaja realizirani putem njihovih međunarodnih digitalnih kanala. Sadržaj je uključivao trajno objavljeni video na Instagram profilu Michelin Guidea, story objavu te plaćenu digitalnu kampanju na društvenim mrežama.



Drugi dio suradnje odnosio se na Region Discovery kampanju, provedenu zajednički s Turističkim zajednicama Splitsko-dalmatinske i Šibensko-kninske županije. Cilj ove kampanje bio je predstaviti Dalmaciju kao cjelovitu regiju kroz gastronomiju, ugostiteljstvo i skrivene lokalne posebnosti.

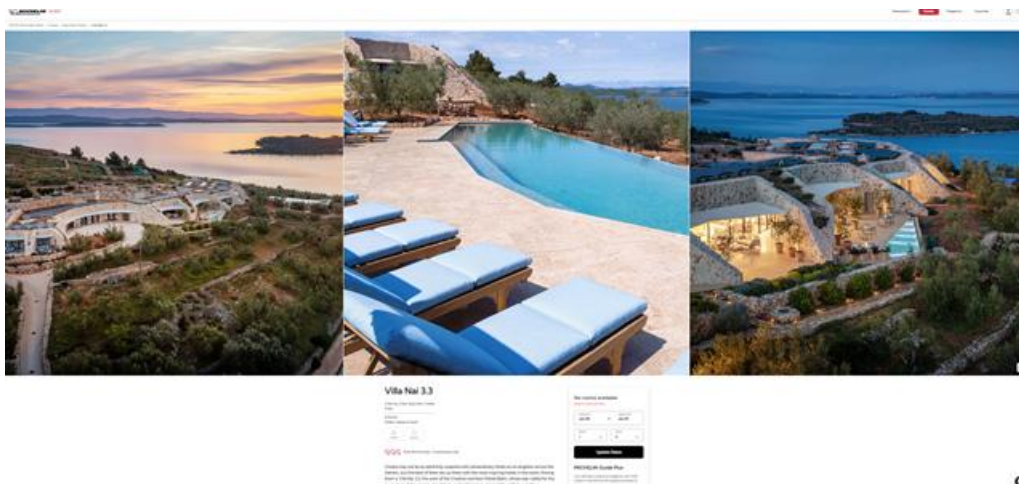


U sklopu kampanje objavljen je opsežan članak na platformi Guide.Michelin.com s preporukama restorana i hotela u Zadarskoj županiji i okolnim područjima.

Drugo izdanje Michelinova vodiča za hotele predstavljeno je 8. listopada u pariškom Muzeju dekorativnih umjetnosti. U njemu se nalazi više od sedam tisuća hotela iz cijelog svijeta, a ocjenjuju se prema sustavu s jednim, dva ili tri ključa. Villa Nai 3.3, luksuzna boutique vila na Dugom otoku osvojila je tri Michelinova ključa, najviše priznanje u novom Michelinovu vodiču za hotele. Ovo priznanje potvrđuje iznimnu razinu kvalitete i svrstava Villu Nai 3.3 među najbolje hotele svijeta.

Izvešće o radu za razdoblje I-XII 2025.

Time je postala prvi hrvatski hotel koji je dosegao ovu razinu međunarodnog ugleda, nakon što se već ranije našla i među finalistima za najljepše dizajnirani hotel na svijetu. Ključevi, kao pandan zvjezdicama u restoranima, ne dodjeljuju se isključivo na temelju luksuza, već i zbog jedinstvenosti, dizajna, povijesti, gostoljubivosti i originalnosti koncepta.



JRE VODIČ

Oglašavanje u vodiču JRE (Jeunes Restaurateurs) za 2025. godinu predstavlja još jednu kvalitetnu priliku za promociju turističkih destinacija, posebno za regije poput Zadarske županije. JRE je međunarodno priznato udruženje koje okuplja mlade chefove i vlasnike restorana iz preko 350 restorana i 160 hotela u 15 zemalja, uključujući Hrvatsku od 2009. godine. Svake godine, JRE objavljuje nacionalne vodiče koji besplatno pružaju detaljne informacije o restoranima, chefovima, projektima i suradnjama. Ovi vodiči služe kao gastronomske karte koje ljubiteljima hrane omogućuju otkrivanje vrhunskih kulinarskih destinacija. U 2024. godini, TZ Zadarske županije postala je nacionalni partner JRE-a, oglašavajući se na jednoj stranici u nacionalnom, dvojezičnom vodiču. Za 2025. godinu, nastavak oglašavanja u JRE vodiču dodatno je unaprijedilo prepoznatljivost Zadarske županije kao kvalitetne gastronomske destinacije. S obzirom na to da JRE vodiči pružaju detaljne informacije o restoranima i chefovima, oglašavanje u njima može privući turiste zainteresirane za autentična kulinarska iskustva. Osim navedenog, JRE organizira događaje poput "Dining with the Stars", koji okupljaju vrhunske chefove iz cijele Europe, pružajući dodatne mogućnosti za promociju regije kroz sudjelovanje lokalnih chefova. Oglašavanje u ovom vodiču predstavlja odličnu priliku za TZ Zadarske županije da istakne svoju bogatu gastronomsku ponudu i privuče turiste koji cijene vrhunsku kuhinju i autentična iskustva.



FALSTAFF

TZ Zadarske županije se tijekom svibnja mjeseca predstavila u *Falstaff magazinu*, vodećem magazinu za kulinarski stil života u D-A-CH regiji (Njemačka, Austrija, Švicarska). Fokus ovoga izdanja je bio na izuzetnoj kulinarskoj raznolikosti Hrvatske - od visokokvalitetnih regionalnih sastojaka do sve prepoznatljivije vrhunske gastronomije te je uključivao vrhunske kuhare i restorane duž obale i otoka, hrvatska vina, najbolje sorte grožđa i vinograde, kao i bogatu gastronomsku baštinu unutrašnjosti. U ovom posebnom izdanju, koje je u potpunosti posvećeno Hrvatskoj, Zadarska regija istaknuta je kao atraktivna destinacija s bogatom eno-gastro i kulturnom ponudom. Proljetno izdanje je distribuirano kroz više od 62.500 primjeraka (uključujući i e-paper). Dodatna vidljivost postignuta je kroz digitalne objave u srpnju mjesecu putem advertoriala na www.falstaff.com, teasera na službenom Falstaff Facebook profilu te kroz newsletter kampanju, čime je značajno proširen doseg promocije i osnažen imidž Zadarske regije kao nezaobilazne gourmet destinacije na europskoj karti.



UHPA

TZ Zadarske županije nastavila je suradnju s Udrugom Hrvatskih putničkih agencija (UHPA) kroz treće izdanje posebnog priloga u sklopu Directory publikacije pod nazivom *Follow Gourmet Croatia 2024/2025*. Posvećenom promociji eno- gastronomske ponude, jednog od glavnih motiva putovanja i jednog od ključnih elemenata u odabiru destinacije.

U 2025. godini, TZ Zadarske županije ostvarila je značajnu promociju kroz suradnju s Udrugom hrvatskih putničkih agencija (UHPA) budući da je Zadarska županija proglašena domaćom destinacijom godine. Ova prestižna titula dodatno je naglasila turistički potencijal županije, a njezino oglašavanje u UHPA-inim publikacijama - UHPA Directory (englesko izdanje) i UHPA Stručna revija (hrvatsko izdanje) - doprinijelo je jačanju prepoznatljivosti destinacije na domaćem i međunarodnom tržištu. Zadarska županija je kroz uključivanje u ove ugledne publikacije osigurala prisutnost promotivnih materijala na svim važnim turističkim sajmovima na kojima nastupa Hrvatska turistička zajednica, kao i u svim međunarodnim predstavništvima HTZ-a. Posebno vrijedan dio oglašavanja bilo je predstavljanje u publikaciji UHPA Directory 2025/26, gdje je Zadarska županija dobila istaknuti oglasni prostor: naslovnicu te dvije stranice za detaljno predstavljanje destinacije. Fokus je bio na kulturnom turizmu i tradicijskoj baštini, što je u skladu sa strateškim smjernicama razvoja održivog turizma do 2030. godine. Ova orijentacija na kulturnu ponudu dodatno potvrđuje potencijal Zadarske županije da iskoristi bogatu povijesnu i kulturnu baštinu kao ključni element inovativnog i autentičnog turističkog proizvoda, koji doprinosi ravnomjernijem razvoju turizma, smanjenju sezonalnosti i ublažavanju negativnih efekata prekomjernog turizma.



TOP CAMPING

Suradnja s udrugom Top Camping iz Poreča, usmjerenom na promociju kamping segmenta turizma, obuhvatila je tiskano i digitalno oglašavanje. Tiskana brošura koja sadrži istaknuti oglas veličine jedne stranice u boji izašla je u studenom 2024. godine u minimalnoj nakladi od 15.000 primjeraka (7.800 njemačka, 4.600 talijanska i 3.500 engleska varijanta), uz mogućnost dodatnog dotiska. Tekst oglasa prilagođen je na tri jezika: engleski, njemački i talijanski, čime se osigurava širok doseg na ključnim emitivnim tržištima. Distribucija tiskane brošure odvijala se putem različitih kanala, uključujući 13 međunarodnih sajmova na kojima nastupa Hrvatska turistička zajednica, kao i dodatnih sajmova na kojima se TZ Zadarske županije samostalno predstavlja. Uz to, brošura se dijeli i na 12 sajmova u Njemačkoj putem agencije ID Riva Tours iz Münchena, u gradovima poput Hamburga, Nürnberga, Leipziga i drugih. Promocija se dodatno provodi putem mreže lokalnih i regionalnih turističkih zajednica duž hrvatske obale, kao i predstavništava HTZ-a u inozemstvu. Paralelno s tiskanim izdanjem provodila se i sveobuhvatna digitalna kampanja. Digitalna verzija brošure dostupna je putem portala kao što su FICC.ORG, FEDERCAMPEGGIO i PINCAMP.DE, gdje se dodatno oglašava putem banner, poveznica i društvenih mreža. Kampanja uključuje i aktivnu prisutnost na društvenim mrežama, posebno na Facebooku i Instagramu, uz blog objave s novostima i vizualima sa sajmova. Online oglašavanje raspoređeno je tijekom cijele godine, s naglaskom na razdoblja siječanj–lipanj te rujanj–studeni. U sklopu digitalne kampanje provode se Google Ads kampanje koje uključuju remarketing, pretraživačke i prikazivačke mreže. Informacije o destinaciji i

Izvešće o radu za razdoblje I-XII 2025.

promociji smještene su i na službenoj web stranici www.topcamping.hr, gdje se kroz cijelu godinu objavljuju vijesti, vizuali i promotivne poruke s ciljem povećanja vidljivosti kamping ponude Zadarske županije. Ova sveobuhvatna kampanja predstavlja značajnu podršku kamping sektorima u regiji te potvrđuje strateško usmjerenje TZ Zadarske županije na ciljana tržišta kamping turizma kroz relevantne kanale promocije i distribucije.



KAMPING UDRUŽENJE HRVATSKE (KUH)

Kroz promocijski paket unutar projekta Kamping udruženja Hrvatske (KUH) i *Croatia's Best Campsites* dodatno se doprinijelo promociji Zadarske regije kao atraktivne kamping destinacije. Promocijski paket za 2025. godinu uključivao je niz online i offline aktivnosti usmjerenih prema kamping tržištu. Unutar brošure *Croatia's Best Campsites 2025*, tiskane u više od 20.000 primjeraka na pet jezika (njemački, engleski, talijanski, nizozemski i slovenski), objavljen je oglas TZZZ. Brošura je distribuirana na svim relevantnim kamping sajmovima, u specijaliziranim trgovinama i kroz mrežu partnera poput Fritz Bergera i Knaus Tabberta, čime je osigurana velika vidljivost na ključnim europskim tržištima. Osim tiskanog izdanja, značajan fokus stavljen je i na digitalnu promociju. Banner TZ Zadarske županije prikazivao se u rotaciji na naslovnici portala www.camping.hr u trajanju od jedne godine, na svih šest jezičnih varijanti portala. Također, oglas je bio dostupan za preuzimanje putem online verzije brošure, a dodatno predstavljanje osigurano je putem partnerske stranice portala uz direktnu poveznicu na službenu web stranicu TZZZ.



Sailing in Croatia 2025

TZ Zadarske županije će u 2025. godini nastaviti suradnju s produkcijskom kućom Amali Doare u sklopu prestižnog međunarodnog projekta „Anchored in Paradise: Croatia's Coastal Treasures“, koji realizira Nautical Channel. Ovaj televizijski serijal predstavlja prirodni nastavak iznimno uspješnih projekata „Sail-ho! Croatia“ i „Wind Masters Croatia“, a cilj mu je promocija najatraktivnijih plaža i uvala za nautičare diljem hrvatske obale. Tijekom lipnja i srpnja 2025. godine, produkcijska ekipa obići će oko 80 lokacija koje će predložiti lokalne turističke zajednice, uključujući i destinacije Zadarske županije. Ukupno će biti snimljeno 10 emisija u trajanju od 26 minuta od kojih će 2 emisije predstavljati nautičku ponudu Zadarske regije. Kroz ovu suradnju, TZ Zadarske županije osigurava globalnu promociju svojih plaža, uvala i turističkih atrakcija putem kanala koji doseže više od 800 milijuna gledatelja u 120 zemalja. Svaka lokacija bit će ocijenjena prema unaprijed definiranim kriterijima u pet ključnih kategorija, čime će se kreirati top lista najboljih destinacija za nautičare. Pobjednici u pojedinim kategorijama dobit će priznanja i oznake izvrsnosti, što će dodatno povećati njihovu vrijednost i privlačnost za posjetitelje. Osim same promocije plaža, serijal će obuhvatiti i predstavljanje kulturnih, prirodnih i gastronomskih posebnosti regije, čime će se dodatno ojačati imidž Zadarske županije kao kvalitetne i održive turističke destinacije. Projekt također ističe važnost ekološke odgovornosti i održivog razvoja, što se sve više prepoznaje kao ključan element u privlačenju modernih turista.

QUARTERLY MAGAZINE

Industrija kružnih putovanja danas predstavlja jednu od najdinamičnijih i najkompleksnijih grana globalnog turizma, koja uključuje brodogradnju, pomorski dizajn, upravljanje brodovima, logistiku luka, operacije hotelijerstva na brodovima, te strateško planiranje destinacija i itinerara. U tom kontekstu, Cruise Industry News (CIN) zauzima središnju ulogu kao vodeći izvor vijesti, analiza i stručnih publikacija za profesionalce unutar industrije.

Centralni dio njihove publikacije je Cruise Industry News Quarterly Magazine, vodeći časopis u industriji kružnih putovanja. Časopis izlazi četiri puta godišnje u tiskanom izdanju, a dostupan je i digitalno na svim uređajima. Ono što ga izdvaja od drugih publikacija jest neovisni urednički tim sastavljen od profesionalnih novinara, te temeljito istraživanje industrije koje se gradi na više od trideset godina iskustva. Quarterly Magazine pokriva širok spektar tema, a posebna pažnja se

Izvešće o radu za razdoblje I-XII 2025.

posvećuje lukama, destinacijama i planiranju itinerara, čineći časopis ključnim resursom za sve sudionike u industriji.

U ljetnom izdanju [Cruise Industry News Quarterly Magazine](#) (srpanj 2025) realizirano je zajedničko oglašavanje TZ Zadarske županije i TZ grada Zadra. Tema tog izdanja je bila „Food & Beverage Cruise Experience Europe“, s posebnim naglaskom na europske kruzing linije. Oglas je objavljen u formatu Double Page Spread, čime je osigurana maksimalna vidljivost među ključnim donositeljima odluka u industriji. Magazin ima tiskanu nakladu od preko 7.500 primjeraka i čitateljstvo od oko 40.000 profesionalaca diljem svijeta. Distribuira se globalno: 75% u Americi, 20% u Europi i 5% u azijsko-pacifičkoj regiji, te se dodatno dijeli na specijaliziranim sajmovima i digitalnim platformama. Među čitateljima su izvršni direktori kruzing kompanija, brodogradilišta, turističkih luka, a distribuira se i bibliotekama, putničkim agencijama te drugim zainteresiranim čitateljima. Ova je kampanja omogućila Zadru i Zadarskoj županiji da se pozicioniraju kao prepoznatljiva destinacija na kruzing karti Mediterana.



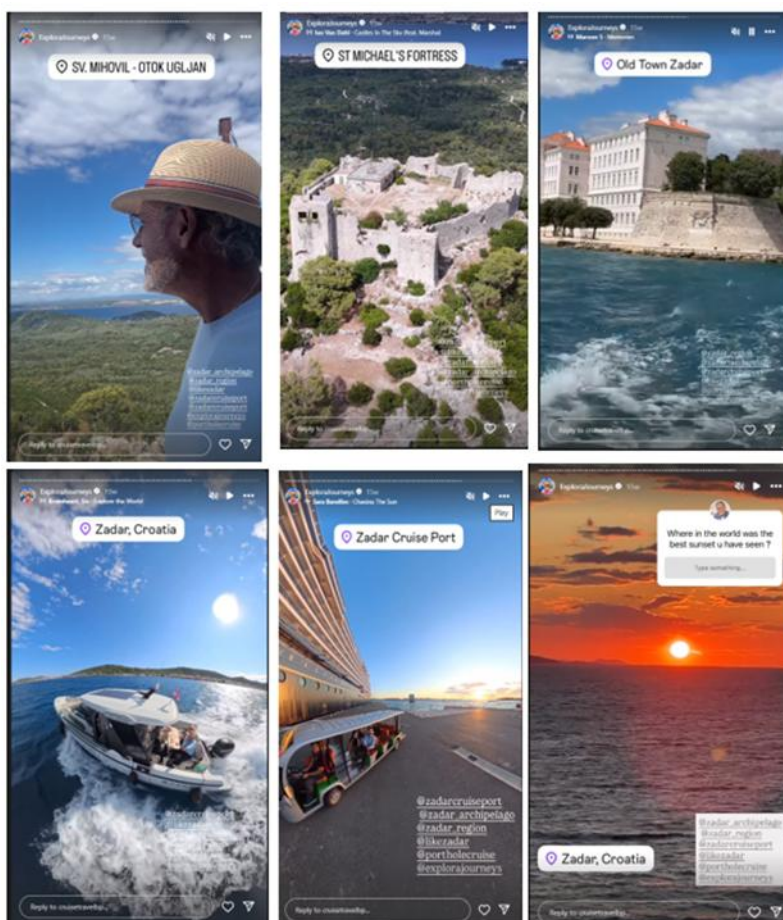
PORTHOLE CRUISE AND TRAVEL

U srpnju 2025. TZ Zadarske županije u suradnji s TZ grada Zadra provela je digitalnu kampanju koristeći visoku stručnu reputaciju Porthole Cruise & Travel Magazina, čiji je osnivač i glavni urednik Bill Panoff, dugogodišnji autoritet i poznato lice u kruzing industriji. Kampanja je uključivala pet Instagram storyja i dva video reela objavljena na profilima @cruisetravelbp i @portholecruise, te objavu i feature story o Zadru u poznatom Porthole Cruise Magazinu. Riječ je o jednom od najutjecajnijih svjetskih medija u kruzing industriji, koji vodi Bill Panoff, dugogodišnji urednik, producent i bivši kruzing direktor s bogatim iskustvom u predstavljanju destinacija globalnoj publici. Objave su obuhvatile iznimno atraktivne vizuale Zadra i županije, naglašavajući njezinu autentičnost i potencijal kao nezaobilazne kruzing destinacije u Jadranu. Kampanja je dodatno pojačana kroz LinkedIn objave Billa Panoffa, koje su doseglye profesionalce iz industrije kružnih putovanja. Video sadržaji i storyji kreirani su s ciljem emocionalnog povezivanja gledatelja s doživljajem destinacije te jačanja njezinog prepoznatljivog identiteta.

Digitalna kampanja Zadarske županije, s objavama na Panoffovim i Porthole profilima, iskoristila je tu stručnu mrežu i autoritet da doseglye profesionalce i entuzijaste kruzing putovanja, dodatno

Izvešće o radu za razdoblje I-XII 2025.

osnažujući vidljivost Zadra kao relevantne kruzing luke i iznimno atraktivne destinacije. Ova suradnja osigurala je Zadarskoj županiji snažnu digitalnu vidljivost i prisutnost među ključnim akterima globalne kruzing scene.



NAUTICAL CHANNEL

U 2025. godini nautička ponuda Zadarske županije predstavljena je na globalnom Nautical Channelu u sklopu novog televizijskog serijala „Anchored in Paradise: Croatia’s Coastal Treasures“, koji se realizira uz podršku Hrvatske turističke zajednice i glavnih partnera projekta. Nautical Channel je jedina 24/7 svjetska TV kuća specijalizirana za nautiku, nautički turizam, sportove na moru i lifestyle, a emitira se u više od 120 zemalja s ukupnim potencijalom dosegom od preko 800 milijuna gledatelja. Program se distribuira putem brojnih međunarodnih TV, IPTV, satelitskih i kabelskih platformi, na engleskom, francuskom i njemačkom jeziku, što hrvatskim destinacijama osigurava iznimnu vidljivost među ključnim nautičkim tržištima.

Serijal „Anchored in Paradise“ predstavlja prirodni nastavak ranijih i iznimno uspješnih programa posvećenih Hrvatskoj, poput Sail-ho! Croatia i Wind Masters Croatia. U suradnji s produkcijskim timom realiziralo se ukupno 10 epizoda u trajanju od 30 minuta, a svaka epizoda prikazala je dvije destinacije te njihove najljepše plaže i uvale za nautičare. Lokalnim turističkim zajednicama povjerena je uloga nominiranja i predstavljanja najatraktivnijih lokacija, dok je stručni tim Nautical Channela sve nominirane uvale i plaže - njih više od 80 - detaljno analizirao i ocijenio u pet kategorija. Završetak serijala rezultirao je kreiranjem top liste najboljih hrvatskih plaža i uvala za nautičare, što predstavlja dodatnu priliku za isticanje lokacija Zadarske županije.

Izješće o radu za razdoblje I-XII 2025.

Zadarska regija ponovno je predstavljena kao sigurna, atraktivna i održiva nautička destinacija s izrazito raznolikom prirodnom i kulturnom ponudom. Poseban naglasak stavljen je na atraktivne uvale i plaže te na prepoznatljive gastronomske punktove koji su već dugi niz godina nezaobilazni svim moreplovcima. Budući da se suvremena nautika neraskidivo povezuje s gastronomijom, serijal prikazuje i odabrane restorane i konobe u kojima se njeguje tradicijska kuhinja, te destinacije u kojima se plovidbene rute spontano određuju prema kvaliteti lokalne ponude i autentičnim okusima.

Materijali za serijal snimao se tijekom lipnja i srpnja 2025., a emitiranje je započelo u jesen u udarnom večernjem terminu. U razdoblju od deset tjedana emitirala se po jedna nova epizoda serijala, uz velik broj repriza tijekom ostalih dana. Svaka epizoda emitirana je minimalno 30 puta u dva mjeseca od prvog prikazivanja, čime se omogućuje snažan i višestruki promotivni doseg. Uz televizijsko emitiranje, sadržaji će biti dostupni i na YouTube kanalima te prilagođeni za društvene mreže, što dodatno osnažuje digitalnu prisutnost Zadarske županije.



BIKE PATROLA

U 2025. godini realizirana je suradnja s platformom *Bike Patrola* i blogom *Pedaliranje* na Tportalu, čime se ostvarila nova prilika za pozicioniranje Zadarske županije kao atraktivne cikloturističke destinacije - ne samo ljeti, nego i izvan glavne turističke sezone. Ova suradnja omogućila je snažan medijski doseg prema ciljanoj publici iz Hrvatske i regije, s naglaskom na aktivne putnike, rekreativce i ljubitelje prirode. Kroz promotivne objave na društvenim mrežama i dva autentična blog zapisa na Tportalu, ističu se prirodne ljepote, biciklističke staze i skriveni biseri Zadarske županije. Cilj kampanje je povećati prepoznatljivost regije kao cjelogodišnje destinacije za bicikliste budući da Zadar i njegova okolica nude idealne uvjete za bicikliranje tijekom cijele godine - od obale do zaleđa, od ravničarskih ruta do blagih brdskih putova. Tako je u suradnji s Večernjim listom i T-portalom TZ Zadarske županije dogovorila dodatnu promociju bike staza na otocima Ugljan, Pašman i Dugi otok. Staze je u veljači obišao novinar **Dražen Breitenfeld**, a na portalu su u svibnju objavljena dva članka <https://www.tportal.hr/pedaliranje/clanak/sjajne-staze-divne-boje-ugljan-je-savrsen-u-proljece-posebno-na-dva-kotaca-foto-20250520> i [Pašman je totalna biciklistička bajka: Malo ćete gurati, ali uz ovakvu divotu sve je lakše - tportal](#)



Kalu da je na **Ugljanu** najljepše na jugu, a razvedene obale, plaže i uvale su kao izmišljene za turiste. Isto vrijedi za biciklističke staze – a vozeći se šesnaestak kilometara, imate puno pustolovnih doživljaja da odmorite dušu i tijelo.



Antičko susreće moderno

Staza 'Antičko susreće moderno' zapravo je idealan naziv za ovaj bike izlet. Počinje u mjestu Ugljan i uz obalu ide uz samostan sv. Jeronima te nastavlja asfaltnim putem kroz zaseoke Batalaša, Gušice i Mušine, gdje svakako treba obići arheološka nalazišta iz 1. stoljeća. Staza je kružna, a na makadamskom dijelu rute zstanite u spektakularnoj uvali Suha.

Domaći mediji

Nacional – Tematski prilog Gastro & Wine

TZ Zadarske županije ostvarila je vrijednu suradnju s tematskim magazinom *Gastro&Wine*, koji izlazi četiri puta godišnje uz tjednik *Nacional*, u nakladi od 10.000 primjeraka. Suradnja uključuje objavu atraktivnih PR članaka o destinaciji, eno-gastro ponudi, manifestacijama i tradiciji Zadarske županije. Uz tiskano izdanje, članci su besplatno objavljeni i na portalu www.nacional.hr, čime se znatno povećava njihov doseg i vidljivost. Kao dodatnu vrijednost, TZ Zadarske županije dobila i jedan gratis oglas u formatu cijele stranice, koji je objavljen u ožujku 2025. godine. Prvi od predviđenih četiriju PR članka objavljen je krajem travnja mjeseca, naglasak je stavljen na lokalne delicije ali i na manifestacije kojima se promoviraju tradicionalna autohtona jela i običaji, te potiču posjetitelji da to sve probaju i dožive. U drugom PR članku u srpnju mjesecu dodatno je promoviran održivi i autentični gastronomski turizam kroz program „Welcome Taste & Buy“, koji posjetiteljima omogućuje kušanje i kupnju lokalnih, autohtonih proizvoda izravno od domaćih OPG-ova i proizvođača. Kroz rujanski PR članak opisana je eno-gastronomsku prezentacija Zadarske županije koja je održana 18.09. u Zagrebu, gdje su lokalni OPG-ovi, vinari i poznati chefovi predstavili autentične proizvode, jela i vina regije, naglašavajući spoj tradicije, autohtonih sorti i vrhunske gastronomije. Oglašavanje za 2025. godinu zaključeno je u prosincu sa PR člankom u kojem je akcenat stavljen na gastronomsku ponudu u vrijeme Adventa. Do kraja godine osiguran je prijenos svih članaka na portal nacional.hr. Ova suradnja predstavlja odličnu priliku za promociju županije na nacionalnoj razini.



Ostvareni cilj aktivnosti:

Pozicioniranje posebnih proizvoda i ponude koji su motivirali dolaske domaćih i stranih turista.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZ Zadarske županije, razni mediji

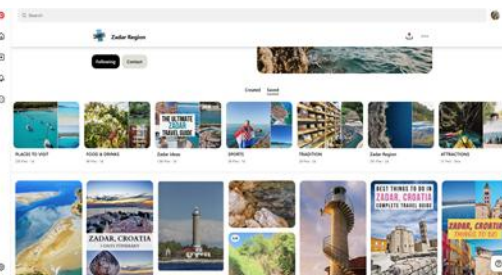
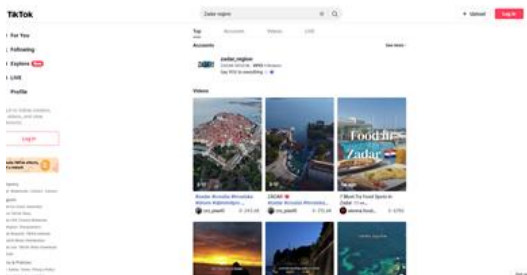
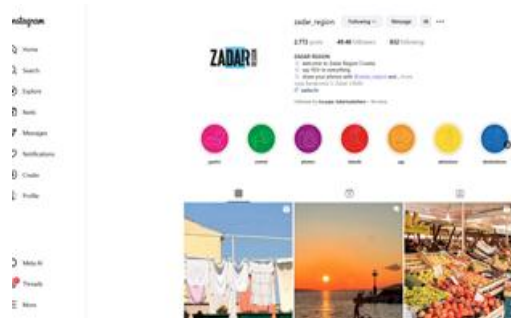
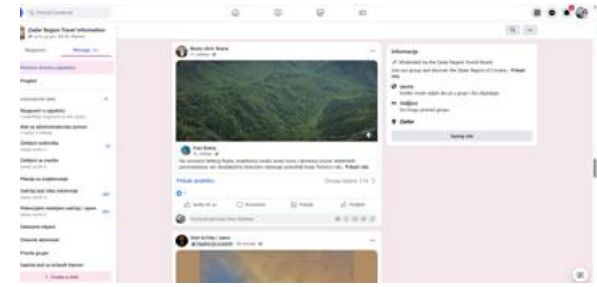
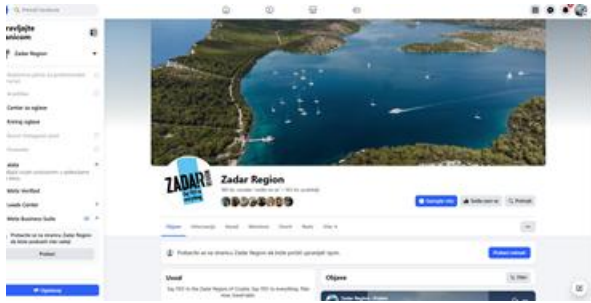
Realizacija:

● OUTDOOR WELTEN	88.344,93 €
● GAULT & MILLAU CROATIA	5.856,25 €
● JRE VODIČ	15.000,00 €
● FALSTAFF	1.500,00 €
● UHPA	6.893,75 €
● TOP CAMPING	2.250,00 €
● KAMPING UDRUŽENJE HRVATSKE (KUH)	1.365,62 €
● SAILING IN CROATIA	1.250,00 €
● QUARTERLY MAGAZINE	3.925,00 €
● PORTHOLE CRUISE AND TRAVEL	3.134,30 €
● BIKE PATROLA	2.693,50 €
● NACIONAL	3.000,00 €
● NAUTICAL CHANEL	6.650,00 €
● MICHELIN	4.687,50 €
● Tečajne razlike	30.000,00 €
	139,01 €

3.2.3. KOMUNIKACIJA NA DRUŠTVENIM MREŽAMA

Opis aktivnosti

Turistička zajednica Zadarske županije je u 2025. godini nastavila s aktivnostima na društvenim mrežama na vlastitim profilima i to Facebooku, Instagramu, Tik-Toku i Pinterestu.



Nastavila se održavati dnevna komunikacija na ranije otvorenim *Zadar Region* profilima na Instagramu i Facebooku, na kojima se ciljaju primarno dobne skupine milenijalsi i GenZ, a koje obuhvaćaju osobe 25-50 godina.

Profil **Zadar Region** na **Instagramu** u 2025. godini ima više od 50 tisuća pratitelja, od kojih je 1641 novih. Objava je u navedenom razdoblju bilo preko 220, među kojima 295 fotografija i 93 reels-ova, s ukupnim dosegom postova od preko 736 tisuća. Ukupno je u 2025. godini profil Zadar Region na Instagramu zabilježio više od 2,9 milijuna pregleda.

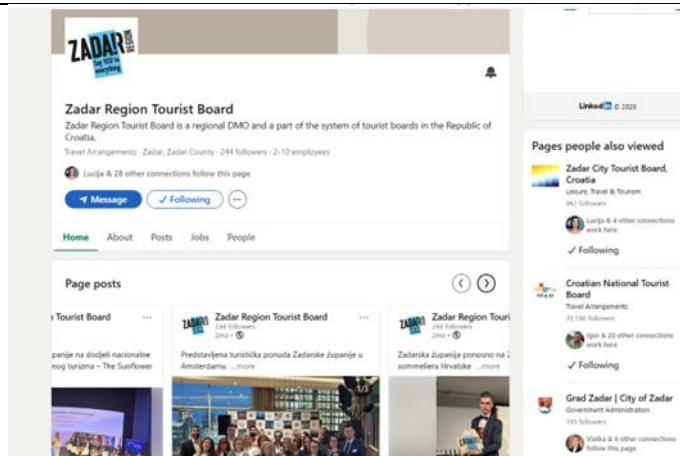
U 2025. godini profil **Zadar Region** na društvenoj mreži **Facebook** broji više od 104 tisuće pratitelja. od kojih je 2,5 tisuća novih. Ukupno se objavilo se 198 objava s ukupno namjenski izrađenih 648 fotografija pojedinačno ili u galeriji. Objavljeno je i 61 videa, 11 linkova i podijeljeno je 36 postova. Na Facebooku je ostvareno preko 7 milijuna pregleda.

Posljednjih godina je TZ Zadarske županije sve aktivnija na društvenim mrežama pa je tako u 2022. godini otvoren profil **Zadar Region** na iznimno popularnoj mreži **Tik-Tok**. Tik-Tok profil Zadar Region prikupio je u četiri godine postojanja više od 5 tisuća pratitelja, a objave na profilu su u potpunosti prilagođene tom mediju i interakciji s korisnicima. Profil Zadar Region na Tik-Toku je dosegnuo ukupno 177.088 oznaka sviđanja, dok je najgledaniji video pregledan preko 105 tisuća puta. U 2025. godini objavljena su ukupno 182 tik-toks, a prikupljeno je ukupno više od 1,80 milijuna pregleda, više od 2.400 komentara i također i dijeljenja.

U 2023. godini otvoren je profil i na društvenoj mreži **Pinterest**. **Pinterest** je društvena mreža koja je orijentirana na otkrivanje ideja i raznih interesa i u kratko je vrijeme stekla veliki broj korisnika na globalnoj razini. Primarni cilj Pinteresta je potaknuti ljude da rade ono što vole, inspirira ih u nalaženju novih interesa i/ili olakša donošenje nekih odluka, gdje ljetovati, otići na izlet, što posjetiti u kojem gradu i tako dalje. U tim okvirima im se može/treba ponuditi naš turistički proizvod kao novu inspiraciju, a to su prvenstveno dobre slike i priče, te poveznice. Profil **Zadar Region** na društvenoj mreži Pinterest ima mjesečno više od 2.800 pregleda dok je profil ostvario preko 32 tisuće impresija.

Komunikacija koja se sa korisnicima također održava i kroz javnu grupu na Facebooku **Zadar Region Travel Information**, u 2025. godini broji 8,6 tisuća članova. Dodatak je to osnovnom profilu kroz koji se omogućuje korisnicima da lakše i direktno komuniciraju te objavljuju svoje dojmove, a kako bi i kod drugih potaknuli interes za Zadarsku županiju.

Od 2024. godine Turistička zajednica Zadarske županije ima otvoren profil na društvenoj mreži **LinkedIn**. Riječ je o najvećoj poslovnoj mreži koja broji više od 1,1 milijarde korisnika. U Hrvatskoj ima više od milijuna korisnika, a profil **Zadar Region Tourist Board** na ovoj profesionalnoj mreži u 2025. godini broji više od 240 pratitelja.



Kontinuiranim informiranjem na domišljat, inovativan i intrigantan način prezentiraju se ključni proizvodi, vrijednosti i doživljaji zadarske regije.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZ Zadarske županije, vanjski suradnik Fiaka marketing

Realizacija:

- FIAKA Vi. J. Čirjak

31.500,00 €

31.500,00 €

Na realizaciju projekta 3.2. „OGLAŠAVANJE DESTINACIJSKOG BRANDA, TURISTIČKE PONUDE I PROIZVODA“ utrošeno je ukupno 514.806,70 € prema računovodstvenoj strukturi:

- Usluge promidžbe i informiranja-inozemstvo **53.320,99 €**
- Tuzemno-online oglašavanje **386.735,76 €**
- Inozemni-tisak **53.701,64 €**
- Tuzemni-tisak **15.400,00 €**
- Tuzemno-prezentacija i sajmovi **5.000,00 €**
- Provizije i tečajne razlike **648,31 €**

3.3. ODNOSI S JAVNOŠĆU (GLOBALNI I DOMAĆI PR)

RASHODI/AKTIVNOSTI	Plan za 2025.	Rebalans 2025.	Realizacija 2025.	Indeks realizacija / rebalans	Udio % u realizaciji
Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR	155.000,00 €	131.000,00 €	127.811,05 €	98	4,81%
Globalni PR	110.000,00 €	110.000,00 €	98.124,36 €	89	3,69%
Domaći PR	25.000,00 €	15.000,00 €	20.865,00 €	139	0,78%
Studijska putovanja za predstavnike medija u suradnji sa sustavom TZ	20.000,00 €	6.000,00 €	8.821,69 €	147	0,33%

3.3.1. GLOBALNI PR

Cilj aktivnosti

TZ Zadarske županije je i u 2025. godini nastavila s aktivnostima provedbe PR aktivnosti, no podižući ih na viši nivo. Ranije je, TZŽ sudjelovala u PR aktivnostima isključivo u suradnji, tj. na inicijativu Predstavništava HTZ-a u inozemstvu. Naime, putem Predstavništava HTZ-a na emitivnim tržištima TZ Zadarske županije ima trajni pristup brojnim inozemnim medijima kao i mogućnost objava raznih informacija, priopćenja izjava, novosti, tekstova, popisa, najava, fotografija, video materijala i sl. kojima se promovira destinacija i postiže veća vidljivost Zadarske županije.

Kvalitetno i promišljeno ulaganje u odnose s javnošću, koje zahtijeva kontinuitet i konstantu, te stvara dugoročni učinak, je smjer koji TZŽ slijedi nekoliko posljednjih godina. Intencija je time privući pažnju o destinaciji i tzv. *buzzword* efekt, a tako se i bolje pozicionirati kao destinacija široke ponude kroz cijelu godinu, i za razne vrste posebnih interesa, odnosno tržišnih skupina. Stoga je i u 2025. godini TZŽ proširila te aktivnosti u suradnji, kako s Predstavništvima, ali i prilikama pruženih od strane inozemnih PR agencija. TZŽ se uključila u projekte visoke medijske vidljivosti kojima može direktno komunicirati ključne turističke proizvode Zadarske županije, te time otvoriti put budućeg direktnog zastupanja na ključnim emitivnim tržištima.

Opis aktivnosti

Na prijedlog nadležnog predstavništva i sukladno svojim ciljevima TZ Zadarske županije podržavala i sve ostale PR aktivnosti i projekte koji mogu doprinijeti promociji Zadarske županije kao turističke destinacije. U 2025. godini TZ Zadarske županije je i samostalno nastavila uobičajene aktivnosti dostave materijala inozemnim medijima bilo da je riječ o pisanju članaka i reportaža, pisanju ili ažuriranju turističkih vodiča, izdavanju knjiga ili objavama na društvenim mrežama. Također se nastavila suradnja s gospodarskim i ostalim subjektima iz Zadarske županije, koji svojim kanalima komuniciraju s emitivnim tržištima. Sukladno mogućnostima podržavaju se i konferencije za medije i posebne prezentacije, te svi ostali projekti značajni za promociju regije.

Kao dio sustava turističkih zajednica TZ Zadarske županije je nastavila poslove praćenja i analize medijskih objava te praćenja i analize online objava i društvenih mreža na inozemnim tržištima, kako putem Glavnog ureda i predstavništava HTZ-a u inozemstvu, tako i samostalno.

KRONE TV/KRONEN ZEITUNG

U suradnji s najvećom austrijskom medijskom kućom Kronen Zeitung i njezinim televizijskim kanalom *Krone TV* realizirana je inovativna marketinška kampanja. Pod nazivom „Urlaub Royal – Die Challenge-Reise um die Welt“ kampanja je predstavila jedinstveni format promocije destinacije, usmjeren na mlađu i aktivniju ciljnu skupinu. Za razliku od tradicionalnih promotivnih formata, kampanja je imala izražen doživljajni i zabavni karakter, kroz koji su se ljepote i posebnosti Zadarske županije približile austrijskoj publici na autentičan način. U središtu priče nalazili su se popularni voditelji *Krone TV*-a, Jennifer Kapellari i Mario Grüninger, koji su se natjecali u nizu izazova inspiriranih lokalnim običajima i tradicijom: od izrade cvijeta soli do vožnje

Izvjешće o radu za razdoblje I-XII 2025.

barkama. Kroz njihovu interakciju i duhovite situacije, austrijski gledatelji imali su priliku upoznati bogatstvo kulturne i prirodne baštine Zadarske županije iz jedne svježe, neposredne i emocionalno privlačne perspektive. Kampanja je provedena multikanalno, kombinirajući televizijski, digitalni i društveni segment. U svibnju 2025. godine TV ekipa Krone TV-a provela je četiri dana na terenu u Zadarskoj županiji, tijekom kojih je snimljeno gotovo 50 minuta materijala. Iz tog materijala nastao je serijal koji je prikazan pet puta na televizijskom programu *Krone TV*, uz paralelno objavljivanje na streaming platformi Kronen Zeitunga, portalu medijske kuće, te na društvenim mrežama kroz postove, stories i reels formate. Time je kampanja ostvarila širok doseg i višeslojnu prisutnost na austrijskom tržištu.

Rezultati kampanje potvrđuju njezinu iznimnu uspješnost. Pet televizijskih emitiranja emisije pratilo je više od 82.000 gledatelja, dok je na streaming platformi zabilježeno dodatnih 9.100 pregleda. Članak na portalu Kronen Zeitunga, koji je sadržavao integrirani video materijal, pročitan je gotovo 13.000 puta, a prosječno vrijeme zadržavanja publike iznosilo je čak 57 minuta, što jasno pokazuje visoku razinu angažiranosti i interesa gledatelja. Posebno vrijedan element kampanje jest integracija sadržaja na streaming platformu JOYN, popularnu i široko dostupnu platformu u DACH regiji, koja je dodatno proširila dostupnost emisije i omogućila dugoročno prisustvo Zadarske županije u digitalnom prostoru austrijskog tržišta.

Suradnja s Krone TV-om i realizacija kampanje „Urlaub Royal – Die Challenge-Reise um die Welt“ pokazala se kao primjer uspješnog spoja kreativnosti, autentičnosti i strateškog pristupa promociji destinacije.



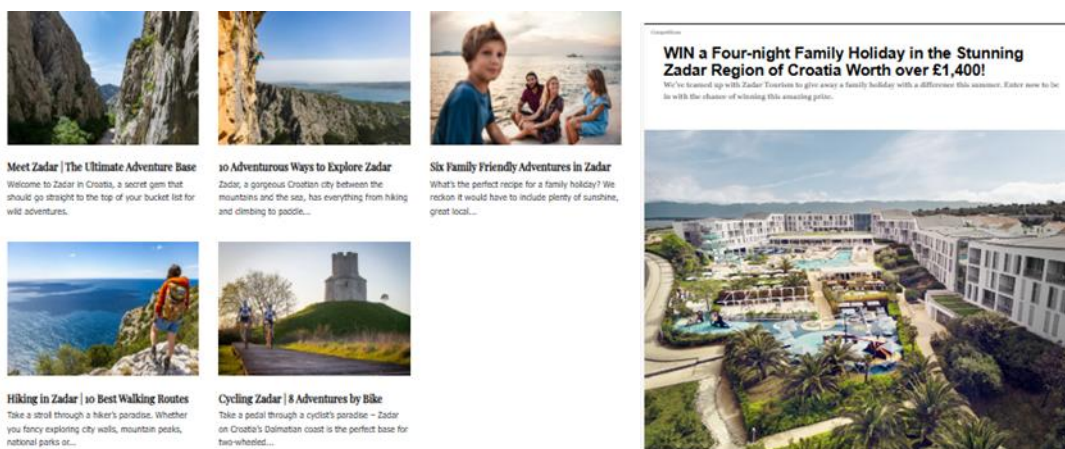
(Video: krone.tv)

Wenn sich Krone-Redakteurin Jenny Kapellari und Krone.tv-Moderator Mario Grünninger gemeinsam auf den Weg machen, ist Spannung vorprogrammiert. Bei ihrer Challengereise entlang der malerischen dalmatinischen Küste entdecken die beiden nicht nur traumhafte Orte, sondern treten auch in sportlichen und kuriosen Wettbewerben gegeneinander an – begleitet von Tourguide Vlatka und Moderator Chris Antonio, der auch gleichzeitig als Challenge-Master fungiert.



ACTIVE TRAVELLER

U 2025. godini nastavljena je suradnja s prestižnim britanskim medijima *Active Traveller* i *Outdoors Magic* kroz Digital Content Package kampanju koja je osmišljena kako bi potaknula turiste da otkriju manje poznate, često unutrašnje dijelove županije, produžila sezonu izvan ljetnih mjeseci, privukla turiste višeg profila (ABC1) s većom kupovnom moći te promovirala održivi način putovanja – pješice, biciklom ili vodenim putevima. Središnji dio kampanje je realiziran kroz pet SEO-optimiziranih članaka, smještenih na posvećenom online hubu portala *active-traveller.com*. Članke je napisala urednica Sian Lewis, koja je 2024. godine osobno boravila u regiji. Također, članci su popraćeni fotografijama i video sadržajem sa tog putovanja, što jer dodatno pojačalo dojam i vizualni identitet destinacije. Kampanja je uključivala i nagradnu igru, što je utjecalo na iznimno veliki angažman publike.



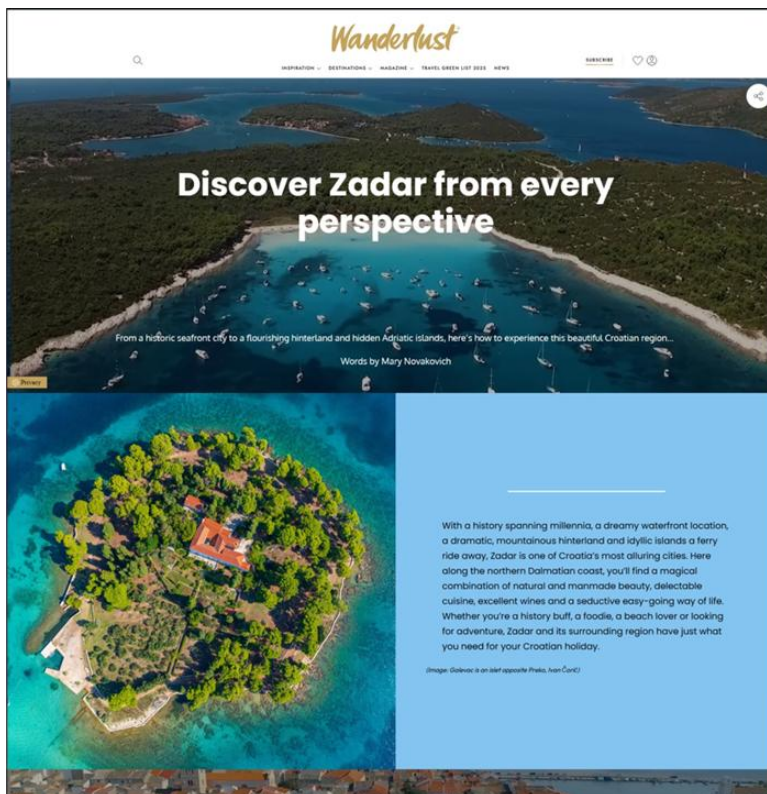
Sav sadržaj je intenzivno promoviran putem društvenih mreža (1,5 milijuna pratitelja) i newslettera (118.000 pretplatnika), što osiguralo snažan doseg na ciljano britansko tržište. Ova integrirana online kampanja omogućila je kontinuiranu vidljivost tijekom dužeg vremenskog razdoblja, s fokusom na publiku koja traži autentična i aktivna iskustva. Zahvaljujući ovom paketu, destinacija Zadarske županije promovirana je kroz kanale s ukupnim dosegom od oko 3 milijuna korisnika, uključujući web portale s 750.000 mjesečnih posjeta, 1,6 milijuna pratitelja na društvenim mrežama i 150.000 pretplatnika newslettera.

WANDERLUST

U suradnji s renomiranim časopisom *Wanderlust* i PR agencijom *AVIAREPS UK* u 2025. godini započela je ambiciozna i suvremeno koncipirana promotivna kampanja s ciljem pozicioniranja Zadarske regije kao cjelogodišnje, autentične i raznolike destinacije na britanskom tržištu. Kampanjom se željelo privući putnike koji tragaju za istinskim doživljajem, lokalnom pričom i boravkom u prirodi. U središtu kampanje nalazila se digitalna iskustvena platforma (*Digital Immersive Experience*), smještena na online kanalima magazina *Wanderlust*, a koja je omogućila korisnicima interaktivno otkrivanje regije kroz personalizirane tematske rute i multimedijalni sadržaj. Ilustrirana karta regije, popraćena video isječcima, fotografijama i stručnim tekstovima,

Izvešće o radu za razdoblje I-XII 2025.

vodila je korisnike kroz četiri glavna područja: povijesni grad Zadar, zaleđe s vinskim podnebljem i autentičnom gastronomijom, netaknute otoke i planinske predjele Pakleničke rivijere. Kampanja je posebnu pozornost posvetila lokalnoj baštini, aktivnom turizmu i suvremenoj ponudi koja se uklapa u trendove britanskog tržišta.

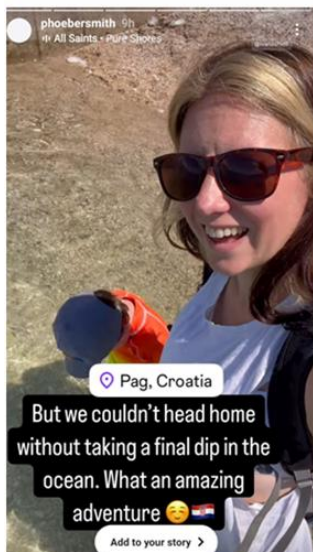


Dodatnu autentičnost kampanji dala je suradnja s poznatom britanskom putopisnom novinarkom i influencericom Phoebe Smith, koja je boravila u Zadarskoj regiji od 9. do 12. svibnja 2025. Phoebe Smith je nagrađivana novinarka, voditeljica, fotografkinja i autorica specijalizirana za putovanja, avanture i aktivnosti na otvorenom. Također je suosnivačica zaklade #WeTwo: www.TeamWeTwo.com. TZ Zadarske županije joj je izradila program obilaska koji je obuhvatio obilazak Zadra i Paga, posjet otocima Ugljan i Pašman, te Pakoštanima, Parku prirode Vransko jezero i Maškovića hanu. Tijekom svog boravka, Phoebe je pratila rute s interaktivne karte, stvarajući autentičan sadržaj za društvene mreže, uključujući objave, video priče i kratke video formate. Na svom Instagram profilu podijelila je ukupno 74 Instagram storyja i 3 objave, u kojima je kroz osobni ton i dojmove prenijela ljepote regije svojoj publici.

U jednoj od objava Phoebe je napisala:

„Nikad nisam vidjela tako raskošne krajolike, kristalno čisto more i srdačnije ljude - sve to mi je poslužilo kao savršeno platno da potaknem ljude da sanjaju o zadarskoj regiji i njezinom čarobnom suncu! Puno hvala cijelom timu Zadarske regije na toploj dobrodošlici u ovaj skriveni kutak hrvatske obale. Taj boravak dodatno je probudio želju, kako moju, tako i mog sina, za ovom prekrasnom i netaknutom zemljom. Jedva čekam vratiti se i Zadar sam već preporučila mnogim svojim cijenjenim kolegama“.

Instagram activity



"I have never seen such luscious landscapes, crystal clear sea and warmest locals, which have given me an ideal canvas to get people dreaming of the Zadar region and its glorious sunshine! Thank you so much to the entire team of Zadar region for welcoming me to this hidden pocket of the Croatian coast. It increased mine and my son's appetite for this beautiful and unspoilt country. I can't wait to return and already recommended Zadar to many of my esteemed colleagues."

Phoebe Smith



Širi komunikacijski doseg kampanje postignut je i kroz sam Digital Immersive Experience, koji je do kraja lipnja 2025. zabilježio preko 30.000 pregleda stranice i gotovo 29.000 jedinstvenih korisnika. Kampanja je promovirana i putem društvenih mreža Wanderlusta – plaćena promocija na Instagramu i Facebooku rezultirala je s više od 1,5 milijuna dosega, 3,2 milijuna impresija, 48.000 angažmana korisnika te preko 44.000 klikova na sadržaj povezan sa regijom. Dodatno, uključivanje sadržaja u Wanderlustov e-newsletter donijelo je gotovo 50.000 impresija i više od 150 klikova. Konačno, kroz slogan „Say YES! to everything“, Zadarska regija se u ovoj kampanji predstavila ne samo kao destinacija za odmor, već kao prostor bogatih priča, raznolikih pejzaža, ukusne hrane, iskonske prirode i tople lokalne zajednice.

Opća skupština i Izvršni odbor Europske putničke komisije (ETC), svibanj 2025. u Zadru

U Zadru se 13.-16. svibnja 2025. održala Opća skupština i Izvršni odbor Europske putničke komisije (ETC). Hrvatska turistička zajednica je ovom događanju bila domaćin, dok su TZ Zadarske županije i TZ grada Zadra bile partneri u domaćinstvu. Ovo je događanje visokog ranga okupilo pedesetak sudionika, a od kojih su brojni bili direktori europskih nacionalnih turističkih zajednica/organizacija, članica ETC-a.

Program boravka u Zadru uključio je smještaj sudionika u hotelu s 5 zvjezdica i to za tu prigodu otvorenom hotelu Hyatt Regency, u kojem se uglavnom održao službeni dio okupljanja. Za sudionike je organiziran posjet Parku prirode Telašćica i to brodom Nada na kojem je održana i sjednica Izvršnog odbora. Sudionici su tako imali priliku vidjeti i dio zadarskog arhipelaga. Jedna od večera bila je organizirana u Maškovića hanu gdje je za sudionike upriličen i zabavni program odnosno nastup skupine Vitezovi vranski. Gala večera za sve sudionika organizirana je u zadarskom Arsenalu, a prije same večere, sudionici su prošetali po zadarskoj rivi kako bi imali priliku uživati u Pozdravu suncu i Morskim orguljama.



Teme Opće skupštine ETC-a i sastanka Odbora direktora ETC-a ponajviše su bile vezane uz postignute turističke rezultate na razini Europe u prošloj godini i na početku ove, uz aktivnosti i planove ETC-a, utjecaj geopolitičkih i gospodarskih okolnosti na daljnju promociju Europe kao jedinstvene turističke destinacije te uz aktualne i buduće turističke trendove koji će oblikovati europski turistički sektor. Osim toga, izabrana je nova potpredsjednica ETC-a, Lidija Bajarūnienė iz Litve, usvojeno je Godišnje izvješće ETC-a za 2024. godinu te se raspravljalo o situaciji na dalekim tržištima s naglaskom na SAD i Kinu.

ETC je osnovan 1948. sa sjedištem u Bruxellesu, a uz nacionalne europske turističke organizacije okuplja i pridružene članice iz privatnog sektora, odnosno agencije, prijevoznike i druge pružatelje usluga u turizmu. Glavni cilj ETC-a je jačanje održivog razvoja Europe kao turističke destinacije, unapređenje turističkih politika na razini Europske unije te daljnje promicanje Europe kao vodeće svjetske turističke destinacije.

Realizacija:

Projekt Krone TV	98.124,36 €
Projekt Wanderlust (Aviareps)	43.750,00 €
Projekt Active Traveller	29.752,70 €
Projekt Europska putnička komisija (ETC)	10.501,94 €
Tečajne razlike	13.347,18 €
	772,54 €

3.3.2. DOMAĆI PR

Cilj aktivnosti

TZ Zadarske županije je i u 2025. godini kroz suradnju s najznačajnijim i najrelevantnijim medijima osigurala aktivno praćenje svog rada i djelovanja s ciljem informiranja domaće javnosti o ulozi i aktivnostima TZŽ. Navedeno se postiže kroz uobičajene kanale komuniciranja kao što su priopćenja za medije koja generiraju objave u tiskanom, online, TV i radijskim medijima te na društvenim mrežama, ali i kroz organizaciju konferencija za medije, posebnih prezentacija, kreiranja odgovora na medijske upite i drugo.

Opis aktivnosti

TZ Zadarske županije je u 2025. sukladno procjenama i potrebama, nastavila suradnju u različitim projektima s medijima s ciljem jačanja svjesnosti o brendu Zadarske županije među domaćim stanovništvom, poticanja na putovanja izvan glavnog ljetnog dijela turističke godine s naglaskom na jačanje mobilnosti domaćeg gosta te poticanja na veću potrošnju.

Također se nastavilo podržavati posebne projekte koji za cilj imaju promociju važnosti očuvanja prirode i ljepota Zadarske županije, s naglaskom na projekte koji podupiru aktivnosti na otvorenom i autohtonu eno-gastro ponudu, ali i sve ostale turističke potencijala županije.

Posebno je važno koristiti odnose s javnošću za podizanje svijesti o enogastronomskoj destinaciji Zadar na području RH, domaćem tržištu. Kroz suradnju sa Zadarskim listom prate se i predstavljaju inovacije, projekti, akcije i događanja, a na tim i srodnim temama temelje se godišnje nagrade koje se tradicionalno dodjeljuju u prosincu.

TZ Zadarske županije je podržala Wine VIP Event koji se u veljači održao u Zadru pa su podaci o županijskoj turističkoj zajednici uvršteni u katalog manifestacije. Za potrebe izdavanja publikacije od Dalmaciji kao vinskoj regiji, vinogorjima, klimi, sortama, vinarima, ali i chefovima te hrani, a koja se radi u suradnji s Katherine Pepper i koja će biti izdana u tiskanom i on line izdanju na engleskom jeziku Turistička zajednica Zadarske županije je Udruženju vina Dalmacije u travnju dostavila popis svih vinskih događanja u Zadarskoj županiji. U suradnji s Večernjim listom i T-portalom TZ Zadarske županije je dogovorila dodatnu promociju bike staza na otocima Ugljan, Pašman i Dugi otok. Staze je u veljači obišao novinar Dražen Breitenfeld, a na portalu su u svibnju objavljena dva članka <https://www.tportal.hr/pedaliranje/clanak/sjajne-staze-divne-boje-ugljan-je-savrsen-u-proljece-posebno-na-dva-kotaca-foto-20250520> i [Pašman je totalna biciklistička bajka: Malo ćete gurati, ali uz ovakvu divotu sve je lakše - tportal](#).

TZ Zadarske županije je i u 2025. godini nastavila suradnju sa Zadarskim listom kroz koju se prate i predstavljaju inovacije, projekti, akcije i događanja u turizmu Zadarske županije. Prilog TZ Zadarske županije je u 2025. izašao 4 puta u prvom dijelu godine odnosno u ožujku, travnju, svibnju i lipnju. U okviru priloga, posebno je predstavljen projekt *Welcome Taste & Buy odnosno svi uključeni subjekti*.



Realizacija:

- Oglašavanje/suradnja s turističkim portalima
- Oglašavanje u domaćim tiskanim medijima
- Usluge vodiča

20.865,00 €
 5.650,00 €
 15.125,00 €
 90,00 €

3.3.3. STUDIJSKA PUTOVANJA ZA PREDSTAVNIKE MEDIJA U SURADNJI SA SUSTAVOM TZ

Cilj aktivnosti

Studijska putovanja značajna su marketinška aktivnost koja pruža značajne komunikacijske mogućnosti. TZ Zadarske županije nastavila je s aktivnostima organizacije studijskih putovanja inozemnih novinara i blogera. Ta komunikacijska taktika u okviru odnosa s javnošću za cilj ima trajno informiranje predstavnika medija o turističkoj ponudi Zadarske županije na afirmativan način kao i jačanje prepoznatljivosti Zadarske županije na turističkom tržištu. Odnosi s javnošću i komunikacija sa stranim predstavnicima medija imaju ključnu ulogu u stvaranju imidža destinacije, uvođenju nove destinacije, proizvoda, stvaranju općeg mišljenja i razvijanju samog turizma te značajno utječu na mišljenje i stavove potrošača, turista, a time i njihove dolaske. Vrijednosti medijskih objava nastalih kao posljedica takvih studijskih putovanja ne samo da značajno nadmašuje troškove samih studijskih putovanja već se uložena sredstva višestruko multipliciraju.

Detaljan i precizan opis aktivnosti

U 2025. godini TZ Zadarske županije je na 23 različitim studijskih putovanja ugostila ukupno 47 novinara, blogera i influencera iz 16 zemalja i to Njemačke, Poljske, Ujedinjenog Kraljevstva, Austrije, Francuske, Češke, Slovačke, Mađarske, Italije, Slovenije, Norveške, SAD-a, Koreje, Izraela, Švicarske i Irske.

Slovenska novinarka **Amadeja Dobovišek** je u okviru Wine Vip Eventa koji se održao u hotelu A'Mare **19. veljače 2025.**, boravila u Zadru i popratila navedeno događanje. Turistička zajednica Zadarske županije je za novinarku snosila troškove noćenja.

U okviru posjete skupine agenata Zadarskoj županiji, a prije održavanja kongresne burze MEETEX, dvije su novinarkе, **Annie Cicvaric** iz **Kanade** i **Anne Golec** iz **Francuske** u razdoblju **31.3.-1.4.** boravile u Zadru. Zajedno s agentima tom su prigodom upoznale mogućnosti Zadarske županije za poslovni turizam, pa im je upriličen obilazak hotela Pinija, resorta Punta Skala i hotela Hyatt, a obavile su i razgled grada Zadra.

Poljski novinar **Albin Marciniak** krenuo je **1. svibnja** na stazu Via Adriatica koja je duga više od 1100 km, a počinje na RT Kamenjaku u Istri, te završava u Prevlaci. Tijekom dvomjesečnog boravka na stazi, novinar je boravio u Zadarskoj županiji. Na posebnoj Facebook stranici: <https://www.facebook.com/ViaAdriaticaTrailCro>, izvještavao je redovito o tom putovanju, a snimao je i dokumentarni film koji planira prikazivati u Poljskoj.

Novinari i fotograf iz **Češke**, **Matej** i **Teodor Šišolak**, koji pripremaju članke za Audi magazin i Premium Sport boravili su u svibnju u Zadarskoj županiji. Turistička zajednica Zadarske županije im je organizirala razgled grada Zadra u pratnji stručnog vodiča **7. svibnja**, te obilazak NP Paklenice i Velebit Foto Safari **8. svibnja 2025.**

Američka novinarka **Emily Saladino**, glavna recenzentica za hrvatska vina za američki časopis Wine Enthusiast (uz Wine Specatator, glavni vinski časopis u SAD-u, utjecajni od Decantera za njih) njezin osobni web: <https://www.emilysaladino.com/> boravila je u svibnju u Zadarskoj županiji. Turistička zajednica Zadarske županije joj je 12. svibnja upriličila kušanje crnih i bijelih vina s područja Zadarske županije kao i ručak.

U sklopu suradnje s francuskom agencijom **Le Petit Futé**, koja je pripremala promotivne video materijale o hrvatskim destinacijama, Zadar je **14. svibnja** posjetio snimatelj **Ian Pašalić** koji je snimao gradske atrakcije.

Tročlana TV ekipa iz **Koreje** boravila je u Zadarskoj županiji u terminu **23.-25.5.** i tom je prigodom snimala u Zadru, Pagu i u NP Paklenici. Korejska televizijska kuća napraviti će nekoliko emisija o hrvatskim destinacijama koje će se prikazivati na nacionalnoj televiziji.

U lipnju je u okviru studijskog putovanja u Zadarskoj županiji boravio **urednik mađarskog portala Kirandulastippek.hu Zoltan Sasvari**. Dana **5. lipnja** organiziran mu je cjelodnevni obilazak područja oko rijeke Krupe i Krnjeze, dok mu je smještaj omogućen u Obrovcu.

Talijanski novinari **Maristella Mantuano** i **Victor Alejandro Liotine** u vlastitom su aranžmanu boravili u Zadru. Turistička zajednica Zadarske županije im je organizirala razgled grada Zadra **7. lipnja**, a kako su putovali s djecom, omogućen im je posjet Muzeju iluzija.

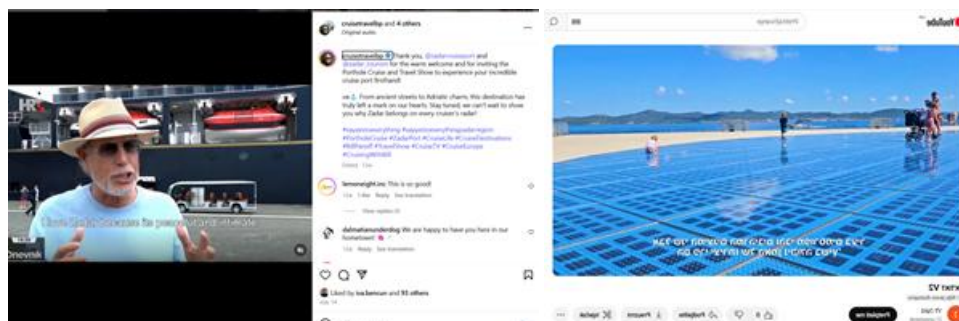
Njemački novinar **Wolfgang Faßbender**, koji piše za njemački časopis **Essen & Trinken** u Zadarskoj je županiji boravio s fotografom u razdoblju **13.-14. lipnja**. Turistička zajednica Zadarske županije mu je organizirala razgled gradova Paga i Zadra, a također i posjete Zadar Wine Gardenu te Kraljevskim vinogradima.

Glavna urednica **Monika Mudranincova** i fotograf **Martin Novak**, **češkog** ženskog magazina Marianne koji su boravili u Zadarskoj županiji u organizaciji Falkensteina, dana **18. lipnja** obavili su razgled grada Zadra u pratnji stručnog vodiča. Također im je TZ Zadarske županije organizirala i ručak u gradu.

Američki novinar **Bill Panoff**, osnivač i vlasnik Porthole Cruise Magazinea, influencer za putovanja i jedna od najutjecajnijih osoba u krizing industriji boravio je **11. srpnja 2025.** u okviru

Izvjешće o radu za razdoblje I-XII 2025.

kruzing putovanja u Zadru. Tom je prigodom za njega TZ Zadarske županije organizirala razgled grada, a posjetio je i otok Ugljan.



Zir Reinstein, novinar iz **Izraela**, u Zadarskoj je županiji s kćerkom boravio u razdoblju **13.-17. srpnja 2025.**, a na temu obiteljskog odmora. U okviru studijskog putovanja obavio je detaljan razgled grada Zadra, a posjetio je i nekoliko zadarskih plaža, te Muzej iluzija. Turistička zajednica Zadarske županije organizirala mu je i obilazak NP Paklenice i jeep safari po Velebitu, te vožnju kajakom na Zrmanji. Novinar je obišao i PP Vransko jezero gdje mu je organizirana vožnja biciklom, a također je posjetio i Zabavni i vodeni park Dalmaland. Posljednji dan boravka u Zadarskoj županiji proveo je na otoku Pagu.

Glavna urednica norveškog putopisnog magazina *Reiselyst/Vagabond*, **Torild Moland** je od **12. do 15. rujna 2025.** boravila u Zadarskoj županiji. Tom je prigodom sudjelovala na **Highlander Velebit** eventu, a obavila je i razgled grada Zadra.

Yoojin Shin, američka novinarka koja piše za Fodor's travel, a fokus njezinog putovanja su kulturna baština, jedinstvena iskustva (proizvodnja vina, maslina i sira) u Zadarskoj je županiji boravila od **22.-25. rujna 2025.** Novinarka je boravila na Dugom otoku, a u okviru boravka u Zadru, posjetila je nekoliko restorana, te obavila razgled grada u pratnji stručnog vodiča.

Nizozemska novinarka **Petra Pijlgroms** koja piše Margriet magazine boravila je u razdoblju **24.-26. rujna 2025** u Zadarskoj županiji. U okviru boravka obišla je PP Vransko jezero i Maškovića han, a u pratnji stručnog vodiča obavila je razgled grada Zadra. Također je obišla i Nin, a organizirano joj je kušanje vina u Kraljevskim vinogradima.

U Zadarskoj su županiji od **24. do 26. rujna 2025.** boravile **tri novinara iz Slovačke**. Michaela Olexová, Simonetta Zalová i Peter Samuel Tóth obišli su PP Vransko jezero kao i Maškovića han. Također su posjetili NP Paklenicu, a organiziran im je i safari terencima po Velebitu. Pored toga obavili su razgled grada Zadra u pratnji stručnog vodiča, a upriličeno im je i kušanje vina u Zadar Wine Gardenu.

U Zadarskoj su županiji od **24. do 26. rujna 2025.** boravile **tri novinara iz Slovačke**. Michaela Olexová, Simonetta Zalová i Peter Samuel Tóth obišli su PP Vransko jezero kao i Maškovića han. Također su posjetili NP Paklenicu, a organiziran im je i safari terencima po Velebitu. Pored toga

Izvešće o radu za razdoblje I-XII 2025.

obavili su razgled grada Zadra u pratnji stručnog vodiča, a upriličeno im je i kušanje vina u Zadar Wine Gardenu.

U 2025. godini se u Zadarskoj županiji održala Češka regata uz koju redovito dolaze i renomirani novinari. Tako su češki novinari Jan Novotny i John Radek u pratnji direktora predstavništva u Pragu Miodraga Mlačića boravili na studijskom putovanju po Zadarskoj županiji u razdoblju 5.-10. listopada. Tom su prigodom obavili razgled grada Zadra te plovili zadarskim akvatorijem.

Na studijskom putovanju u Zadarskoj je županiji u razdoblju 30.9.-2.10.2025. boravio švicarski novinar Reto Emanuel Wild koji piše za Gastro Juornal. Boravio je u Zadru i na Dugom otoku te obišao nekoliko restorana, a veliki članak je objavio već u mjesecu prosincu 2025.

Dugi Otok: die Insel der «größten Überraschung»

Auf der idyllischen Insel Dugi Otok, ein Geheimnis vor Zadar in Kroatien, nicht von der Villa Mat 2, ein kleines Landhaus, das das die die beiden News und Greta Herceg einer Reiseleiter sind. Die Bericht wird in der gesamten besten Anzeigengestaltung für das Schweizer Outgroup.



Die Insel Dugi Otok ist ein kleines, idyllisches Inselchen vor der Küste von Zadar. Sie ist bekannt für ihre idyllische Landschaft, die von einem kleinen Ort mit nur wenigen Gebäuden geprägt ist. Die Insel ist ein perfektes Ziel für diejenigen, die eine ruhige und entspannende Reise suchen. Die Insel ist ein perfektes Ziel für diejenigen, die eine ruhige und entspannende Reise suchen.



Wo Alfred Hitchcock den Sonnenuntergang verfolgte

Die Insel Dugi Otok ist ein kleines, idyllisches Inselchen vor der Küste von Zadar. Sie ist bekannt für ihre idyllische Landschaft, die von einem kleinen Ort mit nur wenigen Gebäuden geprägt ist. Die Insel ist ein perfektes Ziel für diejenigen, die eine ruhige und entspannende Reise suchen.



Die Insel Dugi Otok ist ein kleines, idyllisches Inselchen vor der Küste von Zadar. Sie ist bekannt für ihre idyllische Landschaft, die von einem kleinen Ort mit nur wenigen Gebäuden geprägt ist. Die Insel ist ein perfektes Ziel für diejenigen, die eine ruhige und entspannende Reise suchen.



Njemački novinar Frank Keil koji piše za Cultural Magazine u Zadarskoj je županiji boravio od 8. do 11. listopada 2025. Tom je prigodom obavio razgled grada Zadra u pratnji stručnog vodiča, a posjetio je i brojne muzeje, znamenitosti, restorane itd. Veliku reportažu o Zadru objavio je već u studenom.

Zadar

Die Stadt Zadar ist ein kleines, idyllisches Inselchen vor der Küste von Zadar. Sie ist bekannt für ihre idyllische Landschaft, die von einem kleinen Ort mit nur wenigen Gebäuden geprägt ist. Die Insel ist ein perfektes Ziel für diejenigen, die eine ruhige und entspannende Reise suchen.



Die Stadt Zadar ist ein kleines, idyllisches Inselchen vor der Küste von Zadar. Sie ist bekannt für ihre idyllische Landschaft, die von einem kleinen Ort mit nur wenigen Gebäuden geprägt ist. Die Insel ist ein perfektes Ziel für diejenigen, die eine ruhige und entspannende Reise suchen.

St. Mikulaš - Bildung- und Präsentationszentrum für Unterwasserarchäologie

Die Stadt Zadar ist ein kleines, idyllisches Inselchen vor der Küste von Zadar. Sie ist bekannt für ihre idyllische Landschaft, die von einem kleinen Ort mit nur wenigen Gebäuden geprägt ist. Die Insel ist ein perfektes Ziel für diejenigen, die eine ruhige und entspannende Reise suchen.



Die Stadt Zadar ist ein kleines, idyllisches Inselchen vor der Küste von Zadar. Sie ist bekannt für ihre idyllische Landschaft, die von einem kleinen Ort mit nur wenigen Gebäuden geprägt ist. Die Insel ist ein perfektes Ziel für diejenigen, die eine ruhige und entspannende Reise suchen.

Jedna od najgledanijih irskih putopisnih emisija, "**High Road, Low Road**", od **19. do 23. listopada** 2025. snimala je novu epizodu u **Zadarskoj županiji**, a u okviru pete sezone koja će se emitirati od siječnja 2026. godine na nacionalnoj televiziji **RTÉ – javnom servisu Republike Irske**.

Turistička zajednica Zadarske županije je zajedno s Predstavništvom Hrvatske turističke zajednice u Londonu i uz podršku lokalnih turističkih zajednica i partnera, organizirala prihvata ekipe i omogućila realizaciju projekta odnosno snimanja ovog zahtjevnog projekta.

Format ove emisije uključuje dvije poznate osobe koje putuju u istu destinaciju, ali s potpuno različitim budžetima – jedna osoba doživljava luksuzno putovanje, dok druga istražuje kako destinaciju upoznati s ograničenim sredstvima. Njihova se iskustva uspoređuju kako bi se prikazale sve mogućnosti koje turističko odredište nudi, bez obzira na proračun. Zvijezde epizode koja se snimila u Zadarskoj županiji su poznati irski glazbeni par **Daniel i Majella O'Donnell**.

Samo snimanje obavljeno je u Zadru, Ninu, Pagu, Briševu, Parkovima prirode Vransko jezero i Telašćici, a od aktivnosti zvjezdani je par iskušao vožnju s barkajolima, rafting na Zrmanji, vožnju brodom po arhipelagu, vrhunski SPA tretman, vožnju električnog bicikla, sadnju masline, posjet zvoniku katedrale, terapiju ljekovitim blatom, a upriličen im je i tečaj kuhanja na kojem su oboje kuhali dagnje na buzaru. Također su pod vodstvom časne sestre imali prilike sudjelovati u šivanju paške čipke, zatim u radionici izrade nakita, kao i u mini golfu. Snimanje je zaključeno zajedničkim ispijanjem Maraschina na zadarskoj rivi i razmjenom dojmova ovog poznatog para.

Prijašnje epizode uključuju gradove i regije kao što su Helsinki, Tokio, Cipar, Tunis, Barbados, Madeira, Maldive, Dubrovnik i Boston. Odluka da se ponovno snima u Hrvatskoj, ovaj put u Zadarskoj županiji, potvrđuje atraktivnost destinacije za međunarodna tržišta i turističku promociju. Emisiju prati prosječno **435.000 gledatelja** po epizodi, uz udio gledanosti od **42%**, a uz emitiranje na glavnim televizijskim kanalima **RTÉ One i RTÉ Two**, dostupna je i putem **RTÉ Playera**, s čestim reprizama tijekom godine. Prema riječima članova produkcije, a u županiji je ukupno boravilo 8 pax, ovo im je bilo jedno od najboljih putovanja ikada, a zasigurno među najbolje organiziranima.

Greg O'Shea, Daniel O'Donnell and more joi High Road, Low Road

Updated / Tuesday, 6 Jan 2026 12:35



Photo: High Road, Low Road website. © Tourism of RTÉ One at Two

Ostvareni cilj aktivnosti:

Jačanje vidljivosti i prepoznatljivosti Zadarske županije na turističkom tržištu. Stvaranje imidža destinacije, uvođenje nove destinacije, proizvoda, stvaranje općeg pozitivnog mišljenja i razvijanje samog turizma te utjecaj na mišljenje i stavove potrošača, turista, a time i njihove dolaske. Vrijednosti medijskih objava nastalih kao posljedica takvih studijskih putovanja ne samo da značajno nadmašuje troškove samih studijskih putovanja već se uložena sredstva višestruko multipliciraju.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZ Zadarske županije

Realizacija:	8.821,69 €
Troškovi novinara	7.951,69 €
Usluge vodiča	870,00 €



Na realizaciju projekta 3.3. „ODNOSI S JAVNOŠĆU (GLOBALNI I DOMAĆI PR)“ utrošeno je ukupno 127.811,05 € prema sljedećoj računovodstvenoj strukturi:

• Troškovi novinara/agenata u tuzemstvu	7.687,47 €
• Usluge promižbe i informiranja TUZ-televizija	21.875,00 €
• Usluge promižbe i informiranja TUZ-knjige, novine, ost.pap	15.125,00 €
• Usluge promižbe i informiranja INO-mrežne stranice	40.254,64 €
• Usluge promižbe i informiranja TUZ-mrežne stranice	27.525,00 €
• Zakup prostora	4.068,00 €
• Najam prijevoznih sredstava za osobni prijevoz	264,22 €
• Troškovi smještaja ostalih osoba	748,60 €
• Usluge vodiča	1.060,00 €
• Reprerentacija – ugostiteljske usluge i ostale usluge i stvari	8.430,58 €
• Negativne tečajne razlike	772,54 €

3.4. MARKETINŠKE I POSLOVNE SURADNJE

RASHODI/AKTIVNOSTI	Plan za 2025.	Rebalans 2025.	Realizacija 2025.	Indeks realizacija / rebalans	Udio % u realizaciji
Marketinške i poslovne suradnje	640.000,00 €	901.000,00 €	870.408,05 €	97	32,75%
Udruž.oglašavanje u suradnji sa sustavom TZ i predstavnicima turističke ponude	200.000,00 €	200.000,00 €	178.703,65 €	89	6,72%
Strateški projekti i marketinške suradnje	350.000,00 €	610.000,00 €	604.375,00 €	99	22,74%
Posebni programi i projekti	90.000,00 €	91.000,00 €	87.329,40 €	96	3,29%

3.4.1. UDRUŽENO OGLAŠAVANJE U SURADNJI SA SUSTAVOM TURISTIČKIH ZAJEDNICA I PREDSTAVNICIMA TURISTIČKE PONUDE NA REGIONALNOJ RAZINI

Cilj aktivnosti

TZ Zadarske županije želi zajedno s turističkom industrijom provoditi razvoj proizvoda i turističke promidžbene programe u zajedničkim strateškim pravcima, a koje potiču rast prihoda od turizma.

Detaljan i precizan opis aktivnosti

TZ Zadarske županije objavila je Javni poziv za udruženo oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora koji obuhvaća promociju smještajne i ostalih oblika turističke ponude destinacije. Javni poziv upućen je subjektima privatnog sektora, a suradnja s odabranim partnerom ima cilj podići svjesnost o brendu Zadarska regija/Zadar Region na odabranom strateškom tržištu kroz oglašavanje na društvenim mrežama, putem online medija, radijskog, televizijskog i vanjskog oglašavanja te oglašavanja u tisku.

Temeljem usvojenog Programa rada za 2025. utvrđeni su iznosi za realizaciju aktivnosti Udruženog oglašavanja i to iznos od 200.000,00 € za model partnera nositelja ponude.

Temeljem provedenog Javnog poziva za udruženo oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora u 2023. utvrđeno je sljedeće:

- | | |
|---|--------------|
| 1. Ukupan broj kandidatura | 14 |
| 2. Ukupna vrijednost media planova | 544.777,00 € |
| 3. Ukupna vrijednost predviđena za raspodjelu | 200.000,00 € |

Sukladno uvjetima Javnog poziva ukupno je 14 prijava zadovoljilo sve propisane uvjete te su ocijenjene sukladno dostavljenim podacima, saznanjima i unaprijed zadanim kriterijima.

Javnim pozivom je propisano kako je glavni kriterij raspodjele sredstava za Udruženo oglašavanje broj noćenja u 2024. godini.

Na sjednici Turističkog vijeća održanoj 25. ožujka donesena je odluka uvjetima realizacije Udruženog oglašavanja u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora u 2025. na način da se provede ugovaranje udruženog oglašavanja temeljem prethodno raspodjele sukladno uvjetima Javnog poziva.

Stoga je izvršena raspodjela i ugovaranje kako slijedi:

NOSITELJ SMJEŠTAJNE PONUDE	Nositelj 50%	LTZ BRUTO	TZZŽ BRUTO
TURISTHOTEL d.d. (TN ZATON)	66.546,00 €	26.546,00 €	40.000,00 €
ILIRIJA d.d.	40.000,00 €	- €	40.000,00 €
BORIK d.d. (hoteli)	45.100,00 €	6.700,00 €	38.400,00 €
PUNTA SKALA d.o.o.	27.000,00 €	9.300,00 €	17.700,00 €
HOTEL PINIJA	16.000,00 €	5.400,00 €	10.600,00 €
PROFICIO d.d. (PINE BEACH)	14.800,00 €	3.000,00 €	11.800,00 €
SUNCE HOTELI d.d. (BLUESUN CAMPING PAKLENICA i BLUESUN HOLIDAY VILLAGE ALAN)	15.500,00 €	4.500,00 €	11.000,00 €
TURISTHOTEL d.d. (Boutique Hostel Forum)	2.400,00 €	1.000,00 €	1.400,00 €
AUTO CAMP CRKVINE	3.600,00 €	1.200,00 €	2.400,00 €
NATURA ADRIATICA d.o.o.	5.600,00 €	3.000,00 €	2.600,00 €
AMINESS	16.642,50 €	4.742,50 €	11.900,00 €
DIONIS	2.000,00 €	1.000,00 €	1.000,00 €
HOTEL ADRIA	6.400,00 €	- €	6.400,00 €
CRVENA LUKA	10.800,00 €	6.000,00 €	4.800,00 €
UKUPNO	272.388,50 €	72.388,50 €	200.000,00 €

S nositeljima turističke ponude koji su zadovoljili uvjete Javnog poziva sklopljeni su ugovori o udruženom oglašavanju, kojima su precizno definirana međusobna prava i obveze, modeli sufinanciranja, ciljana tržišta te vrste promotivnih aktivnosti. Tijekom provedbe kampanja, kroz cijelu godinu, kontinuirano se provodi postupak autorizacije dostavljenih promotivnih materijala i oglasa prije njihova plasiranja na tržište, čime se osigurava usklađenost s vizualnim identitetom i komunikacijskim smjernicama brenda Zadarska regija (Zadar Region) kao i transparentno i namjensko korištenje sredstava.

Do kraja 2025. godine za aktivnosti udruženog oglašavanja ukupno je isplaćeno 178.703,65 €, sukladno ugovorenim obvezama i realiziranim kampanjama. Ovim aktivnostima provodi se zakonski jasno definirana zadaća turističke zajednice, a to je koordinacija i provedba udruženog oglašavanja na regionalnoj razini. Sustav udruženog oglašavanja omogućuje sinergijsko djelovanje javnog i privatnog sektora, povećanje vidljivosti destinacije te učinkovitije pozicioniranje brenda na odabranim strateškim tržištima. U promotivnom smislu, Zadarska regija promovira se kroz konkretnu ponudu smještajnih kapaciteta te cjelokupnu ponudu destinacije na europskim tržištima, s naglaskom na online kanale komunikacije. Najveći dio aktivnosti realizira se putem digitalnih platformi odnosno tražilica, specijaliziranih turističkih portala, dnevnih portala i društvenih mreža dok se dio kampanja provodi i kroz offline medije, uključujući tiskane publikacije i specijalizirane vodiče, poput renomiranih kamping vodiča (npr. ADAC, Kamping vodič Hrvatske i dr.), kao i druge

oblike tiskanog i vanjskog oglašavanja. Na taj način osigurava se integrirani pristup promociji destinacije, uz istovremeno jačanje tržišne prepoznatljivosti i konkurentnosti Zadarske regije.

Realizacija	178.703,65 €
Nova Camping d.o.o.	11.602,93 €
Borik d.o.o.	38.400,00 €
Turisthotel d.o.o. (TN Zaton)	40.000,00 €
Turisthotel d.o.o. (Hostel)	1.400,00 €
Punta Skala d.o.o.	17.700,00 €
Sunce hoteli d.d.	11.000,00 €
Natura Adriatica d.o.o.	2.564,38 €
Pine Beach d.d.	11.800,00 €
Intermod d.d.	10.600,00 €
Ilirija d.d.	20.978,00 €
Crvena luka d.d.	4.097,85 €
Planus d.o.o.,	2.400,00 €
Rudan d.o.o.	6.160,49 €

3.4.2. STRATEŠKI PROJEKTI I MARKETINŠKE SURADNJE

Hrvatska turistička zajednica je i ove 2025. godine razvijala odnose sa strateški važnim avioprijevoznicima i organizatorima putovanja.

Suradnja sa strateškim partnerima ima za cilj podići svijest o turističkom brendu Hrvatske na odabranom tržištu ciljajući potencijalne goste zajedničkim kampanjama vezanim uz program strateških partnera za Hrvatsku, te koristeći promotivne kanale, alate i iskustvo strateških partnera u segmentu organiziranih turističkih putovanja.

Kampanju provode strateški partneri uz podršku i odobrenje turističkih zajednica svih razina (HTZ-a, regionalnih i lokalnih turističkih zajednica) koji sudjeluju u kampanji.

Zainteresirani strateški partneri svoje su prijedloge za suradnju s pripadajućom dokumentacijom dostavili predstavništvu HTZ-a na predmetnom tržištu i uredu HTZ-a za ostala tržišta ovisno o programima i sjedištu strateškog partnera.

Za 2025. za Zadarsku županiju stigle su prijave od 5 avioprijevoznika te od 6 touroperatora.

Nastavno na dostavljene prijave, Turističko vijeće TZ Zadarske županije je donijelo odluku o sredstvima kojima će podržati kampanje koje promiču avio-destinaciju Zadar u pred i posezoni.

Svjesni značaja avio-prometa za uspješnost turističke sezone, TZ Zadarske županije je u Programu rada za 2025. osigurala sredstva u iznosu 331.807,02 €.

S obzirom na zadovoljavajuće brojke avio-prometa te na predložene kvalitetne marketinške kanale, prihvaća se iznos za Strateške projekte prema sljedećoj raspodjeli:

- 240.000 €+PDV za medija-plan Ryanaira;
- 15.000 € + PDV za medija-plan Eurowingsa;
- 5.000 € + PDV za medija-plan Transavia Netherlands
- 3.500 € + PDV za medija plan Luxair
- 20.000 €+ PDV za medija plan Croatia airlines

UKUPNO: 283.500 € + PDV= 354.375,00 €

Izješće o radu za razdoblje I - XII 2025.

Na sjednici Turističkog vijeća od 29. kolovoza 2025. donesena je odluka o sklapanju ugovora o poslovnoj suradnji s Croatia Airlines u vrijednosti od 35.000,00 EUR + PDV.

Također, na istoj sjednici Turističkog vijeća donesena je odluka o sklapanju ugovora s Hrvatskom turističkom zajednicom (HTZ) kojim se uređuje model provedbe udruženog oglašavanja za područje Zadarske regije za LCC Ryanair. Navedenom odlukom TZŽ preuzima ukupne financijske obveze na razini regije čime na sebe preuzima i cjelokupnu odgovornost za izvršenje ugovornih obveza prema Ryanairu. Takav model podrazumijeva da TZŽ nastupa kao nositelj financiranja i provedbe aktivnosti, uključujući administrativne, organizacijske i financijske aspekte realizacije kampanja. Iako se s velikim dionicima, Gradom Zadrom i Turističkom zajednicom Grada Zadra sklapaju zasebni dionički Ugovori o udruženom oglašavanju kojima se uređuju njihovi financijski udjeli i obveze sufinanciranja, formalna i ukupna odgovornost prema partneru ostaje na TZŽ-u. Turistička zajednica Grada Zadra pritom zadržava pravo na provedbu vlastite promotivne kampanje u okviru ugovorenih aktivnosti, kao i pravo na uvid i pregled dostavljenih dokaznica o realizaciji oglašavanja. Time se financijsko opterećenje, kao i potencijalni rizici povezani s realizacijom, naplatom ili eventualnim odstupanjima od planiranih aktivnosti, u najvećoj mjeri koncentriraju na regionalnoj turističkoj zajednici. Ovakav model zahtijeva pojačanu financijsku disciplinu, pažljivo planiranje novčanog tijeka te kontinuirani nadzor provedbe aktivnosti kako bi se osigurala stabilnost poslovanja i pravodobno ispunjavanje svih ugovornih obveza.

STRATEŠKI PROJEKTI

RYANAIR

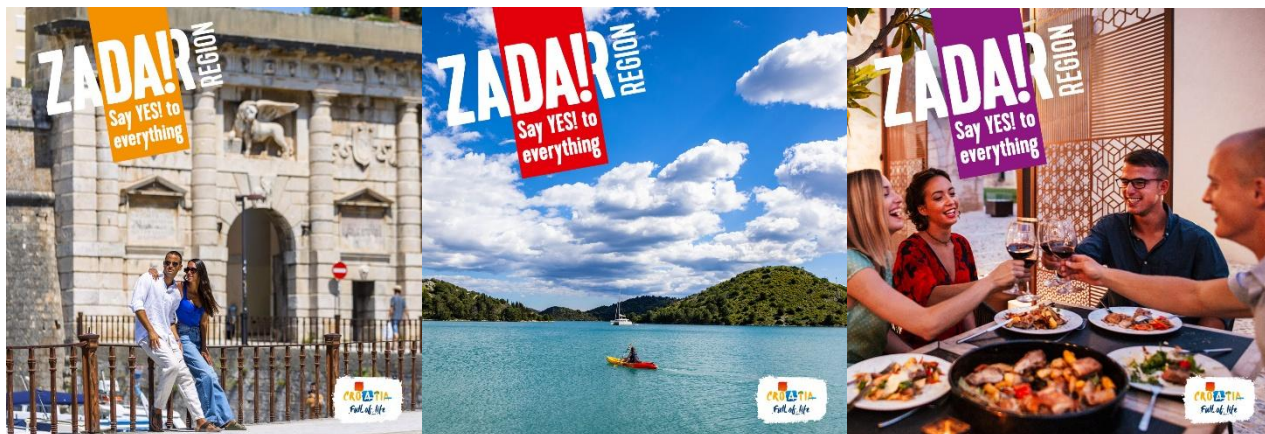
U 2025. Zadar se Ryanairom povezuje s 53 destinacija. Određeni broj linija u pred i posezoni su smanjene tako da 27 linija letu u pred i/ili posezoni. Ugovorene su sljedeće aktivnosti na odabranim tržištima:

Market	Promotional activity (online, social media, print, OOH/DOOH, tv/radio...)	Timing	Measurable KPI (No of impressions, views,..)	TB ZADAR Region net share Eur
Czechia	Website Avertising	April, August, September	22,721 (views per week)	€ 4.383
Slovakia	Website Avertising	April, August, September	33000 (views per week)	€ 6.005
Germany	Website Avertising	April, August, September	708,404 (views per week)	€ 95.634
Austria	Website Avertising	April, August, September	51,108 (views per week)	€ 6.898
Belgium (FR)	Website Avertising	April, August, September	168,564 (views per week)	€ 19.760
Belgium (NL)	Website Avertising	April, August, September	110,446 (views per week)	€ 12.424
Sweden	Website Avertising	April, August, September	131,339 (views per week)	€ 9.940
Ireland	Website Avertising	April	555,086 (views per week)	€ 24.979

Izvješće o radu za razdoblje I - XII 2025.

Italy	Website Avertising	April	1,847,401 (views per week)	€ 41.334
France	Website Avertising	April	628,551 (views per week)	€ 14.143
ALL	Social Media	May, July, September	75,000 views (per post)	€ 4.500

Primjeri banneri koji su korišteni u kampanji:



Temeljem prijave partnera Ryanair na Poziv za iskaz interesa Hrvatske turističke zajednice planirana je realizacija za **Zadarsku zračnu luku od ukupno 257.467 dolaznih putnika u PPS-u**. Navedena brojka bila je temelj za utvrđivanje iznosa financiranja u visini od 240.000 EUR+PDV.

Tijekom faze ugovaranja došlo je do korekcije planiranog broja dolaznih putnika od strane Ryanaira, te je **ugovorom definirana realizacija od ukupno 200.764 dolazna putnika**. Ova razlika u odnosu na inicijalnu prijavu iznosi 56.703 dolaznih putnika manje, odnosno smanjenje od 22,0%. Usprkos navedenom, iznos za marketinške aktivnosti ostaje nepromijenjen.

Na kraju sezone ostvarena je realizacija od ukupno 163.554 dolazna putnika. U odnosu na ugovoreni broj to predstavlja dodatno smanjenje od 37.210 putnika, odnosno 18,5%, dok ukupno odstupanje u odnosu na inicijalno prijavljeni plan iznosi 93.913 putnika, što odgovara padu od

36,5%.

Njemačko tržište, s inicijalno planiranih 86.533 dolaznih putnika, ostvarilo je realizaciju od 56.416 putnika, što predstavlja smanjenje od 34,8 %. Slična dinamika prisutna je i na poljskom tržištu, gdje je od planiranih 85.754 putnika realizirano 57.041 putnik, odnosno 33,5 % manje od plana.

Najizraženije relativno odstupanje zabilježeno je na tržištu Ujedinjenog Kraljevstva, gdje je od planiranih 20.557 dolaznih putnika ostvarena realizacija od svega 4.867 putnika, što predstavlja pad od 76,3 %. Ovakav rezultat prvenstveno je posljedica značajnog smanjenja broja planiranih operacija, redukcije frekvencija te promjena u strategijama zračnih prijevoznika, uz dodatni utjecaj izražene cjenovne osjetljivosti britanskog tržišta.

Snažna odstupanja zabilježena su i na tržištima Švedske, Češke i Austrije. Švedsko tržište ostvarilo je pad od 74,7 % u odnosu na plan, dok su češko i austrijsko tržište zabilježili padove od 59,6 %, odnosno 55,0 %. U slučaju Austrije, dio potražnje vjerojatno se preusmjerio na individualna putovanja cestovnim putem, koja nisu obuhvaćena ovom analizom zračnog prometa.

Jedan od mogućih razloga slabije realizacije može se povezati s odstupanjem od planirane dinamike oglašavanja definirane media planom. Naime, dio banneri nije objavljivan u predviđenim terminima, već su pojedine kampanje plasirane prerano, dok su druge pokrenute sa zakašnjenjem. Posebno je značajno da oglašavanje usmjereno na uskršno razdoblje nije provedeno u optimalnom terminu, već neposredno pred sam Uskrs, kada su cijene aviokarata već bile na najvišoj razini. Time je izostao pravovremeni poticaj potražnji u fazi ranije kupnje, što je moglo utjecati na smanjeni interes i slabiju konverziju u odnosu na planirane rezultate.

Eurowings

Predstavlja jednog od najvažnijih avioprijevoznika s njemačkog tržišta za Hrvatsku. U 2025. Planirano je povezivanje Zadra s četiri destinacije u Njemačkoj i to u razdoblju od svibnja do listopada. Banner na njihovim stranicama predstavlja ugovorenu marketinšku aktivnost.

Program letova Eurowings kompanije na Zračnu luku Zadar:

CGN	ZAD	12.07.2025	30.08.2025
DUS	ZAD	17.05.2025	04.10.2025
HAM	ZAD	17.05.2025	04.10.2025
STR	ZAD	16.04.2025	22.10.2025

Banner koji se aplicirao na stranice Eurowingsa za 2025.:



Region Zadar: Kultur trifft Küste

Fliege jetzt nach **Zadar** und sage ja zu atemberaubender **Natur**, Sonnenuntergang am **Meer**, 3.000 Jahre alter **Altstadt** und den magischen Klängen der **Meeresorgel**.

Flüge nach Zadar finden

ODREDIŠTE	PO UGOVORU	SJEDALA PREDESEZONA	SJEDALA POSEZONA	PRODAJA PREDESEZONA	PRODAJA POSEZONA	REALIZACIJA	
						DOLAZNI PREDESEZONA	DOLAZNI POSEZONA
Cologne - CGN	12.07.-30.08.	0	0	0	0		
Dusseldorf - DUS	17.05.-04.10.	450	180	450	180	392	53
Hamburg - HAM	17.05.-04.10.	450	150	450	150	448	66
Stuttgart-STR	16.04.-22.10.	1.830	960	640	180	543	62
UKUPNO		2730	1290	1540	510	1383	181

Realizacija aktivnosti LCC **Eurowings** po odredištima pokazuje značajno odstupanje između ugovorenog broja sjedala, stvarne prodaje i konačnih dolazaka, pri čemu se uočava jasna neravnoteža između planiranih kapaciteta i tržišne realizacije. Ugovorom je definiran određeni broj sjedala u predsezoni i posezoni, no prodajna aktivnost prijevoznika nije pratila ugovoreni obujam, što je u konačnici rezultiralo dodatno smanjenom realizacijom dolazaka.

Ukupno je u predsezoni ugovoreno 2.730 sjedala, dok je u posezoni ugovoreno 1.290 sjedala, odnosno ukupno 4.020 sjedala. Međutim, u predsezoni je u prodaju stavljeno svega 1.540 sjedala, što znači da gotovo 44% kapaciteta nije bilo tržišno plasirano. U posezoni je situacija još nepovoljnija jer je od 1.290 ugovorenih sjedala u prodaju stavljeno svega 510, odnosno manje od 40% kapaciteta. Već na razini prodaje vidljivo je da ugovoreni volumen nije bio adekvatno komercijaliziran. Dodatno zabrinjava činjenica da ni prodani kapacitet nije u potpunosti rezultirao dolascima. **U predsezoni je realizirano 1.383 dolaska**, što je manje od broja prodanih sjedala, dok je **u posezoni ostvareno svega 181 dolazak**, što predstavlja izrazito nisku razinu realizacije u odnosu na ugovoreni kapacitet. Ukupna realizacija od 1.564 dolaska u odnosu na 4.020 ugovorenih sjedala znači da je iskorišteno tek oko 39% planiranog volumena.

Promatrajući pojedina odredišta, na linijama Düsseldorf (DUS) i Hamburg (HAM) u predsezoni je formalno evidentirana prodaja svih ugovorenih sjedala, no stvarna realizacija dolazaka ipak je bila

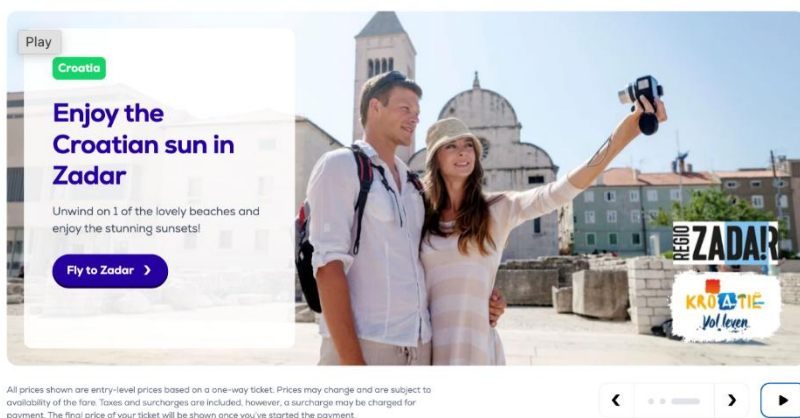
Izješće o radu za razdoblje I - XII 2025.

niža od planirane, osobito u posezoni, gdje je broj dolazaka višestruko manji od raspoloživog kapaciteta. Posebno je izražen pad u posezoni, gdje je, unatoč ugovorenim i formalno prodanim kapacitetima, realizacija bila znatno slabija, što upućuje na otkazivanja, slabiju potražnju ili neadekvatno upravljanje cijenama i distribucijom.

Najizraženiji nesrazmjer vidljiv je na liniji Stuttgart (STR), koja je nosila najveći dio ugovorenog kapaciteta. U predsezoni je bilo ugovoreno 1.830 sjedala, ali je prodano svega 640, što znači da više od 1.100 sjedala nije tržišno aktivirano. U posezoni je od 960 sjedala prodano tek 180. Konačni broj dolazaka dodatno je manji, što potvrđuje da ni prodani segment nije generirao očekivanu razinu realizacije. Ovakav odnos jasno pokazuje da prodajna dinamika nije pratila ugovoreni obujam, a time ni ciljeve projekta.

TRANSAVIA NL

U 2025. povezuje Zadar s Rotterdamom i to u terminima 19.04. do 25.10. Marketinšku aktivnost za navedeno tržište predstavlja *carousel banner* na stranicama Transavie koji je apliciran u ožujku 2025.



TZ Zadarske županije je Transaviom, za liniju Rotterdam (RTM) definirala operativno razdoblje od 19. travnja do 25. listopada, a **ugovorom je predviđeno ukupno 2.457 sjedala u predsezoni te 756 sjedala u posezoni, odnosno ukupno 3.213 sjedala.** Formalno gledano, cjelokupni ugovoreni kapacitet bio je stavljen u prodaju, budući da broj prodanih sjedala odgovara ugovorenom broju u oba razdoblja. Međutim, unatoč nominalno potpunoj prodaji kapaciteta, stvarna realizacija dolazaka bila je znatno niža.

U predsezoni je realizirano 1.392 dolaska u odnosu na 2.457 raspoloživih i prodanih sjedala, što znači da je ostvareno svega oko 56,7 % kapaciteta. U posezoni je realizacija dodatno slabija – ostvareno je 280 dolazaka u odnosu na 756 sjedala, odnosno približno 37,0 % kapaciteta. Ukupno gledano, od 3.213 ugovorenih i prodanih sjedala realizirano je 1.672 dolaska, što predstavlja tek oko 52 % ukupnog planiranog volumena.

Ovakav rezultat ukazuje na izražen raskorak između formalne prodaje i stvarne realizacije dolazaka. Iako su sjedala bila dostupna i evidentirana kao prodana u skladu s ugovorom, razina stvarne iskorištenosti ostala je znatno ispod očekivanja. Posebno zabrinjava slabija realizacija u posezoni, gdje je više od 60 % kapaciteta ostalo neiskorišteno u smislu stvarnih dolazaka.

LUXAIR

S ovim touroperatorom je prvi put uspostavljena suradnja jer se oglašavanjem i planiranim aktivnostima izdvajao od ostalih. Ugvorene marketinške aktivnosti uključuju banner na stranicama Luxaira u periodu od 27. svibnja do 9. lipnja 2025., te prikazi destinacije na Zračnoj luci Luxemburg u istom periodu.



ODREDIŠTE	PO UGOVORU	SJEDALA PREDSEZONA	SJEDALA POSEZONA	PRODAJA PREDSEZONA	PRODAJA POSEZONA	DOLAZNI PREDSEZONA	DOLAZNI POSEZONA
Luxemburg	19.04.-04.10.	551	72	551	72	435	23
UKUPNO		551	72	551	72	435	23

Linija iz Luxemburga operirala je u razdoblju od 19. travnja do 4. listopada, a **ugovorom je predviđeno 551 sjedalo u predsezoni te 72 sjedala u posezoni, odnosno ukupno 623 sjedala.** Cjelokupan ugovoreni kapacitet formalno je stavljen u prodaju, budući da broj prodanih sjedala odgovara ugovorenom broju u oba razdoblja. Međutim, unatoč nominalnoj prodaji kapaciteta, stvarna realizacija dolazaka bila je osjetno niža. U predsezoni je realizirano 435 dolazaka u odnosu na 551 raspoloživo i prodano sjedalo, što predstavlja iskorištenost od približno 79%. Iako je riječ o relativno solidnoj razini popunjenosti u usporedbi s nekim drugim linijama, i dalje je evidentno da gotovo petina kapaciteta nije rezultirala stvarnim dolascima. U posezoni je odstupanje izraženije. Od 72 raspoloživa i prodana sjedala realizirana su svega 23 dolaska, što predstavlja tek oko 32% kapaciteta. Time je više od dvije trećine posezonskog kapaciteta ostalo bez realizacije u smislu stvarnih dolazaka.

Ukupno gledano, od 623 ugovorena i prodana sjedala realizirano je 458 dolazaka, odnosno oko 73,5% ukupnog kapaciteta. Iako je ukupni postotak realizacije viši nego kod pojedinih drugih analiziranih linija, posebno zabrinjava vrlo niska iskorištenost u posezoni, koja potvrđuje slabiju tržišnu potražnju u završnom dijelu operativnog razdoblja.

POSLOVNE SURADNJE - CROATIA AIRLINES

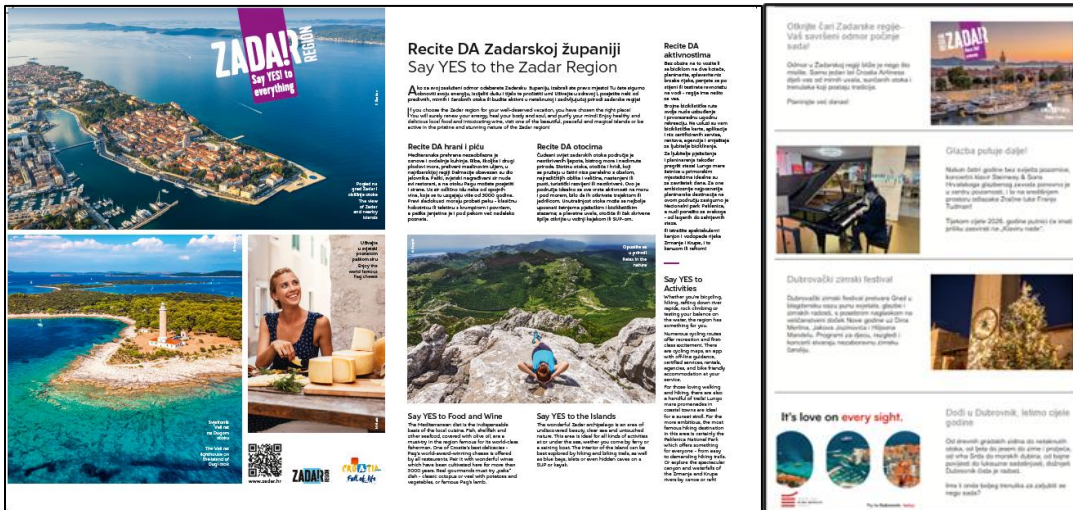
U 2025. godini, TZ Zadarske županije i nacionalni zračni prijevoznik Croatia Airlines realizirali su marketinšku suradnju s ciljem jačanja promocije regije na međunarodnom tržištu, posebno u kontekstu zimske sezonske zračne linije Zadar – München.

Ključna prednost ove suradnje ogleda se u snažnoj medijskoj izloženosti putem kanala Croatia Airlinesa, koji obuhvaćaju nekoliko važnih komunikacijskih platformi s međunarodnim dosegom. TZ Zadarske županije će, sukladno ugovoru, biti prisutna u sljedećim formatima:

Putni časopis "Croatia" (proljetno i zimsko izdanje) s dvostraničnom duplericom – riječ je o prestižnom časopisu koji se distribuira na svim letovima Croatia Airlinesa i dostupan je putnicima tijekom leta, čime se osigurava ciljano izlaganje brenda turističke regije premium putnicima iz poslovnog i turističkog segmenta.

Oglašavanje na e-potvrdama o kupljenim kartama, banneri u newsletterima i na web stranici croatiaairlines.hr, uključujući glavnu i tematske podstranice – ovi kanali omogućuju direktnu komunikaciju s kupcima zrakoplovnih usluga, čime se Zadarska županija pozicionira kao poželjna destinacija već u fazi planiranja putovanja.

Naslovna stranica web stranice Croatia Airlinesa na njemačkom jeziku u ključnom zimskom periodu (studen i prosinac 2025.), kao i prisutnost na dnu stranice i u rubrici "Naše destinacije", dodatno osigurava prepoznatljivost Zadarske županije u jednom od najvažnijih emitivnih tržišta – Njemačkoj. Odabirom kanala koji se protežu i na tiskane i na digitalne medije, suradnja omogućuje sveobuhvatnu i višekanalnu vidljivost Zadarske županije u periodu visoke konkurencije na turističkom tržištu – tijekom zimskih mjeseci. Poseban značaj ima činjenica da se oglašavanje odvija i na njemačkoj inačici web stranice Croatia Airlinesa, što je direktno usmjereno na tržište koje tradicionalno pokazuje visoku zainteresiranost za putovanja u Hrvatsku.



- Realizacija:**
 Ryanair
 Luxair
 Eurowings
 Croatia Airlines

- 604.375,00 €**
537.500,00 €
4.375,00 €
18.750,00 €
43.750,00 €

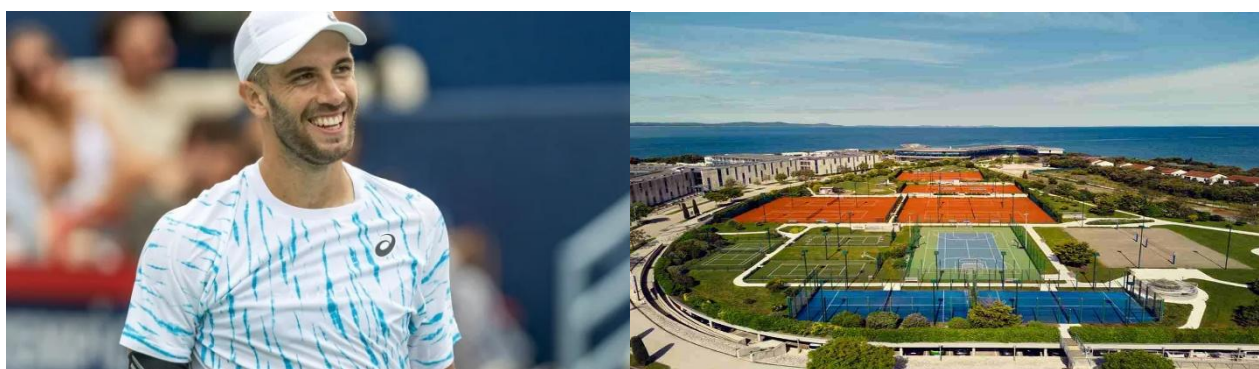
3.4.3. POSEBNI PROGRAMI I PROJEKTI

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

TZZŽ je osigurala sredstva za marketinške aktivnosti projekata koji donose visoku vidljivost na tržištu, bitni su za turistički sektor te su sukladni brend strategiji. Radi se o događanjima čiji promocijski doseg za destinaciju izlazi iz okvira lokalnog i regionalnog te ima snažnu međunarodnu konotaciju. Kroz 2025. godinu održana su slijedeća događanja:

ATP CHALLENGER OPEN 2025. - 10.000,00 €

Turnir je održan u razdoblju od 16. do 23. ožujka te je bio vrlo dobro posjećen. Naime, to je prvi ATP turnir u Europi po rasporedu koji se održava nakon tvrde podloge i dvoranskih turnira, što pobuđuje interes i predstavlja potencijal za dobru promidžbu i turnira i destinacije. Na turniru je pobijedio hrvatski tenisač Borna Ćorić.



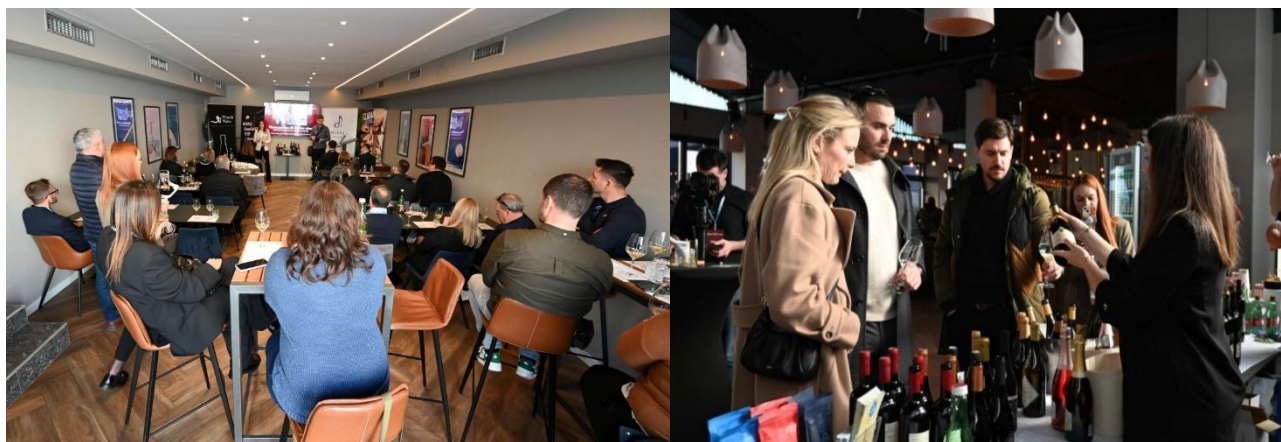
POHOD NA KILIMANJARO – 4.000,00 €

Stanica planinarskih vodiča Zadar je usponom na Kilimandjaro obilježila 50 godina postojanja. Stanicu čine planinarski vodiči iz cijele Zadarske županije koji zastupaju svoju destinaciju u Vodičkoj službi Hrvatskog planinarskog saveza te svojom aktivnošću u inozemstvu djeluju kao veleposlanici Hrvatske. Među mnogobrojnim aktivnostima kojima su obilježili ovu obljetnicu u 2025. je uspon na Kilimanjaro 5.891m, najviši vrh Afričkog kontinenta, na kojem je sudjelovalo 15 planinara-vodiča, članova Stanice Zadar i kolega planinara u spomen na prvi veći organizirani pohod članova Stanice na Kilimanjaro davne 1979. kao i u spomen na prerano preminulu kolegicu Martinu Dubolnić Glavan.



WINE WIP EVENT – 2.500,00 €

U Zadru, u hotelu A'Mare, 19. veljače 2025., u sklopu Wine VIP Eventa, događaja koji već devetu godinu okuplja poduzetnike i djelatnike u turizmu i ugostiteljstvu s ciljem promocije kvalitetnih proizvoda i usluga, održane su degustacijske radionice s vinima poznatih vinarija Ščurek, Prelac, Iuris i Matić, kao i gastro prezentacije chefica Doris Vlah i Antonie Mikac koje su servirale fritule s kremom od pačjih prsa. Degustacijske radionice vodili su uspješni hrvatski mladi sommelieri, Monika Neral i Kristijan Harjač. Monika je jedina hrvatska sommelierka s ASI zlatnom diplomom, a Harjač je dvostruki sommelierski prvak Hrvatske 2023. i 2024. Osim uživanja u vinima, posjetitelji su mogli sudjelovati i na radionicama na temu menadžerskih vještina i marketinga u turizmu, koje su vodile stručnjakinje Amadea Dobovišek, Sanja Krmpotić i Ivana Goa Majdandžić. Svi sudionici imali su prilike uživati u vrhunskim vinima, delicijama i edukacijama.



ZADAR NIGHT RUN 2025. 10.000,00 €

Ove godine je manifestacija Zadar Night Run obilježila 10 godina postojanja. Program se sastoji od nekoliko utrka. Također, manifestacija predstavlja jedini noćni maraton u Dalmaciji te najveću cestovnu utrku u povijesti Zadra. Manifestaciju je posjetilo preko 1.600 trkača iz ukupno 30 zemalja svijeta.



DALMATINKO CUP 2025.- 20.000,00 €

Od 30. svibnja do 2. lipnja 2025. u Zadarskoj županiji se održao međunarodni nogometni turnir za dječake i djevojčice uzrasta od 8 do 14 godina. Deseto izdanje turnira okupilo je 200 ekipa iz preko

Izvešće o radu za razdoblje I - XII 2025.

25 zemalja. U sklopu turnira održao se i Special Power League Cup, posebno natjecanje za osobe s Downovim sindromom, a posebno mjesto je zauzeo i humanitarni projekt "Score for more", koji se već tradicionalno provodi. Svaki gol postignut na utakmicama nosi konkretnu novčanu vrijednost, a prikupljena sredstva doniraju se osobama s Downovim sindromom kroz suradnju s udrugom DOWN 21. Također, u sklopu turnira, održane su nogometne konferencije na kojima su predstavljene španjolske, njemačke i skandinavske nogometne filozofije.



DANI KREŠIMIRA ČOSIĆA – 5.000,00 €

U lipnju 2025. godine, održani su Dani Krešimira Čosića, trodnevna manifestacija posvećena jednom od najvećih košarkaških vizionara u hrvatskoj povijesti. Od 6. do 8. lipnja, sportski svijet Hrvatske bio je fokusiran na Zadar – u čast Krešimiru Čosiću, koji je preminuo prije točno 30 godina. Brojne aktualne sportske zvijezde i legende posjetile su Zadar, a program je otvoren ambicioznim projektom Narodnog muzeja Zadar – izložbom „Say Yes to Sport“. Izložba, postavljena u izložbenim dvoranama Providurove palače, kroz cijelu će godinu predstaviti povijest zadarskog sporta i ulogu Zadrana u njemu. Među eksponatima nalaze se medalje, osobni predmeti i brojni detalji iz života Krešimira Čosića – od kojih su mnogi po prvi put bili predstavljeni javnosti.



MEVZA – PRVENSTVO U ODBOJCI NA PIJESKU 2025. – 15.000,00 €

Na Punta Beachu u Bibinjama, održano je MEVZA prvenstvo u odbojci na pijesku 2025. godine. U razdoblju od 11. do 15. lipnja, gledatelji su imali priliku uživati u vrhunskoj odbojci, a finalni dan donio je dvije izvanredne završnice i krunio najbolje parove Srednje Europe.



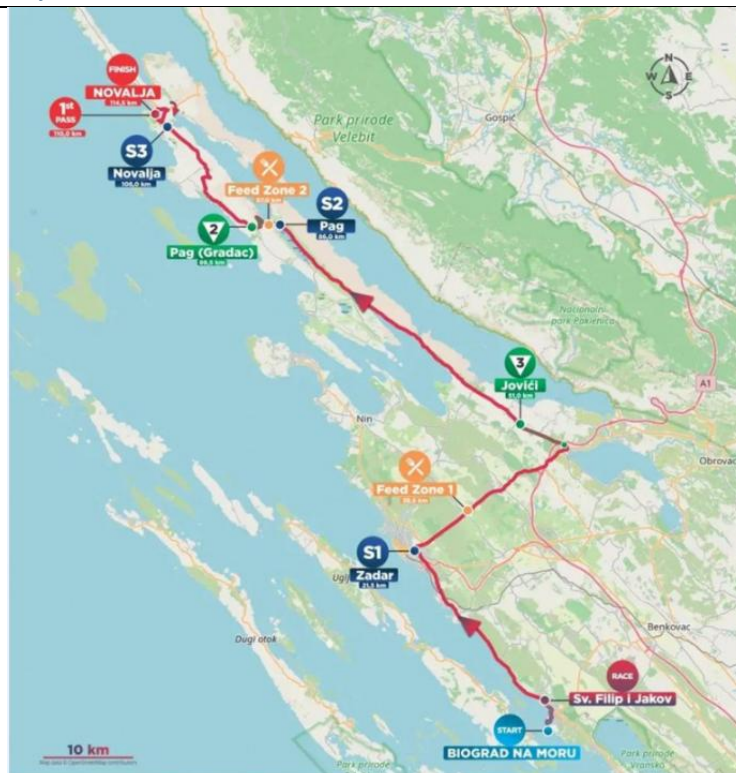
DAN POBJEDE I DAN DOMOVINSKE ZAHVALNOSTI, CRNO 1.350,00 €

Mjesni odbor Crno i HNK Dalmatinac Crno već dugi niz godina s ponosom organiziraju obilježavanje Dana pobjede i domovinske zahvalnosti, Dana hrvatskih branitelja te obljetnicu vojno-redarstvene operacije Oluja.

Ova manifestacija je okupila ne samo mještane, već i hrvatske branitelje iz svih krajeva Hrvatske, kao i brojne turiste koji su boravili u našem kraju. Svake godine interes raste, a ove godine događaj ima poseban značaj jer se obilježavala 30. obljetnicu Oluje, pa je nazočilo više od tisuću posjetitelja. Program je bio svečan i emotivan, s posebnim naglaskom na zajedništvo, domoljublje i zahvalnost hrvatskim braniteljima. Uz glazbeni dio večeri, slavlje je trajalo do ranih jutarnjih sati.

CRO RACE 2025 13.500,00 €

Deseto izdanje međunarodne biciklističke utrke **CRO Race** održano je od 30. rujna do 5. listopada 2025. godine, a jedna od etapa prolazila je kroz područje Zadarske županije. Utrka, čija ukupna trasa iznosi gotovo tisuću kilometara, povezuje različite dijelove Hrvatske te promovira prirodne ljepote i kulturnu baštinu zemlje. Posebno značajna bila je druga etapa koja je započela 1. listopada u Biogradu na Moru, na Obali kralja Petra Krešimira IV., s početkom u 13.15 sati. Natjecatelji su nakon starta nastavili vožnju kroz više naselja Zadarske županije prema konačnom cilju u Novalji na otoku Pagu. Dolazak biciklista u cilj bio je predviđen oko 16 sati. Ova međunarodna sportska manifestacija ima važnu ulogu u promociji Zadarske županije kao atraktivne cikloturističke destinacije. Uz sportski značaj, utrka doprinosi i turističkoj vidljivosti brojnih lokaliteta kroz koje prolazi.



VITEZOVI VRANSKI 7.000,00 €

Manifestacija Dani vitezova vranskih održana je 19. i 20. srpnja u Vrani i Pakoštanima, okupljajući brojne posjetitelje i sudionike iz Hrvatske i inozemstva. Događanje je organizirano s ciljem oživljavanja bogate povijesti vranskog kraja te predstavljanja srednjovjekovne baštine kroz scenske prikaze, viteške turnire i povijesne rekonstrukcije. Program je započeo u Vrani, u blizini Maškovića hana, gdje su podignuti srednjovjekovni tabori, viteška borilišta i sajmovi starih zanata. Posjetitelji su imali priliku vidjeti nastupe vitezova, konjanika, strijelaca, sokolara i drugih sudionika odjevenih u autentične povijesne kostime. Središnji događaj prve večeri bila je velika kopnena bitka koja je uprizorila povijesne sukobe na ovom području i dočarala atmosferu srednjovjekovnih borbi. Drugoga dana manifestacija je nastavljena u Pakoštanima, gdje je održana spektakularna pomorska noćna bitka s drvenim brodovima, bakljama i vatrenim strijelama. Scenski prikaz sukoba na moru pratio je velik broj posjetitelja okupljenih uz obalu, a događaj je dodatno obogaćen vatrometom i posebnim svjetlosnim efektima. Tijekom cijelog programa organiziran je i srednjovjekovni sajam na kojem su predstavljeni stari obrti, ruktvorine i tradicionalna gastronomija. Dani vitezova vranskih prepoznati su kao jedna od najvećih povijesnih manifestacija na Jadranu te važan događaj za promociju kulturne baštine i turističke ponude zadarskog zaleđa.



Nositelji aktivnosti i partneri: TZ Zadarske županije, razni dionici

Ostvareni cilj aktivnosti:

Podržavajući marketinške aktivnosti projekata koji donose visoku vidljivost na tržištu jača se brend Zadarske županije kao turističke destinacije.

Realizacija

87.329,40 €

Teniski ATP turnir Zadar Open	10.000,00 €
Pohod na Kilimanjaro	4.000,00 €
Hrvatski odbojkaški savez	15.000,00 €
Zadar Night Run	10.000,00 €
Dalmatinko Cup	20.000,00 €
Dani Krešimira Ćosića	5.000,00 €
Dan pobjede i domovinske zahvalnosti	1.350,00 €
Cro Race-TOP SPORT	13.500,00 €
Vitezovi Vranski	7.000,00 €
Europsko prvenstvo u stolnom tenisu	1.479,40 €

Na realizaciju projekta 3.4. MARKETINŠKE I POSLOVNE SURADNJE utrošeno je 870.408,05 € prema sljedećoj računovodstvenoj strukturi:

• Usluge promidžbe i informiranja –TUZ mrežne stranice	180.703,65 €
• Usluge organizacija konferencija, sportskih i kulturnih dog.	48.500,00€
• Usluge promidžbe i informiranja – TUZ TV	16.000,00 €
• Usluge promidžbe i informiranja – TUZ knjige, novine..	1.000,00 €
• Troškovi oglašavanja kod avio-kompanija INO	560.625,00 €
• Troškovi oglašavanja kod avio-kompanija TUZ	43.750,00 €
• Donacije ostalim TZ-ima	7.000,00 €
• Donacije ostalim primateljima	11.350,00 €
• Reprzentacija – ugostiteljske usluge	1.479,40 €

3.5. SAJMOVI, POSEBNE PREZENTACIJE I POSLOVNE

RASHODI/AKTIVNOSTI	Plan za 2025.	Rebalans 2025.	Realizacija 2025.	Indeks realizacija / rebalans	Udio % u realizaciji
Sajmovi, poslovne prezentacije i poslovne radionice	250.000,00 €	180.000,00 €	199.624,20 €	111	7,51%
Nastupi na sajmovima	180.000,00 €	140.000,00 €	149.389,86 €	107	5,62%
Organizacija i sudjelovanje na posebnim prezentacijama i poslovnim radionicama	70.000,00 €	40.000,00 €	50.234,34 €	126	1,89%

3.5.1. NASTUPI NA SAJMOVIMA

Sajamski nastupi za 2025. odnose se na:

- specijalizirane sajmove za koje postoji snažna inicijativa sukladnih gospodarskih subjekata i udruženja, a financiranje nastupa se udružuje između subjekata/udruženja/TZŽ;
- uspješnu suradnju s ostalim Turističkim zajednicama područja Dalmacije;
- suizlaganja na sajmovima na kojima nastupa HTZ;
- suizlaganja s ključnim dionicima regije na poslovnim sajmovima;
- ključna emitivna tržišta.

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

TZZŽ je u 2025. suizlagala na štandu HTZ-a na sajmovima: Stuttgart-CMT, Utrecht- Vakantiebeurs, München- FREE, Beč-Ferienmesse te Zagreb-Meetex, Ljubljana-Conventa i IMEX-Frankfurt. Ovih sedam sajмова organizirani su u suradnji sa hotelskim kućama zadarske regije te LTZ.

S TZ županija Dalmacije i Like realizirano je nastupanje na općim i specijaliziranim sajmovima i to: Helsinki, London, Barcelona, Bari, Utrecht, Riva del Garda. Suizlaganje sa destinacijskim partnerima je odrađeno u Berlinu (ITB). U suradnji sa TZO Kali i poslovnoj udruzi "Zadarski Arhipelag", odrađen je nastup na sajmu Freizeit u Bolzanu.

1. Utrecht "Vakantiebeurs", 08.-12.01.

Sajam Vakantiebeurs najveći je turistički sajam na području zemalja Beneluksa, koji je namijenjen poslovnoj i općoj publici. TZZŽ je nastupila kao suizlagač na štandu HTZ-a zajedno sa destinacijskim partnerima TZM Zaton i Ilirijom d.d. iz Biograda. Na sajmu je izlagalo 1.052 izlagača iz 100 zemalja koji je okupio gotovo 13.000 profesionalaca. Sajamski prostor prostirao se na pet hala koje je obišlo ukupno 71.122 posjetitelja, čime se broj posjetitelja vratio na predpandemijski nivo.

2. Stuttgart "CMT", 13.-21.01.

Sajam CMT jedan je od najznačajnijih specijaliziranih turističkih sajмова za kamping te motorizirana i autobusna putovanja. Sajam se prostirao na više od 100.000 m² površine a bilježio je preko 1.570 izlagača iz 100 zemalja, a posjetilo ga je 260.000 ljubitelja kamping turizma. TZZŽ je imala suizlagački prostor na štandu HTZ-a zajedno sa destinacijskim partnerima TZM Zaton i Ilirija d.d. iz Biograda. Treba istaknuti da je dan prije otvaranja ovog najvećeg sajamskog izlaganja u južnoj Njemačkoj ADAC organizirao gala večeru na kojoj su se okupili najznačajniji turistički subjekti iz cijelog svijeta.

3. Helsinki “Matka”, 17.-19.01.

Sajam Matka Nordic Travel Fair najveći je turistički sajam na prostoru Baltika koji je organiziran u suradnji TZŽ Dalmacije i Like. Na sajmu je sudjelovalo 850 izlagača iz 70 zemalja svijeta na prostoru od 7.500 m². Budući da iz Helsinkija na ZL Zadar izravno leti zrakoplov niskotarifne aviokompanije Ryanair, na štandu je vladao veliki interes za zadarsku regiju. Podijeljeni su svi prospekti. Sajam je obišlo 56.000 posjetitelja.

4. London “Destinations”, 30.01.-02.02.

Sajam Destinations- the Holiday & Travel show najveći je turistički sajam za opću publiku u Londonu, a održao se u izložbenom centru Olympia. Izlaganje je organizirano sa ostalim TZŽ Dalmacije i Like. Na sajmu se predstavilo 600 turističkih subjekata iz cijelog svijeta, a sajam je obišlo 80.000 posjetitelja. Budući da iz Londona na ZL Zadar više puta tjedno leti zrakoplov niskotarifne kompanije Ryanair, na štandu je vladao veliki interes za dolazak u zadarsku regiju.

5. Muenchen, FREE, 14.-18.02.

TZ Zadarske županije je kao suizlagač u okviru štanda HTZ-a predstavila ponudu Zadarske županije na međunarodnom sajmu turizma “Freizeit, Reisen und Erholung” koji se održao u glavnom gradu bavarske i na kojem je hrvatska nastupila kao zemlja partner. Na sajmu se predstavilo oko 1.000 izlagača iz 50-tak zemalja, dok je sajam posjetilo oko 120 tisuća posjetitelja. TZŽ se na štandu HTZ-a predstavila uz ostalih 26 suizlagača na vlastitom dijelu štanda zajedno sa partnerima Turisthotelom d.d. i Ilirijom d.d.

6. Utrecht, Fiets en Wandelbeurs 14.-16.02.

Na sajmu Fiets en Wandelbeurs predstavilo se oko 100 izlagača a sajam je obišlo 24.000 posjetitelja. Ovaj specijalizirani sajam za bicikliranje i pješaćenje realiziran je u suradnji sa predstavništvom HTZ-a u Amsterdamu te TZŽ Dalmacije i Like. Na sajmu su održana razna predavanja i radionice, biciklistički tečajevi te prezentacije pješačkih ruta. Veliki interes bio je kod posjetitelja za biciklističke i pješačke karte zadarske regije.

7. Ljubljana, Conventa 18.-20.02.

Specijalizirani sajam za MICE segment, Conventa okupio je od 18. do 20. veljače 2025. u Ljubljani 180 odabranih kupaca iz 34 zemlje i preko 130 izlagača iz 16 zemalja. Ovaj sajam predstavlja vrhunac cjelogodišnjih aktivnosti u okviru Conventa brenda i jedan je od važnijih događanja u industriji poslovnih susreta na našim područjima. Uz poslovne sastanke, program uključuje edukativne sadržaje te analizu održivih i kreativnih događanja kroz alat Planet Positive Event. Također, održat će se i dodjela nagrada Meetings Star, kojom se prepoznaju istaknute destinacije, hoteli i profesionalci iz industrije. TZ Zadarske županije zakupila je stol zajedno sa hotelskom kućom Ilirija d.d. iz Biograda.

8. Bari, BTM 26.-28.02.

Sajam BMT važan je poslovni sajam na jugu talijanskog poluotoka, a na kojemu se predstavilo 500 izlagača iz 80 zemalja i gotovo svih talijanskih regija. Sajam je otvoren prvenstveno za poslovnu ali i za široku publiku a TZŽ je na njemu nastupila kao suizlagač u okviru štanda HTZ-a zajedno sa TZŽ Dubrovačko-neretvanske, Splitsko-dalmatinske te Jadrolinije. Na izlaganju su sudjelovali razni touroperatora, zrakoplovne i brodarske kompanije, cruising tvrtke te hotelski lanci a između ostalog organizirano je preko 100 predavanja i radionica.

9. **Prag, Holiday World 14.-16.03.**

Radi se o već tradicionalnom turističkom sajmu. Posjetitelji su imali priliku razgledati ponudu preko 300 izlagača iz cijeloga svijeta, a odnosila se na popularne destinacije, te se isti održao uz biciklistički sajam For Bikes i sajam Sport Expo. Uz TZ Zadarske županije, svoju su ponudu predstavljale i TZŽ Šibensko-kninske, Splitsko-dalmatinske, Dubrovačke i Ličko-senjske. Uz same županije bio je i pult predstavništva HTZ-a u Češkoj, sa informacijama o ostalim dijelovima zemlje, te predstavnice hotela Valamar. Posjetitelji su bili pretežno Česi, u manjem broju Slovaci, Poljaci i Njemci. Fokusirani su na kamping, boravak u prirodi i aktivni odmor. Češkoj publici je Hrvatska, kao i sama Zadarska županija poznata destinacija, te je očekivan nastavak pozitivnog trenda sa češkog tržišta.

Na sajmu su bila 304 izlagača iz 25 zemalja svijeta, na površini od gotovo 10.000 m². U toku 3 dana na sajmu je bilo 21.059 posjetitelja. Hrvatski štand je od strane organizatora osvojio nagradu za drugo mjesto za najimpresivniju prezentaciju na sajmu.

10. **Beč "Ferienmesse", 16.-19.03.**

Na turističkom sajmu Ferien Messe, najvećem međunarodnom turističkom sajmu za poslovnu i široku publiku u Austriji na kojem je Hrvatska nastupila kao zemlja partner, TZŽ se predstavila kao jedan od 21 suizlagača u sklopu hrvatskog štanda. Nastup Hrvatske bio je vrlo zapažen, a više od 430 nacionalnih i međunarodnih izlagača pružilo je jedinstveno iskustvo u dvoranama Messe Wien sa svojim najnovijim trendovima putovanja, **skrivenim** draguljima i uzbudljivim destinacijama. Sajam je u četiri dana održavanja posjetilo više od 71.000 posjetitelja iz cijelog svijeta. Sa TZŽ kao partneri na ovom sajmu nastupili su turistički subjekti iz Zadarske županije i to Turisthotel d.d. i Ilirija d.d.

11. **Berlin ITB, 07.-09.03.**

ITB, najveći poslovni sajam turizma na svijetu, okupivši svjetsku turističku industriju održao se u Berlinu a na njemu se TZŽ predstavila na štandu veličine 40 m² zajedno sa nizom partnera iz Zadarske županije. Tako su nastup osnažili brojni suizlagači i to: Ilirija d.d., Hotel Piniya i ZL Zadar, te turističke zajednice gradova Zadra, Biograda, Nina, Paga kao i TZO Starigrad.

U okviru nastupa već je prvog dana organiziran poslovni susret s partnerima tijekom koje je prezentirana eno-gastro ponuda. Tako se degustirao pršut, paški sir kao i vina zadarskog kraja, a točio se i zadarski Maraschino. Privlačno uređen štand s karakterističnim vizualima iz Zadarske županije posjetitelji su s oduševljenjem pohodili, te iskazali veliki interes za dolazak u Zadarsku županiju. Na sajmu se predstavilo 5.800 izlagača iz 170 zemlje svijeta a sajam je obišlo 100.000 posjetitelja.

12. **Barcelona, B-travel 2025, 26.3.-31.3.2025.**

Na sajmu B-travel u Barceloni TZ Zadarske županije nastupila je zajedno s partnerima TZŽ Splitsko-dalmatinske, Dubrovačko-neretvanske i Ličko-senjske županije. B-Travel je najveći turistički sajam u Španjolskoj, namijenjen širokoj publici, a okupio je više od 25.000 posjetitelja. Na sajmu su sudjelovale brojne putničke agencije, hotelske kuće, krusing kompanije, prijevoznici i turističke zajednice iz cijelog svijeta. Sajam je u sva tri dana bio izvrsno posjećen, a TZ Zadarske županije je također zabilježila dobar posjet pa su podijeljene gotovo sve brošure.

13. **Riva del Garda, "Bike Festival", 01.-04.05.**

31. izdanje FSA Bike Festivala Riva del Garda je završeno - sa 350 izloženih brendova i više od 80.000 posjetitelja i preko 2.500 registriranih trkača, potvrdio je svoju ulogu referentnog događaja za međunarodnu sezonu brdskog biciklizma. FSA Bike Festival Riva del Garda bio je još jednom veliki

uspjeh. Nova lokacija, na korak od jezera i okružena zelenilom, osvojila je više od 200 tvrtki izlagača i naravno posjetitelje, i to najviše zbog jednostavnosti pristupa koju omogućuje novi raspored.

Na sajmu su, osim image brošure, mape županije, brošure aktivnog turizma, podijeljene i sve biciklističke karte TZ Zadarske županije. Predstavljanje je organizirano u suradnji sa TZŽ Dubrovačko-neretvanske, Splitsko-dalmatinske, Šibensko-kninske te Ličko-senjske.

14. Zagreb, “Meetex”, 01.04.-03.04.

Vodeća hrvatska burza kongresnog turizma, održala se od 1. do 3. travnja u hotelu The Westin Zagreb. Ovogodišnje sedmo izdanje okupilo je više od 200 sudionika, uključujući domaće izlagače i oko 70 stranih kupaca iz Europe, Sjeverne i Južne Amerike te Azije, čiji budžeti za organizaciju poslovnih događanja dosežu stotine milijuna dolara. TZ grada Zadra i TZ Zadarske županije zajedno su sudjelovale na burzi te su u više od 30 sastanaka prezentirale mogućnosti grada Zadra i Zadarske županije kao kvalitetne destinacije za organizaciju raznih oblika poslovnih skupova.

15. Bolzano, “Freizeit-Tempo libero”, 22.-25.04.

Sajam Tempo libero opći je turistički sajam koji se održava u južnom Tirolu i jedini je sajam ove vrste u regiji. Teme su ove godine bile: Praznici, sport, boravak na otvorenom, uživanje i obitelj. Sajam je odradila TZO Preko – Otok Ugljan u suradnji sa TZŽŽ. Štand je sadržavao vizuale otoka Ugljana te komunikacijske oznake TZO Preko i TZŽŽ. Izložene su brošure otoka Ugljana i TZ Zadarske županije koje su se podijelile gostima. Sajam se održao na površini od čak 600 m², predstavilo se 210 izlagača, a sajam je razgledalo 43.000 posjetitelja.

16. Frankfurt, “IMEX”, 20.-22.05.

TZ Zadarske županije, u suradnji s Ilirija Travel DMC uspješno je sudjelovala na sajmu IMEX Frankfurt 2025., jednom od najznačajnijih svjetskih sajmova poslovnog turizma i MICE industrije, održanom od 20. do 22. svibnja. Kroz 30 održanih sastanaka s potencijalnim međunarodnim buyerima, predstavljena je raznolika ponuda županije s naglaskom na visoku kvalitetu usluge, prirodne ljepote i sve bogatiju MICE infrastrukturu. Sudjelovanje na IMEX-u omogućilo je pozicioniranje Zadarske županije kao atraktivne i konkurentne destinacije za kongrese, incentive putovanja i poslovne skupove, posebice na njemačkom tržištu koje bilježi sve veći interes za ovakvim programima. Naglašene su ključne prednosti regije-sigurnost, prometna dostupnost, izvrsna infrastruktura te autentična eno-gastronomska ponuda. U sklopu hrvatskog štanda, koji je okupio 26 suizlagača, predstavnici Zadarske županije sudjelovali su i na promotivnim događanjima te degustacijama koje su dodatno pridonijele umrežavanju s partnerima i promociji destinacije kao cjelovite poslovne i doživljajne ponude.

Na sajmu je sudjelovalo više od 12.000 profesionalaca iz industrije poslovnih događanja, uključujući preko 4.200 kupaca (buyers) iz više od 160 zemalja. Također, na sajmu je bilo prisutno 3.100 izlagačkih tvrtki iz 150 zemalja. Tijekom sajma održano je više od 63.000 unaprijed dogovorenih sastanaka između izlagača i kupaca, što ukazuje na snažan interes i poslovne mogućnosti unutar MICE sektora.

17. Duesseldorf, Caravan Salon, 29.08.-07.09.

Sajam Caravan Salon najveći je specijalizirani sajam kampinga i kamping industrije u Europi. Na sajmu se predstavljalo 811 izlagača iz 40 zemalja svijeta na površini od 250.000 m². Veliki broj posjetitelja pristigao je vlastitim kamper-vozilima te je na sajamskom kamp odmoru registrirano 28.200 subjekata. Uz Turističku zajednicu Zadarske županije, na zajedničkom štandu svoju kamping ponudu predstavila je i Turistička zajednica Šibensko-kninske županije, TZ Splitsko-dalmatinske

županije i TZ Ličko-senjske županije. Štand je imao odličnu lokaciju uz štand Hrvatske turističke zajednice. Osim kamper vozila, karavana i kampera, asortiman proizvoda koji se nudio uključuje tehnologiju vozila, komponente i završne dijelove, šatore, mobilne kućice, dodatke i opremu za caravanning i kampiranje, odjeću i opremu za aktivnosti na otvorenom, turističke destinacije kao i prirodne regije. Sajmu je nazočilo 269.000 posjetitelja.

18. Parma, Il Salone del Camper, 13.-21.09.

Najveći međunarodni sajam kampinga u Italiji bio je odlična prilika za prezentaciju dalmatinskih regija. Uz TZZŽ na štandu su izlagale još i ostale TZZŽ Dalmacije i Like te Top Camping udruga. Izlagačima je na raspolaganju bilo 5 paviljona na površini od 110 tisuća kvadratnih metara. Izlagalo je 310 izlagača iz 15 zemalja svijeta. U završnom izvješću organizator je objavio podatak da je bilo više od 107.000 posjetitelja. Na sajmu je bilo također akreditirano 500 novinara, blogera i You-tubera. Sajam je bio vrlo uspješan, interes kod publike je bio velik čemu svjedoči činjenica da je podijeljena cjelokupna količina brošura.

19. London, World Travel Market, 04.-06.11.

Ovogodišnji World Travel Market (WTM) koji se održavao u Londonu od 3. do 5. studenog 2025. posjetilo je više od 45.000 turističkih profesionalaca, koji su odradili razgovore s više od 5.000 izlagača. Sve je medijski popraćeno od strane 3.000 članova najeminentnijih medijskih kuća. TZ Zadarske županije nastupala je na štandu HTZ-a sa još 23 suizlagača. Površina štanda je iznosila 333 m² i bio je jedan od najzapaženijih u hali. Na sajmu je sudjelovala hrvatska turistička delegacija predvođena ministrom turizma i sporta Tončijem Glavinom, direktorom HTZ-a Kristjanom Staničićem, te direktoricom predstavništva u Londonu Biserom Fabriom, te su odrađeni brojni sastanci sastanci i susreti s predstavnicima partnera i organizacija kao što su Jet2.com & Jet2Holidays, Britanskim udruženjem putničkih agencija (ABTA), Travel Weekly, Iberia, EasyJet, CNBC i dr., Tijekom prva dva dana sajma su i na štandu TZZŽ odrađeni brojni sastanci s predstavnicima aviokompanija: Croatia Airlines, Easyjet, Edelweiss i dr, te medijskim kućama Alpha media, Active traveller, National Geographic kao i PR agencijom Aviareps s kojim su dogovorene medijske suradnje i prezentacije za 2026 godinu.

20. Barcelona, IBTM, 18.-20.11.

IBTM World je globalno priznati sajam za MICE sektor koji svake godine okuplja vodeće aktere industrije: od organizatora događaja, DMC-ova, turističkih zajednica i hotela, do buyers-a (kupaca) koji ostvaruju dogovorene sastanke i poslovne kontakte. U 2025. godini sajam je zabilježio impresivne brojke: više od 78.000 unaprijed zakazanih poslovnih sastanaka, a prisustvovalo je više od 12 000 profesionalaca iz MICE industrije te 2 479 izlagača iz više od 140 zemalja. Sudjelovanje TZZŽ je bilo na zajedničkom pultu sa DMC Elite Travel u okviru štanda HTZ-a. Tijekom trajanja sajma, TZZŽ je održala 30 unaprijed dogovoreni poslovnih sastanaka s potencijalnim buyerima i partnerima. Ovi sastanci bili su usmjereni na predstavljanje MICE ponude Zadarske županije: hotelskih kapaciteta, destinacijskih prednosti, lokalnih DMC partnera i mogućnosti organizacije poslovnih događaja u regiji. IBTM Barcelona 2025. još jednom je potvrdio strateški značaj MICE segmenta u produljenju sezone i povećanju potrošnje, a sudjelovanje TZ Zadarske županije pokazalo se kao važan korak u daljnjem jačanju prepoznatljivosti destinacije na globalnoj poslovnoj sceni.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Jačanje vidljivosti i prisutnosti kod poslovnih partnera i široke publike, upoznavanje s novinama u ponudi, spajanje s partnerima na terenu.

Realizacija			149.389,86 €
Beč	3.573,00 €	Stuttgart	6.689,38 €
Berlin	32.739,29 €	Utrecht (Fiets)	6.365,39 €
Parma	3.463,35 €	Ljubljana	4.488,75 €
Muenchen	5.599,20 €	London	9.557,84 €
Bari	3.918,17 €	Frankfurt	6.281,95 €
Duesseldorf	12.984,02 €	Bolzano	2.894,89 €
Lago di Garda	4.502,27 €	Zagreb	3.142,13 €
Helsinki	9.643,23 €	Prag	5.471,36 €
Utrecht	3.544,88 €	Barcelona	4.482,56 €
WTM london	12.703,58 €	IBTM Barcelona	7.344,62 €

3.5.2. ORGANIZACIJA I SUDJELOVANJE NA POSEBNIM PREZENTACIJAMA I NA POSLOVNIM RADIONICAMA

Detaljan i precizan opis aktivnosti

Prezentacije se provode u suradnji s HTZ-om, Turističkim zajednicama županija s prostora Dalmacije ili gospodarskim subjektima, a prema pruženim prilikama od strane, kako Predstavništava HTZ-a u inozemstvu, tako inozemnih partnera te regionalnih javnih i komercijalnih subjekata.

Fokus prezentacija, ovisno o prilikama na tržištu i na savjet predstavništava HTZ-a, organizirati eno-gastro prezentacije koje slave najraznovrsniju hrvatsku regiju – Zadarsku regiju i donose dalmatinski stil života izravno u europske metropole - dobra hrana, vrhunska vina i kokteli, izvrsne delicije koje govore o Zadarskoj regiji kao regiji punoj okusa, regiji koja je više od sunca i mora, u kojoj sunce i more stvaraju proizvode i jela iznimnih okusa.

Okosnicu čine pomno odabrani proizvođači koji će provesti gosta na kratko putovanje u Zadarsku regiju, poput Maraske, sirane s otoka Paga, Ninske i Paške solane, reprezentativnih vinara i maslinara, uzgajivača ribe i drugih kvalitetnih proizvoda/đača Zadarske županije. Dodatnu atrakciju daju zadarski chefovi koji pripremaju tradicionalna jela s namirnicama proizvođača. Ciljane skupine kako gastro-scena, tako i medijska, i svakako turistička - važni partneri s tržišta, te po mogućnosti široka publika.

Sukladno Programu rada pokušali smo u suradnji sa predstavništvom HTZ-a u Skandinaviji te Gospodarskom komorom - ŽK Zadar organizirati predstavljanje zadarske regije sa radionicom u Helsinkiju. Odazvalo se 20-tak subjekata iz Zadarske županije. Međutim, zbog slabog odaziva finskih turističkih subjekata morali smo otkazati predstavljanje. TZZŽ podmirila je penale hotelu zbog storniranja dvorane.

München, Croatia Airlines

Dana 9. rujna 2025. u Münchenu je održana prezentacija leta Croatia Airlinesa na relaciji München – Zadar, kao i prezentacija grada Zadra i Zadarske županije. Na događanju su sudjelovali Mato Radić, direktor predstavništva CA u Frankfurtu, predstavnici TZ Zadarske županije – direktor Hrvoje Anić, Iva Bencun, direktorica Turističke zajednice grada Zadra, Josip Klišmanić, direktor Zračne luke Zadar, te drugi predstavnici Croatia Airlinesa.

Izvešće o radu za razdoblje I - XII 2025.

Nakon uvodnog govora g. Radića i prezentacije Croatia Airlinesa, uslijedila je prezentacija TZ Zadarske županije. Prezentacija regije održana je na njemačkom jeziku, pri čemu smo se fokusirali na prirodne ljepote, posebnosti poput Morskih orgulja i Pozdrava Suncu te na MICE segment. Prikazan je i promotivni video TZ Zadarske županije. Skup je pozdravio generalni konzul Vladimir Duvnjak. Prezentaciji je nazočilo oko osamdesetak zainteresiranih predstavnika turističkog sektora, gospodarstva i medija. Uslijedila je nagradna igra, a nagrade su bile jedna povratna aviokarta za Zadar te pet nagradnih boravaka u hotelima zadarske regije. Događanje je završilo domjenkom i druženjem s prisutnim partnerima.



Predstavljanje Zadarske regije kao MICE i eno gastro destinacije u Zagrebu, 18. rujna 2025.

TZ Zadarske županije, u suradnji sa Hrvatskom turističkom zajednicom, Zadarskom županijom, Udrugom hrvatskih putničkih agencija te Hrvatskom udrugom profesionalaca kongresnog turizma, organizirala je 18. rujna 2025. godine ekskluzivno promotivno događanje u kongresnom centru hotela Hilton Garden Inn u Zagrebu.

Cilj događanja bio je predstaviti Zadarsku regiju kao atraktivnu cjelogodišnju destinaciju za poslovni i enogastronomski turizam, s naglaskom na vrhunsku gastronomiju, autentične lokalne proizvode te razvojne mogućnosti u segmentu MICE turizma.

Događanje su uveličali brojni uzvanici, među kojima su bili gđa Martina Stipeč, načelnica Sektora za turističke zajednice pri Ministarstvu turizma i sporta, gđa Slavija Jačan Obratov, direktorica Sektora za razvoj brenda i proizvoda u Hrvatskoj turističkoj zajednici, Nj. E. Maria Manuel Quintela Batista Durão, veleposlanica Portugalske Republike, te župan Zadarske županije g. Josip Bilaver.

Ovaj urbani event predstavio je izabrano najbolje iz Zadarske županije – spoj vrhunske gastronomije, autentičnih lokalnih proizvoda i inspirativnih prostora za poslovni turizam. Program je trajao od 12 do 16 sati u okviru kojeg su održane prezentacije MICE i enogastro ponude koje su predstavili direktori TZ grada Zadra i TZ Zadarske županije, Iva Bencun i Hrvoje Anić, zatim degustacija jela i proizvoda, prezentacija destinacija te na kraju vinska radionica.

Uzvanici su imali priliku kušati jedinstvene okuse regije, upoznati vinare i proizvođače, susresti se s ključnim dionicima iz turističkog i poslovnog sektora te istražiti ponudu prostora i sadržaja pogodnih za organizaciju poslovnih događanja, konferencija i incentive programa.

Zadarski chefovi Tomislav Karamarko i Bruno Kalmeta pripremali su jela od autohtonih namirnica, dok je za selekciju i prezentaciju vina bio zadužen sommelier Ivan Stiblik. Među hladnim jelima posluženi su pršut, sir i masline s kruhom ispod peke, šokol, ovčji sir s pestom od maslina, pašteta od sušene ribe te salata od hobotnice s povrćem. Topla predjela uključivala su rižoto s novigradskim dagnjama i šafranom iz zadarskog zaleđa (Stigma Šafran), domaće torteline s janječim raguom te kaljski kruh s friganim filetima inćuna (MarFish) i rikolom. Glavna jela bila su juneća tagliata s ličkom basom te odrezak brancina (MarFish) s keljom i krumpirom. Za desert su posluženi prisnac, fritule, kroštule te okruglice od kruha sa skutom i acetom od smokve OPG-a Matulić.

U pretprostoru, za osvježenje i dobrodošlicu gostima, posluženi su slani i slatki zalogaji u suradnji s Boogie Bakeryjem, uz ponudu prirodnih sokova brenda Lički sokol. Maraska je dodatno obogatila doživljaj selekcijom welcome drinkova i digestiva, uključujući signature koktele poput Maraschino Kiss i Maraschino Citrus, te kulturni Zadarski Maraschino i PeTe.

Na 8 prezentacijskih stolova predstavili su se brojni dionici iz cijele Zadarske županije. Turistička zajednica Zadarske županije predstavila je svoj projekt „Welcome Taste & Buy“, u sklopu kojega su se predstavili OPG Matulić, OPG Ćusa, OPG Mate Gašpar, OPG Šinjinorina smokva te OPG Zagorac.

Na prezentacijskom stolu otoka Paga sudjelovala je Turistička zajednica grada Paga, na čelu s direktoricom Vesnom Karavanić, uz prezentaciju tradicijske paške nošnje. Udruga proizvođača paškog sira, predvođena predsjednicom Martinom Pernar Škunca, predstavila je razne vrste sireva Paške sirane, Sirane Gligora i Sirane MiH, dok su Paške benedikinke bile zastupljene baškotinima, rafijolima i pandešpanjem, čime su dodatno oživjele bogatu gastronomsku i kulturnu baštinu otoka. Zadarski arhipelag predstavili su ribarski obrti Moćun i Mrotine, OPG Lončar iz Preka, OPG Žampera, OPG Filipi, OPG Ana Milić te tvrtka Api-komerc sa svojom ponudom pčelinjih proizvoda.

Udruga vinara Zadarske županije bila je zastupljena kroz vinarije Velebna, Vina Vinketa, Vinariju Bora, Kraljevske vinograde i Vina Figurica, dok je na zasebnom prezentacijskom stolu organizirana kušaonica nagrađenih maslinovih ulja: 2 štorije, Bora, Antino, Faustina i Dalma Oleum, uz stručnu podršku Filipa Ercega, voditelja Panela za senzorsku analizu djevičanskog maslinovog ulja.

Svoje proizvode i destinacijsku ponudu predstavila je i Rivijera Nin, uključujući asortiman iz Solane Nin, a turistička ponuda općine Pakoštane prikazana je kroz izložbeni stol koji je uključivao sezonsko voće, povrće, bademe, lokalne proizvode te nagrađivana ulja, uz sudjelovanje direktorice TZO Pakoštane, Danijele Vulin.

Na kraju programa Ivan Stiblik je održao vinsku radionicu za zainteresirane polaznike pod nazivom *Autentični okusi Zadarske regije – sorte i vinska raznolikost.*

Izvešće o radu za razdoblje I - XII 2025.

Događaj je ostvario značajnu medijsku vidljivost, uključujući objavu u prilogu „Fino i vino“, kao i angažman influencera te prisutnost na društvenim mrežama.





Zadarska županija u Pragu predstavila nove adute: spoj tradicije, okusa i poslovnog turizma

U srijedu **1. listopada 2025. održana je promotivna prezentacija Zadarske županije** u Pragu, u organizaciji Turističke zajednice Zadarske županije, u suradnji s predstavništvom **Hrvatska turistička zajednica** u Češkoj te partnerima poput Falkensteiner grupe. Događaj je bio fokusiran na **spoj poslovnog (MICE) turizma i vrhunske enogastronomije** Zadarske regije izvan ljetne sezone. Event je održan u hotelu Falkensteiner Maria Prag. Na prezentaciji su sudjelovali predstavnici medija, turističkih djelatnika i organizatori događanja zainteresirani za potencijale regije u segmentima kongresnog, poslovnog i eno-gastronomskog turizma. Cilj je bio potaknuti prepoznatljivost Zadarske županije kao destinacije za poslovni i gastronomski turizam te produljiti turističku sezonu.

Okupljeni su imali priliku kušati specijalitete od lokalnih sastojaka koje su pripremali kuhari Saša Began i Vedran Božićev – od kamenica, brancina, sardina i škampa do dalmatinskog pršuta, paškog sira i janjetine. Uz jela su poslužena vina zadarskih vinara Degarra, Jokić, Velebna i Kraljevski vinogradi, a pod stručnim vodstvom sommeliera Gorana Sremeca. Poseban doživljaj bio je i susret s tradicijom zadarskog Maraschina, kroz koktele koje su pripremali barmeni Danijel Krizman i Ante Butić.

Događanje su svojim dolaskom uveličali direktor Ureda Hrvatske turističke zajednice u Pragu Miodrag Mlačić, predstavnici Veleposlanstva RH u Češkoj predvođeni otpravnikom poslova Zvonimirom Svibenom te izaslanstvo Zadarske županije koje je predvodio županijski pročelnik za gospodarstvo i turizam Ante Sjauš.

Izvešće o radu za razdoblje I - XII 2025.





Prezentacija turističkih potencijala Zadarske županije za nizozemsko tržište 4. prosinca 2025.

Predstavništvo Hrvatske turističke zajednice za zemlje Beneluksa, TZ Zadarske županije, TZ grada Zadra i Hrvatska gospodarska komora-Županijska komora Zadar održali su prezentaciju zadarske regije te B2B radionicu za gospodarske subjekte iz Nizozemske i Hrvatske. Događaj, koji je okupio oko 40 nizozemskih turističkih profesionalaca, mahom turoperatora, zračnih prijevoznika, putničkih agenata, samostalnih prodajnih savjetnika za putovanja, autobusera, predstavnika medija i ostalih partnera iz putničke industrije, dao je detaljan uvid u raznoliki turistički potencijal zadarske regije. Na događaju su se predstavili hoteli Crvena Luka, Falkensteiner, Ilirija Biograd, Korinjak, Pinija, te DMC kompanije Terra Travel (DMO), Zzzuum Active Holidays (DMO), a sudjelovali su i predstavnici Zračne luke Zadar, TZ grada i županije i županijske komore Zadar, s ciljem predstavljanja novih proizvoda, investicija u kvalitetu i održivost te promidžbe novih programa i doživljaja. Nizozemski putnici kontinuirano pokazuju interes za aktivnim odmorom, boravkom u prirodi i kampingom, premium sadržajima, nautikom, autentičnim kulturnim iskustvima i održivim putovanjima.

Zadarska županija je nakon Istarske, Splitsko-dalmatinske i Kvarnera, **4. najpopularnije odredište u Hrvatskoj za nizozemske goste**. Sa sve snažnijim razvojem ponude u Hrvatskoj izvan glavnih ljetnih mjeseci, nizozemsko tržište ima stratešku vrijednost zahvaljujući visokoj frekvenciji putovanja, lojalnosti i želji za otkrivanjem novih destinacija. Zbog izravne zračne povezanosti iz 3 nizozemske zračne luke (Rotterdam, Eindhoven i Amsterdam) sa zračnom lukom Zadar, kao i zbog kvalitetne cestovne infrastrukture, Zadarska županija lako je dostupna nizozemskim gostima.



Izvješće o radu za razdoblje I - XII 2025.

Prezentacija Zadarske županije za agente ID Rivatours u Biogradu na moru 17. listopada 2025.

17.10.2025.g. održana prezentacije zadarske regije sa naglaskom na projekt Welcome Taste and Buy. Prezentacija je održana na njemačkom jeziku i to njemačkim agencijama na studijskom putovanju - subagentima touroperatora ID Rivatours iz Münchena. Izlaganje se održalo u hotelu IN u Biogradu na moru pred 25 agenata. Prezentacija se sastojala od općeg dijela (kapaciteti, statistika) i posebnog dijela gdje su posebno naglašeni svi subjekti koji su ušli u projekt Welcome Taste and Buy. Agenti su sa pažnjom pratili izlaganje te postavljali pitanja. Posebno ih je veselilo što im je u planu bio obilazak dva OPG-a tako ih mogu doživjeti na terenu. Nakon izlaganja održan je domjenak uz ugodno druženje.



Prezentacija na Skupštini Udruge hrvatskih putničkih agencija UHPA-a 12. prosinca 2025.

U petak 12. prosinca 2025. godine u hotelu Westin u Zagrebu održana je 53. Skupština UHPA-strukovne udruge i 48. Skupština UHPA-e udruge poslodavaca. Sudionicima se obratio Hrvoje Anić, direktor TZ Zadarske županije, UHPA-ine domaće destinacije za 2025. godinu. Direktor Anić predstavio je Zadarsku županiju kao atraktivnu MICE te enološku i gastronomsku destinaciju, a taj je potencijal dočaran degustacijom odabranih proizvoda lokalnih OPG-ova Zadarske županije. Skupštini su, pored turističkih agencija, bili nazočni i pridruženi članovi UHPA-e, (hotelske kuće, Croatia Airlines, te uzvanici iz sustava HTZ-a i Ministarstva turizma i sporta). U prezentacijskom djelu Skupštine, TZŽ posebno je prezentirala „Welcome Taste and buy program“ kao i ponudu vina Zadarske županije koju je na posebnom izlagačkom mjestu prezentirala Udruga vinara Zadarske županije. Prezentaciji u Zagrebu odazvali su se OPG-ovi: Lički Sokol, Šinjorina smokva, te tvrtka Cro Cherry sa svojom paletom proizvoda na bazi trešnje te su izlagači imali priliku ostvariti direktne kontakte sa predstavnicima turističkih agencija za daljnji plasman njihovih proizvoda.

Realizacija

München

Zagreb

Finska hotelski penal za otkazivanje

50.234,34 €

1.427,60 €

18.583,22€

861,00 €

Izješće o radu za razdoblje I - XII 2025.

Prag	11.412,09 €
Amsterdam	17.512,76 €
Biograd, prezentacija za agente ID Rivatours	31,00 €
Zagreb, prezentacija na skupštini UHPA	398,67 €
Preko, prezentacija UHPA	8,00 €
Na realizaciju projekta 3.5. „SAJMOVI, POSEBNE PREZENTACIJE I POSLOVNE RADIONICE“ utrošeno je ukupno 199.624,20 € prema sljedećoj računovodstvenoj strukturi:	
• Troškovi prezentacija i sajмова-INO	118.472,44 €
• Troškovi prezentacija i sajмова-TUZ	12.839,16 €
• Dnevnice, smještaj, putni izdaci, javni prijevoz, uporaba priv. automobila, najam prijevoznih sredstava za osobni prijevoz	36.973,27 €
• Naknade vanjskim suradnicima po ugov. o djelu i aut. hon., naknade troš.zdrav. osig. po ugov.o djelu te ostale naknade troškova, Student servis	12.595,18 €
• Prijevoz i špedicija	7.391,88 €
• Materijal za promidžbu, grafičke usluge	8.847,81 €
• Rerezentacija (ugost. usluge i ostale usluge)	2.504,46 €
• Usluge promidžbe i inform. TUZ – tisak	500,00 €

3.6. SURADNJA S ORGANIZATORIMA PUTOVANJA

RASHODI	Plan za 2025.	OSTVARENO I-IX 2025.	Rebalans 2025.	Indeks rebalans /plan	Struktura
Suradnja s organizatorima putovanja	35.000,00 €	2.070,00 €	2.500,00 €	7	0,08%

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

TZ Zadarske županije je u 2025. godini nastavila s redovnim aktivnostima ugošćavanja i pružanja pomoći organizatorima putovanja čiji predstavnici posjećuju Zadarsku županiju. U navedenom razdoblju ugošćen je 141 agent iz raznih svjetskih zemalja.

Tako je TZ Zadarske županije podržala FAM putovanje **8 japanskih agenata** koji su **2.-3. ožujka** boravili u Zadru. Zajedno s TZ grada Zadra TZ Zadarske županije je za agente organizirala razgled grada i večeru u lokalnom restoranu.

Neposredno prije realizacije kongresne burze MEETEX, koja se održala u Zagrebu, za **10 se agenata** organiziralo studijsko putovanje u Šibensko-kninsku i Zadarsku županiju. Tako su strani kupci iz kongresnih agencija, korporacija i drugih organizacija s interesom i potencijalom za organizaciju poslovnih događanja u Hrvatskoj (kongresi, *incentive*, sastanci, team building i sl.) dobili priliku obilaska hrvatskih kongresnih destinacija kako bi se bolje upoznali s ponudom i povećali mogućnosti realizacije poslovnih događanja. Agenti iz **Kanade, Sjedinjenih država, Ujedinjenog Kraljevstva, Italije, Njemačke, Francuske i Poljske** u Zadarskoj su županiji boravili u razdoblju **31.3.-1.4.** i tom su prigodom odsjeli u hotelu Pinija te imali priliku obići novi kongresni centar u okviru tog hotela. U okviru razgleda grada Zadra, omogućen im je posjet centru sv. Nikola, Arsenala te kompleksu Dvije palače, a upriličen im je i obilazak hotela Diadora u Punta Skali te Hyatt Regency Zadar.

TZ Zadarske županije je u travnju podržala FAM trip koji su organizirali Falkensteiner hoteli za **12 predstavnika poljskih agencija** i touroperatora. Tom je prigodom za agente iz Poljske TZ Zadarske

Izješće o radu za razdoblje I - XII 2025.

županije organizirala dolazne i odlazne transfere od Zračne luke do naselja Punta Skala, te im upriličila razgled grada Zadra 13. travnja u pratnji stručnog vodiča.

U svibnju je TZ Zadarske županije podržala podržati FAM trip koji je za partnere iz **Skandinavije** organizirala hotelska kuća Falkensteiner. Ukupno se radilo o **14 agenata**, za koje se **31. svibnja** organizirao razgled grada Zadra, a također i transfer od hotela do centra grada i natrag. Pored toga, agentima je TZ Zadarske županije organizirala večeru u gradu.

TZ Zadarske županije je podržala FAM trip koji je grupacija Falkensteiner za **8 agenata iz Njemačke i Austrije organizirala 26.-27. rujna**. Agentima je organiziran jeep safari po Velebitu, a obavili su i razgled grada u pratnji stručnog vodiča.

TZ Zadarske županije je zajedno s TZ grada Zadra podržala studijsko putovanje za inozemne agente, tzv. buyere, a koje se organiziralo u suradnji s tvrtkom New Deal Europe u sklopu **9. Međunarodne konferencije TOURISM 365**, koja se pak održala u Opatiji. Buyer su nakon održavanja konferencije u razdoblju **1.-2.10.** boravili u Zadru te su tom prigodom obišli nekoliko hotela te obavili razgled grada u pratnji stručnog vodiča. Ukupno je sudjelovalo 35 agenata i to iz **Belgije, Francuske, Grčke, Italije, Španjolske, Slovenije, Ujedinjenog Kraljevstva, Kanade, SAD-a, Kuvajta i Meksika**.

U razdoblju pod **14. do 16. listopada** u Zadarskoj su županiji boravile **4 agentice iz SAD-a** specijalizirane za FIT luxury putovanja. Tom su prigodom upoznale premium ponudu Zadarske županije i boravile u Zadru, a posjetile su i dva otoka - Ugljan i Dugi otok.

TZ Zadarske županije je za **dvije agentice iz SAD-a, Danette Jacob i Karen Malone**, a koje su u našoj županiji boravile prije održavanja International Luxury Foruma u Opatiji organizirala studijsko putovanje s ciljem upoznavanja grada i mogućnostima za američke turiste odnosno premium ponude. Agentice su u Zadru boravile od **17. do 20. listopada 2025. godine**, posjetile su i Nin, dok je agentica Jacob boravila i na Dugom otoku 16.-17. listopada.

Na studijskom putovanju u Biogradu na Moru u organizaciji agencije I.D. Riva Tours od **17. do 20. listopada** boravilo je **46 agenata** prodaje/vlasnika agencija iz **Njemačke i Austrije**. Program boravka uključio je posjet Zadru, otoku Pašmanu, otoku Ugljanu, Petrčanima, Biogradu i Crvenoj Luci, a naglasak je stavljen na promociju autohtonih proizvoda, posjete malim proizvođačima (ulje, začini, bilje, prehrambeni artikli), a agentima je održana i prezentacija o turističkim potencijalima Zadarske županije.

S ciljem inspekcije za potrebe održavanja konferencije **Pharmaceutical Society of Australia (PSA)**, a koja bi se dijelom održala u Zadru u svibnju 2027. godine, u Zadru su od **4. do 6. prosinca 2025.** boravila **4 agenta** iz agencije Impact events. Tom prigodom upoznali su MICE ponudu Zadarske županije, a TZ Zadarske županije im je organizirala obilazak gradova Zadra i Nina.

U Zadru su od **30.12.2025. do 1.1.2026.** boravile dvije agentice iz SAD-a i to **Jennifer Johnson**, direktorica Am Fund udruge i agencije Go Golden Pear Travel i njena kolegica **Maiken Pickton**, izvršna direktorica agencija. Za agentice je TZ Zadarske županije organizirala razgled grada u pratnji stručnog vodiča, kao i posjet događanjima u okviru Adventa u Zadru te doček Nove godine

MICE

U mjesecu travnju se u Zadru održala **14. HRVATSKO-EUROPSKO-AMERIČKA ANESTEZIOLOŠKA KONFERENCIJA**, a koju je TZ Zadarske županije podržala na način da je za sudionike organiziran razgled grada Zadra u pratnji stručnih vodiča. Konferencija je okupila oko 150 sudionika iz područja anestezija, reanimacije i intenzivnog liječenja, a razgled grada je upriličen 11. travnja.

TZ Zadarske županije je podržala **Kongres estetske dentalne medicine** koji se 9.-10.5.2025. održao u Zadarskoj županiji. Tako je TZŽ snosila troškove aperitiva dobrodošlice prije večere za predavače i

sponzore održane 08.05. u konobi Kraljevski vinogradi. Također je za sudionike te večere osiguran promotivni materijal.

Turistička zajednica Zadarske županije je tijekom 2025. godine surađivala s domaćim i stranim organizatorima putovanja i na način da je temeljem upita dostavljala potrebne fotografije, video materijal, tekstove, informacije, kontakte i sl.

Na realizaciju projekta 3.6. „SURADNJA S ORGANIZATORIMA PUTOVANJA“ utrošeno je ukupno 11.359,50 € prema sljedećoj računovodstvenoj strukturi:

- Troškovi novinara/agenata u tuzemstvu **11.049,50 €**
- Usluge vodiča **310,00 €**

3.7. KREIRANJE PROMOTIVNOG MATERIJALA

RASHODI/AKTIVNOSTI	Plan za 2025.	Rebalans 2025.	Realizacija 2025.	Indeks realizacija / rebalans	Udio % u realizaciji
Kreiranje promotivnog materijala	77.000,00 €	41.000,00 €	45.027,29 €	110	1,69%
Produkcija promotivnih materijala	20.000,00 €	13.000,00 €	11.949,12 €	92	0,45%
Priprema destinacijskih marketinških materijala	50.000,00 €	20.000,00 €	21.638,75 €	108	0,81%
Izrada suvenira i ostalog promidžbenog materijala	7.000,00 €	8.000,00 €	11.439,42 €	143	0,43%

3.7.1. Produkcija promotivnih materijala

KNJIGA STANDARDA ZA PROJEKT WELCOME TASTE&BUY

Knjiga standarda za Welcome Taste&Buy definira osnovne smjernice vizualnog i komunikacijskog identiteta podbrenda. Dokument postavlja temeljne elemente poput logotipa, boja, tipografije i tona komunikacije kako bi se osigurala dosljednost u svim materijalima i kanalima. Služi kao ključni alat za prepoznatljivost, profesionalnu prezentaciju te povezivanje projekta s krovnim brendom TZ Zadarske županije.

PRIRUČNIK ZA STORYTELLING – aktivnost je opisana pod točkom 2.1.1. Razvoj sustava Top doživljaja

BROŠURA „KULTURNI TURIZAM“ - aktivnost je opisana pod točkom 2.2.3. Kulturni i doživljajni turizam

Produkcija alata za oglašavanje

Odnosi se na produkciju raznih sadržaja za razne kanale TZŽŽ, od onih za potrebe raznih kampanja i partnerstva poput oglasa, *banneri* i sličnih alata promidžbe, preko raspisivanja (*copywriting*) tekstova pa do sadržaja za potrebe objave na mrežnim stranicama i društvenim mrežama regionalne TZ. Narav tih materijala ne omogućuje ranije egzaktno planiranje troškova iz razloga što se količina i oblik ovisi o mediju, ali i namjeni.

Izvešće o radu za razdoblje I - XII 2025.

Izrađeno je stotine verzija *bannera* za sve kampanje, idejni koncepti za novu nautičku brošuru, oglasa za tiskovine i sličnih materijala.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Kreiranje kvalitetnih materijala za promidžbu turističke ponude Zadarske županije.

Realizacija:	11.949,12 €
Izrada priručnika za „storytelling“	4.687,50 €
Izrada grafičke pripreme za priručnik i novi znak za Welcome	6.742,19 €
Grafičke usluge-tisak	144,43 €
Usluge fotografa/audio/video produkcije	375,00 €

3.7.2. Priprema destinacijskih marketinških materijala

TZZŽ nastavlja s izdavanjem visoko-kvalitetnih, kako promotivnih, tako i informativnih materijala, a sve u skladu s brendom i stupnjem razvoja proizvoda, ali i potrebama turista. Upravo shodno tome, radit će se na daljnjem razvoju materijala u smjeru posebne ponude i turističkih proizvoda poput gastro, kulture, religije, poslovnog turizma, Premium, te hoteli.

Planira se daljnji dotisak brošura koji prezentiraju regiju. Određeni dio brošura će se prema potrebama i ovisno o projektu doživjeti redizajn ili reviziju sadržaja.

Projekt TZ Zadarske županije „Welcome Taste&Buy“ osmišljen je kako bi povezoao vrhunske lokalne proizvode s jedinstvenim doživljajem na obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima. U prvoj polovici 2025. izrađena je i predstavljena tiskana i digitalna brošura te web platforma s detaljnim informacijama, koje omogućuju bolje razumijevanje i lakšu organizaciju posjeta ovim lokacijama – bilo kroz agencije, bilo direktno. Time se stvara prilika za organizirane grupne dolaske, čime projekt dodatno podržava razvoj održivog turizma. Ovaj projekt omogućuju OPG-ovima veću vidljivost, nove posjetitelje i priliku za promociju autentičnih proizvoda, a gostima neprocjenjivo iskustvo – priliku da okuse, osjete i razumiju priču o trudu i ljubavi koja stoji iza svakog proizvoda. Zbog velikog zanimanja izvršen je reprint “Welcome Taste and Buy” brošure u nakladi 500 komada. Reprint je realizirala tiskara Kerschoffset iz Zagreba.



Cilj aktivnosti

Razvoj materijala tema usmjerenih na pozicioniranje Zadarske županije kao cjelogodišnje destinacije turizma s brojnim i kvalitetnim sadržajima dostupnim tijekom cijele godine.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZ Zadarske županije, lokalne turističke zajednice

Rokovi realizacije aktivnosti: Kraj 2025.

Realizacija:	21.638,75 €
• Grafičke usluge-priprema za oglase, brošure	13.556,25 €
• Izrada priručnika „storytelling“	4.687,50 €
• Tisak brošura/naljepnica za sajmove	657,50 €
• Tisak brošure Welcome Taste&Buy	2.062,50 €
• Usluge pisanja tekstova, prijevodi	525,00 €
• Usluga fotografa/video produkcije	150,00 €

3.7.3. Izrada suvenira i ostalog promidžbenog materijala

Budući da je TZŽ bila sponzor svečane večere Gault&Milleau u Zagrebu, izrađene su male brendirane poklon vrećice. Izrađena je količina od 500 komada. Zbog velikog broja održanih promotivnih prilika (sajmovi, kongresi, gastro prezentacije, predstavljanja) nabavljeni su raznovrsni suveniri za dijeljenje nazočnim gostima.

Realizacija:	13.899,72 €
Maraskino Ducale	529,33 €
Brendirane vezice za mobitel	1.547,50 €
Brendirani sapuni od lavande	830,60 €
Bočice maslinovog ulja	300,00 €
Brendirane vrećice soli	822,95€
Brendirane pregače	428,50 €
Brendirane vrećice lavande	700,00 €
Brendirane staklenke sa marmeladom	123,75 €
Brendirane vrećice	843,75 €
Brendirane olovke,notesi, USB	1.428,13 €
Brendirane platnene torbe	1.903,75 €
Vina lokalnih proizvođača	1.411,16 €
Promo paket OPG Marina Jurjević	570,00 €



Na realizaciju projekta 3.7. „KREIRANJE PROMOTIVNOG MATERIJALA“ utrošeno je ukupno 45.027,29 € prema sljedećoj strukturi:

• Grafičke usluge priprema	20.298,44 €
• Usluge izrade elaborata, projekata	9.375,00 €
• Usluge pisanja tekstova, prijevoda	525,00 €
• Grafičke usluge tisak i uvezivanje	801,93 €
• Materijal za promidžbu	11.520,76 €
• Usluge fotografa/video produkcije	525,00 €
• Reprezentacija-ostale stvari	1.981,16 €

3.8. INTERNETSKÉ STRANICE

RASHODI/AKTIVNOSTI	Plan za 2025.	Rebalans 2025.	Realizacija 2025.	Indeks realizacija / rebalans	Udio % u realizaciji
Internetske stranice	29.000,00 €	30.800,00 €	30.496,98 €	99	1,15%
Upravljanje određ.sadržajem na internetskim stranicama	15.000,00 €	18.800,00 €	18.768,75 €	0	0,71%
Razvoj i održavanje internetskih stranica	14.000,00 €	12.000,00 €	11.728,23 €	98	0,44%

3.8.1. UPRAVLJANJE ODREĐENIM SADRŽAJEM NA INTERNETSKIM STRANICAMA

TZZŽ kontinuirano radi na unosu novih sadržaja i adaptaciji prezentacije aktualnim ponudama. Nadograđivanjem postojeće web stranice aktualnim, ali i unapređivanjem novim multimedijalnim sadržajima i marketinškim cjelinama, stavlja se fokus na ključne doživljaje i proizvode zadarske regije, pružaju prijedlozi za doživljaje u skladu sa suvremenim trendovima komuniciranja.

Realizacija: Računalne usluge: 18.768,75 €

3.8.2. RAZVOJ I ODRŽAVANJE INTERNETSKIH STRANICA

Izješće o radu za razdoblje I - XII 2025.

Naše SayYES! web stranice traže kontinuirano održavanje, kao i stranice i istoimena aplikacija www.zadarbikemagic.com, te zakup serverskog prostora s obzirom da se radi opsežnim stranicama. Također se kontinuirano radi na razvijanju sadržaja i sukladnih funkcionalnih nadogradnji.

Nastavljene su aktivnosti dogovorene 2024. godine koje se odnose na usluge vezane uz razvoj, održavanje i unaprjeđenje digitalne prisutnosti. Osim radova na dizajnu i SEO optimizaciji, implementirani su i novi moduli: Gastro, MICE i AI. Cilj ovih aktivnosti je unaprjeđenje korisničkog iskustva te učinkovitija i suvremenija prezentacija turističke ponude Zadarske regije, čime se dodatno povećava online vidljivost, kao i dostupnost relevantnih informacija za posjetitelje, osnažuje se digitalna promocija destinacije i odgovara potrebama suvremenog turističkog tržišta.

Realizacija: Računalne usluge

11.728,23 €

Na realizaciju projekta 3.8. „INTERNETSKJE STRANICE“ utrošeno je ukupno 30.496,98 € prema sljedećoj strukturi:

- Računalne usluge

30.496,98 €

3.9. KREIRANJE I UPRAVLJANJE BAZAMA TURISTIČKIH PODATAKA

RASHODI/AKTIVNOSTI	Plan za 2025.	Rebalans 2025.	Realizacija 2025.	Indeks realizacija / rebalans	Udio % u realizaciji
Kreiranje i upravljanje bazama tur.podat.	10.000,00 €	10.000,00 €	11.317,80 €	113	0,43%
Vođenje detaljne turističke baze podataka o ponudi i potražnji	- €	- €	- €	0	0,00%
Otkup sadržaja, fotografija i ostalih podataka	10.000,00 €	10.000,00 €	11.317,80 €	113	0,43%

3.9.1. VOĐENJE DETALJNE TURISTIČKE BAZE PODATAKA O PONUDI I POTRAŽNJI

Sukladno zakonskim obvezama, ali potreba projekata, vrši se ažuriranje podataka o ponudi svake godine radimo putem sustava lokalnih turističkih zajednica koje su dužne voditi evidenciju. Radi se o dubinskom prikupljanju podataka – ne samo kapaciteta smještajne ponude, već točaka interesa (atrakcija posebnog značaja koje imaju dodirnu točku na terenu), pružatelja turističkih usluga u sklopu poljoprivrednih gospodarstava, kuća za odmor, te raznih usluga vezane uz dodatnu ponudu (*adventure* parkovi, sportovi, animacije i slično).

Navedeni podaci posebno će koristiti za daljnje koncipiranje razvoja proizvoda, odnosno razvoja premium proizvoda u svrhu povećanja potrošnje.

Također se isti podaci šalju u HTZ prema zahtjevu.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZ Zadarske županije i LTZ

Rokovi realizacije aktivnosti: Kraj 2025.

3.9.2. Otkup sadržaja, fotografija i ostalih podataka

Radilo se na nadopuni arhive fotografijama u otkupu, sukladno brend-priručniku (knjizi standarda), posebno prema potrebama projekta TOP doživljaji, strateških kampanja s avio prijevoznicima, kao i za razvoj i promidžbu proizvoda posebnih interesa. Odrađeno je profesionalno fotografiranje za koje su angažirani modeli.



BROŠURA „KULTURNI TURIZAM“ - aktivnost je opisana pod točkom 2.2.3. Kulturni i doživljajni turizam

Nositelji aktivnosti i partneri: TZ Zadarske županije
Rokovi realizacije aktivnosti: Kraj 2025.

Na realizaciju projekta 3.9. „KREIRANJE I UPRAVLJANJE BAZAMA TURISTIČKIH PODATAKA“ utrošeno je ukupno 11.317,80 € prema sljedećoj strukturi:

- | | |
|--|------------|
| • Usluge fotografa te audio/video produkcije | 5.922,00 € |
| • Prijevozni troškovi | 948,10 € |
| • Usluge organizacije fotografiranja | 4.025,00 € |
| • Reprerentacija | 422.70 € |

3.10. TURISTIČKO-INFORMATIVNE AKTIVNOSTI

RASHODI/AKTIVNOSTI	Plan za 2025.	Rebalans 2025.	Realizacija 2025.	Indeks realizacija / rebalans	Udio % u realizaciji
Turističko-informativne aktivnosti	- €	- €	- €	0	0,00%

3.10.1. UPRAVLJANJE TIC-EVIMA

TZ Zadarske županije ima TIC koji operativno vodi TZ Grada Zadra.

3.10.2. POSTAVLJANJE INFO-PUNKTOVA TE POSTAVLJANJE I ODRŽAVANJE TURISTIČKE SIGNALIZACIJE

TZ Zadarske županije je zadužena za table dobrodošlice u Zadarsku županiju - u Kolanu, Sv. Mariji Magdaleni, Palanci, Stankovcima i Dragama, Lišane Ostrovičke i Štikada. Također su 3 informativne table na vidikovcu kod starog Masleničkog mosta, Starigradu i kod Vrane, čime gosti na odmorištima mogu dobiti relevantne informacije o regiji.

4. DESTINACIJSKI MENADŽMENT

	RASHODI/AKTIVNOSTI	Plan za 2025.	Rebalans 2025.	Realizacija 2025.	Indeks realizacija / rebalans	Udio % u realizaciji
4.	DESTINACIJSKI MENADŽMENT	116.000,00 €	109.600,00 €	89.390,10 €	82	3,36%
4.1.	Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor	- €	- €	- €	0	0,00%
4.2.	Stručni skupovi i edukacije	30.000,00 €	25.000,00 €	23.800,39 €	95	0,90%
4.3.	Koordinacija i nadzor	6.000,00 €	4.000,00 €	756,16 €	19	0,03%
4.4.	Upravljanje kvalitetom u destinaciji	70.000,00 €	70.000,00 €	53.153,54 €	76	2,00%
4.5.	Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša	10.000,00 €	10.600,00 €	11.680,01 €	110	0,44%

4.1. TURISTIČKI INFORMACIJSKI SUSTAVI I APLIKACIJE /EVISITOR

RASHODI/AKTIVNOSTI	Plan za 2025.	Rebalans 2025.	Realizacija 2025.	Indeks realizacija / rebalans	Udio % u realizaciji
Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor	- €	- €	- €	0	0,00%

4.1.1. SUJDELOVANJE U RAZVOJU I UPRAVLJANJU SUSTAVOM EVISITOR I OSTALIM TURISTIČKIM INFORMACIJSKIM SUSTAVIMA

TZ Zadarske županije i dalje svakodnevno koristi eVisitor - turističko-informacijski sustav Hrvatske turističke zajednice. Osim prijave i odjave turista, omogućeno je praćenje prijave i odjave turista te naplate boravišne pristojbe u realnom vremenu.

TZ Zadarske županije je nadležna za sve obveznike (pravne i fizičke osobe) koji imaju rješenje za obavljanje djelatnosti iznajmljivanja postelja za općinu Gračac, u kojoj nije osnovana turistička zajednica.

U 2025. nastavlja se s unosom novih obveznika, izdavanjem pristupnih podataka, odjavom rješenja, dostavom uplatnica za obveznike paušalne turističke pristojbe, kontrolom uplata te izradom potrebnih izvješća.

Od 2022. godine u javnost je pušten novi portal Hrvatske turističke zajednice www.croatia.hr koji sadrži prikaz svih regionalnih i lokalnih turističkih zajednica, te svaka razina sustava TZ-a, odnosno svaki TZ pojedinačno, ima ovlasti pristupu CMS-u i uređivanju vlastitog sadržaja destinacije za koju su osnovani. Portal pruža značajne mogućnosti za kvalitetnu prezentaciju te pozicioniranje destinacija na nacionalnom portalu u koji se ulaže značajna sredstva te je zasigurno najposjećeniji web TZ-a u Hrvatskoj.

TZZŽ je odgovorna za odobravanje objave sadržaja svih lokalnih turističkih zajednica na portalu HTZ-a što zahtijeva posao na dnevnoj bazi, odnosno značajan angažman na ovome projektu.

4.1.2. USPOSTAVLJANJE SUSTAVA POSLOVNE INTELIGENCIJE TEMELJENE NA INFORMATIČKIM TEHNOLOGIJAMA

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

TZ Zadarske županije je u i u 2025. redovno surađivala s Glavnim uredom i lokalnim turističkim zajednicama, a na prikupljanju niza podataka u cilju ažuriranja značajnih informacija i objedinjavanja cjelokupne ponude.

Zaprimljeno je niz upita vezanih za izrade seminarskih, završnih, diplomskih i doktorskih radova, te brojne ankete i istraživanja. Na navedene upite se odgovora je u najkraćem mogućem roku, te dostavljaju sve informacije i podatke s kojima se raspolaže. Brojnim projektima koji od interesa za Zadarsku županiju napisana su pisma podrške u ime TZ Zadarske županije.

Budući da TZ Zadarske županije kao tijelo javne vlasti Zakon o pravu na pristup informacijama obvezuje na omogućavanje i osiguravanje informacija fizičkim i pravnim osobama putem otvorenosti i javnosti djelovanja, TZ Zadarske županije je u 2025. ustupila sve tražene informacije, a također je i nastavila proces proaktivnog objavljivanja potpunih i točnih informacija na internetskim stranicama. Pravovremeno smo ispunili svoju obvezu te Izvješće o provedbi Zakona o pravu na pristup informacijama za 2024. dostavila Povjereniku za informiranje kao što je propisano.

Na temelju zakonskih ovlasti u uredu TZ Zadarske županije je arhivist Državnog arhiva u Zadru dana 2. prosinca 2025. obavio pregled zaštite i obrade arhivskog i dokumentarnog gradiva Turističke zajednice Zadarske županije. Nakon pregleda napravljen je Zapisnik obavljenog pregleda pismohrane i preporuke u vezi zaštite arhivskog i dokumentarnog gradiva.

4.2. STRUČNI SKUPOVI I EDUKACIJE

RASHODI/AKTIVNOSTI	Plan za 2025.	Rebalans 2025.	Realizacija 2025.	Indeks realizacija / rebalans	Udio % u realizaciji
Stručni skupovi i edukacije	30.000,00 €	25.000,00 €	23.800,39 €	95	0,90%

eVisitor – Kratke tematske edukacije

Odjel za eVisitor u 2025. godini nastavlja kontinuirano provoditi edukacije za turističke zajednice na temu sustava eVisitor. Uz individualne edukacije provode se i kratke tematske edukacije putem Teams aplikacije namijenjene djelatnicima turističkih zajednica. Cilj kratkih tematskih edukacija je detaljnije obraditi jednu funkcionalnost eVisitor sustava sukladno najčešće zaprimljenim upitima na korisničku podršku eVisitor sustava, a teme su bile obrađene prema sljedećem rasporedu:

- 11. ožujka 2025. - *Paušal turističke pristojbe*
- 27. ožujka 2025. - *Izrada odobrenja i zaduženja*
- 8. travnja 2025. - *FINA izvodi*
- 29. travnja 2025. - *Nastavak pružanja usluga*
- 13. svibnja 2025. - *Neodjavljeni turisti*
- 3. lipnja 2025. - *Administracija objekata u slučaju obrta i OPG-a*

Nakon tematskih edukacija, dostavljene su prezentacije s edukacija koje sadrže odgovore na postavljena pitanja vezana uz temu edukacije. Prezentacije s edukacija se nalaze i na wiki stranicama unutar izbornika „Korištenje sustava“.

EDUKACIJA „CHAT GPT ZA SVAKODNEVNO POSLOVANJE“, 14. siječnja 2025.

TZ Zadarske županije je organizirala edukaciju „Chat GPT za svakodnevno poslovanje“ u Hotelu Kolovare za sve zainteresirane turističke zajednice i privatne iznajmljivače iz Welcome projekta. Edukaciju je provela tvrtka Optimus iz Zagreba.

LIDER MEDIA - OGLAŠAVANJE NA TIK TOKU, 18. veljače 2025.

Edukacija koju je organizirala Lider Media bila je posvećena oglašavanju na TikToku, najbrže rastućoj društvenoj mreži današnjice. Ova jednodnevna intenzivna radionica okupila je četrdeset sudionika, među kojima su bili i predstavnici turističkih tvrtki ali i lokalnih/regionalnih turističkih zajednica. Edukaciju je vodio Marijan Palić, priznati stručnjak za digitalni marketing, koji je polaznicima pružio dubinski uvid u različite formate oglašavanja dostupne na TikToku. Poseban naglasak stavljen je na praktičnu primjenu formata poput In-Feed Ads, TopView Ads, Branded Hashtag Challenges i Spark Ads, s ciljem postizanja viralnosti i angažmana korisnika. Sudionici je također prezentirano kako precizno ciljati željenu publiku, mjeriti uspješnost kampanja te analizirati njihove performanse. Ova edukacija još jednom je dokazala da TikTok nije samo platforma za zabavu, već i moćan alat za digitalni marketing koji, uz pravilnu upotrebu, može značajno doprinijeti rastu i prepoznatljivosti brenda na tržištu.

EDUKACIJA BARMENA I KOKTEL MAJSTORA, 17. ožujka 2025.

U ponedjeljak 17. ožujka polaznicima su uručene potvrde o završenom tečaju edukacije barmena i koktel majstora kojeg je provela Udruga ugostiteljskih djelatnika B2B Zadar, a sufinacirala Turistička

Izvešće o radu za razdoblje I - XII 2025.

zajednica Zadarske županije u svrhu podizanja opće kvalitete ugostiteljske i turističke usluge i ponude. TZ Zadarske županije je sufinancirala tečaj za četiri polaznika, prijavljenih od strane poslovnih subjekata u Zadarskoj županiji, a koji se profesionalno bave pripremom i usluživanjem hrane i pića, te kojima je sjedište poslovanja na području Zadarske županije. Tako su tečaj edukacije barmena i koktel majstora održan u razdoblju od 17. veljače do 13. ožujka 2025. u Muro baru završili djelatnici hotela Pinija, Molum Hotels & Residences, Ilirija Hotels & Villas, te A'mare Hotela. Tečaj edukacije barmena i koktel majstora provela je Udruga ugostiteljskih djelatnika B2B Zadar prema internacionalnim pravilima, te po okončanju tečaja polaznicima dodijelila Potvrdu o završenom tečaju.



DANI UHPA-e 2025., 26.-28. ožujka 2025.

Održani su od 26. do 28. ožujka u hotelu Pinija u Petrčanima. Opisani su pod točkom 2.5. Podrška turističkoj industriji.

EDUKACIJE ZA IZRADU PLANA UPRAVLJANJA TURIZMOM

U organizaciji Ministarstva turizma i sporta održane su edukacije pod nazivom „Trening trenera za upravljanje destinacijom“. Edukaciji iz Turističke zajednice Zadarske županije odazvali su se: Hrvoje Anić, Ina Sikirić Ivčić i Branka Martinec. Edukacija se izvodila na Veleučilištu Vern u trajanju od tri puta po dva dana i to: 8. i 9. travnja, 14. i 15. travnja te 22. i 23. travnja. Polaznici su dobili jako puno materijala, upućeni su u metodologiju prikupljanja podataka, analize stanja, izrade plana upravljanja.

Po završetku edukacije u Zagrebu, predavač g. Željko Trezner je edukacije i vježbe za polaznike iz turističkih zajednica za Dalmaciju održao u Splitu. Tom prilikom su djelatnici TZŽŽ sudjelovali u svojstvu moderatora na vježbama.

Edukacija će poslužiti prilikom prikupljanja podataka i praćenja izrade Plana upravljanja za Zadarsku županiju te naknadne potrebe praćenja pokazatelja održivosti.

ONLINE EDUKACIJA „KAKO DO GOSTIJU POMOĆU CAMINA“, 15. svibnja 2025.

Edukacija je bila namijenjena onima koji žele više gostiju i produljenje sezone. Camino rute u Hrvatskoj – službeni dio velike europske mreže hodočasničkih puteva sv. Jakova – donose novu, održivu i cjelogodišnju priliku za povećanje broja gostiju. Iako je hrvatska Camino mreža nova, već je ostvareno preko 80.000 noćenja gostiju iz cijele Europe (ali i SAD, Kanade, Australije, čak i Južne Afrike) koji su ciljano došli kako bi hodali hrvatskim Camino rutama. Camino gosti su domaći i

stranci, željni tog posebnog “Camino iskustva” koji uglavnom dolaze izvan glavne sezone (kad je skuplje i prevruće za hodanje) Edukacija je bila namijenjena hotelima i privatnom smještaju – kako privući Camino hodočasnike i osigurati direktne rezervacije bez provizije, OPG-ovima i ugostiteljima – kako se uključiti u Camino mrežu i postati nezaobilazno odredište na Camino ruti, turističkim agencijama – kako kreirati pakete za individualce i manje grupe. Polaznici su imali prilike čuti kako do više gostiju preko TripAdvisora i Google Mapsa te su dobili praktične savjete za digitalni marketing.

EDUKACIJA „BRENDIRANJE U DOBA AI-ja: KAKO SE POJAVITI KAO ODGOVOR NA CHATGPT-u I GOOGLE AI PREGLEDIMA“, 29. rujna 2025. Zagreb

U organizaciji BSB Events-a, sudjelovali na edukaciji koja je govorila o novoj eri turizma. AI asistenti preuzimaju ulogu turističkih vodiča. Hoće li preporučiti vas? Ova edukacija je pokazala kako osigurati da upravo naša destinacija/objekt bude među preporučenima. Predavačica je bila Barbara Slade Jagodić.

Dani hrvatskog turizma su održani od 19. do 21. studenog 2025. u Dubrovniku u organizaciji Hrvatske turističke zajednice, Ministarstva turizma i sporta, Hrvatske gospodarske komore i Hrvatske radiotelevizije. Održana su brojna stručna predavanja, radionice, prezentacije i radni sastanci koji sažimaju turistička i gospodarska postignuća, komentiraju aktualne teme vezane za turizam te prezentiraju turističke potencijale za daljnji razvoj i učinkovitije pozicioniranje hrvatskog turizma. Dani su prilika i za susret s kolegama iz sektora. Podijeljene su i godišnje nagrade, o čemu više u dijelu **4.4. Upravljanje kvalitetom u destinaciji**.

STUDIJSKO PUTOVANJE U AUSTRIJSKU REGIJU ŠTAJERSKU, 12.-14. studenog 2025.

Turistička zajednica Zadarske županije je za suradnike i partnere odnosno predstavnike turističkih zajednica, kao i gospodarskih subjekata u županiji, u razdoblju od 12. do 14. studenog 2025. organizirala studijsko putovanje u austrijsku regiju južnu Štajersku s ciljem upoznavanja projekata koji su preobrazili tu regiju.

Jednom ekonomski najslabija austrijska regija – Donja Štajerska se zahvaljujući aktivnom radu na EU fondovima, ali i na povezivanju dionika poljoprivredne proizvodnje i prerade poljoprivrednih proizvoda preobrazila u prosperitetnu regiju koja se pozicionira kao gastronomska regija, regija obrtništva-ručnog rada, te regija koja čuva svoju kulturu življenja. Još su se devedesetih godina prošlog stoljeća počeli suočavati s gospodarskim padom, iseljavanjem i slabljenjem lokalnih industrija. No početkom dvije tisućitih pokreće se koncept regionalnog razvoja temeljen na ideji “vulkanske zemlje”, inspiriran geološkom prošlošću područja (ugasli vulkani, termalne vode, karakterističan krajolik). Stvara se naziv “**Steirisches Vulkanland**” i počinje izgradnja vizualnog identiteta. Slijedio je aktivan rad na EU fondovima ali i na povezivanju dionika poljoprivredne proizvodnje i prerade poljoprivrednih proizvoda.

Regija tako već 25 godina sistematski razvija imidž kroz tri glavna stupa: kvalitetna lokalna hrana i pića, zanati i kreativne vještine, te termalni wellness. Strogi sustav regionalnih brend-kriterija („Vulkanland Qualität“) naglašava autentičnost proizvoda, a Vulkanland postaje poznat primjer uspješnog brendiranja odozdo. Fokus se vremenom širi na održivost, inovacije, digitalizaciju i stvaranje “regije budućnosti”, a danas je Vulkanland prepoznat kao jedna od najuspješnije brendiranih ruralnih regija u Austriji. Brend se koristi u turizmu, gastronomiji, poljoprivredi, zanatstvu i lokalnom poduzetništvu.

Između ostalog, osmislili su „Route 66“ odnosno turističku tematsku cestu koja povezuje brojne kulinarske, obrtničke i turističke točke u regiji Vulkanland Štajerska, i uključili domišljat brend-

Izješće o radu za razdoblje I - XII 2025.

element koji koristi simboliku „legendarne ceste“ da privuče turiste i istakne regionalne vrijednosti. Za vrijeme studijskog putovanja, sudionici su uzduž te ceste imali priliku posjetiti nekoliko lokalnih poljoprivredno prerađivačkih tvrtki. Glavna karakteristika tih tvrtki je njihova orijentiranost ka bio proizvodnji, „fair trade“ principu, inovacijama i svi imaju odlično organizirane razglede proizvodnih pogona s degustacijom koja se dobro naplaćuje te izvrsno organizirane trgovine na mjestu proizvodnje. Tako proizvodni pogoni postaju vrhunske turističke atrakcije koje bilježe stalno povećanje posjeta. Najdalje je po tom pitanju otišao proizvođač čokolade Zotter čiji se kompleks proteže na tridesetak hektara na kojima ima organiziran pravi mali zoološki vrt, bio proizvodnju voća i povrća, zabavne sadržaje za djecu, restoran... a već i sama tvornica čokolade nudi nezaboravan doživljaj svakom posjetitelju. Prvog dana su sudionici studijskog putovanja obišli pogone Zotter čokolade. Drugog je dana u jutarnjim satima predstavnicu regije u prostorima regionalne uprave za sudionike održala prezentaciju o razvojnim procesima i međunarodnim projektima u regiji Steirisches Vulkanland, i koja je posebno istaknula kako su u LAG dragovoljno ušle i brojne tvrtke koje plaćaju godišnju članarinu i time stječu pravo na isticanje loga „Vulkanland“.

Usljedio je posjet poznatim proizvođačima pršuta i sušenog svinjskog mesa „Vulcano“ i upoznavanje s procesom proizvodnje te degustacija proizvoda. Zatim su sudionici posjetili pivovaru Lava Bräu, a koja proizvodi organsko pivo najviše kvalitete. Proizvodnja viskija povezana je s umjetnošću kuhanja piva pa je stoga Lava Bräu od 2003. posvećena i kulturi viskija. Nakon toga, sudionici su obišli preuređenu gostionicu u kojoj se nalazi Routkers – Kuća viskija, džina i ruma, a gdje je također upriličena degustacija. Drugi je dan putovanja završio na tzv. Buschenschenke-u, a što je tradicionalno mjesto gdje vinogradari smiju prodavati vlastito vino i domaće proizvode direktno na svom imanju. Treći dan putovanja sudionici su imali priliku kratko obići gradić Feldbach i Božićni sajam, zatim vinariju i dvorac za održavanje manifestacija u vlasništvu poznate obitelji Thaller, kao i proizvođača rakija, likera i octa Golles te razgledati dvorac Kornberg gdje je upriličen i ručak.

Inovacije u proizvodnji vina, rakije, likera, sireva, pršuta... inovativan način prezentacije tih proizvoda, odlična organizacija direktne prodaje, daju rezultate natprosječnih prodajnih cijena, visoke vrijednosti proizvoda i zadovoljstvo svih dionika takve „fair trade“ trgovine. Ostalih turističkih sadržaja poput pješačkih i biciklističkih sadržaja ima sve više, oni se razvijaju regionalno a provode lokalno. Terme, dvorci, muzeji, sportski sadržaji sa sportskim hotelima... sve to diže učešće i značaj turizma u ukupnoj ekonomiji. „Steirisches Vulkanland“ je mala regija koja daje veliku lekciju povezivanja zajednice u održivi mikroekonomski model.





EDUKACIJA “KAKO UNAPRIJEDITI KVALITETU OBITELJSKOG SMJEŠTAJA?” 14. studenog 2025.

U suradnji s Udruga hrvatskih putničkih agencija održana je edukacija pod nazivom „Kako unaprijediti kvalitetu obiteljskog smještaja?“, usmjerena na jačanje konkurentnosti i podizanje standarda usluga u obiteljskom smještaju. Program je bio namijenjen pružateljima usluga u obiteljskom smještaju, kao i predstavnicima turističkih zajednica i putničkih agencija, s ciljem unaprjeđenja kvalitete usluge, razvoja dodatne ponude te povećanja zadovoljstva gostiju i poslovnih rezultata. Edukaciju je vodila prof. dr. sc. Ana-Marija Vrtodušić Hrgović s Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci, stručnjakinja za upravljanje kvalitetom u turizmu i ugostiteljstvu te iskusna auditorica u području sustava kvalitete i održivosti. Tijekom radionice poseban naglasak stavljen je na dimenzije kvalitete usluge, metode praćenja zahtjeva gostiju i provedbu konkretnih mjera poboljšanja, čime su sudionici stekli praktična znanja i alate za sustavno unapređenje vlastitog poslovanja.

Na realizaciju projekta 4.2. „STRUČNI SKUPOVI I EDUKACIJE“ utrošeno je ukupno 23.219,29 € prema sljedećoj strukturi:

- | | |
|--------------------------------------|------------|
| • Putne troškove | 4.170,97 € |
| • Zakup prostora | 200,00 € |
| • Usluge edukacije | 2.640,00 € |
| • Reprzentacija-ugostiteljske usluge | 3.288,30 € |

4.3. KOORDINACIJA I NADZOR

RASHODI/AKTIVNOSTI	Plan za 2025.	Rebalans 2025.	Realizacija 2025.	Indeks realizacija / rebalans	Udio % u realizaciji
Koordinacija i nadzor	6.000,00 €	4.000,00 €	756,16 €	19	0,03%

4.3.1. NADZOR, KOORDINACIJA I USKLAĐIVANJE LOKALNIH TURISTIČKIH ZAJEDNICA

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Izvešće o radu za razdoblje I - XII 2025.

Turistička zajednica županije provodi aktivnosti u vidu koordinacije djelovanja turističkih zajednica s područja županije, te nadzora izvršavanja ciljeva i zadaća istih.

U svrhu posljednjeg, Turistička zajednica Županije prikupila je godišnja financijska izvješća lokalnih turističkih zajednica za 2024. godinu te izvješća Skupština lokalnih TZ-a o obavljenom nadzoru. Krajem 2025. godine prikupili, analizirali te poslali suglasnosti na godišnje programe rada lokalnih TZ-a za 2026.

Ministarstvo turizma i sporta zajedno s Hrvatskom turističkom zajednicom održalo je koordinacijski sastanak direktora regionalnih TZ-a 8. srpnja u Zagrebu na temu tijeka sezone, pozivu na poticanje Local Host programa (gdje smo istaknuti kao dobar primjer prakse vezano za dodjelu prvih oznaka registriranim domaćinima te komunikaciju u medijima), poticanja projektnog udruživanja regionalnih TZ-a, na veće korištenje fondova za nerazvijene te prijave inspektoratu nelegalnog smještaja.

Ministarstvo turizma i sporta zajedno s Hrvatskom turističkom zajednicom održalo je online koordinacijski sastanak direktora regionalnih TZ-a 28. studenog na temu tri javna natječaja koja će raspisati Hrvatska turistička zajednica te nadogradnji sustava eVisitor s novim značajkama.

Od 14. do 15. srpnja na Braču održan koordinacijski sastanak direktora regionalnih TZ-a Dalmacije i Like na temu zajedničkih promotivnih nastupa i udruživanja u zajedničke projekte.

24. listopada održan je još jedan koordinacijski sastanak direktora regionalnih TZ-a Dalmacije na temu mogućnosti kandidiranja zajedničkih projekata na Fond HTZ-a za udružene projekte.

Održano je 5 pojedinačnih **koordinacija** svih turističkih zajednica Zadarske županije

1. Koordinacija svih TZ-a održana je **1. srpnja 2025.** Tema su bili planovi upravljanja destinacijom te informacije o turističkom prometu. Na kraju je direktor izvijestio da su otvorene prijave nagrade na Danima hrvatskog turizma te da bi bilo dobro razmisliti o kandidatima.

2. Koordinacija svih TZ-a održana je **25. rujna 2025. online** na kojoj je jedina tema bila prijedlog visine turističke pristojbe za 2027. godinu.

3. Koordinacija svih TZ-a održana je **7. listopada 2025. online** na temu predstavljanja mogućnosti platforme Outdooractive te o boljoj vidljivosti na istoj te visine dugovanja turističke pristojbe.

4. Koordinacija svih TZ-a održana je **31. listopada 2025.** u Zadarskoj županiji zajedno s Odjelom za gospodarstvo i turizam na temu visine turističke pristojbe za 2027. godinu.

5. Koordinacija svih TZ-a održana je **2. prosinca 2025. online** zbog potrebe informiranja o tri javna natječaja koja će raspisati Hrvatska turistička zajednica. Razgovaralo se i o nadogradnji sustava eVisitor.

4.3.2. DEFINIRANJE SMJERNICA I STANDARDA ZA OBLIKOVANJE TURISTIČKIH PROMOTIVNIH MATERIJALA LTZ I SMJERNICA ZA PROVEDBU MARKETINŠKIH AKTIVNOSTI LTZ

Sukladno novom Zakonu kojim regionalna TZ propisuje standarde za oblikovanje turističkih promotivnih materijala lokalnih TZ-a, te standarde za razvoj proizvoda TZZŽ je kreirala i distribuirala 3 priručnika koji služe za edukaciju i primjenu istih za sve dionike turizma.

Lokalne turističke zajednice su dužne slati materijale na usklađivanje, te je zaprimljeno nekoliko zahtjeva.

Na realizaciju projekta 4.3. „KOORDINACIJA I NADZOR“ utrošeno je ukupno 756,16 € prema sljedećoj strukturi:

- **Putni troškovi** **756,16 €**

4.4. UPRAVLJANJE KVALITETOM U DESTINACIJI

RASHODI/AKTIVNOSTI	Plan za 2025.	Rebalans 2025.	Realizacija 2025.	Indeks realizacija / rebalans	Udio % u realizaciji
Upravljanje kvalitetom u destinaciji	70.000,00 €	70.000,00 €	53.153,54 €	76	2,00%

4.4.1. Sudjelovanje u planiranju i provedbi ključnih investicijskih projekata javnog i privatnog sektora

TZ Zadarske županije redovito održava partnerske odnose sa raznim dionicima, sudjeluje na sastancima, okupljanjima, forumima i sjednicama, kao i organizira sastanke s ključnim dionicima turističkog razvoja Zadarske županije s ciljem postizanja sinergije u definiranju prioritetnih projekata i drugih sličnih aktivnosti.

TZZŽ je sudjelovala:

- 8. siječnja sastanak sa Sveučilištem u Zadru vezano za izradu Plana upravljanja turizmom Zadarske županije
- 15. siječnja s doc.dr.sc. Anom Jordan Knežević, kustosicom Stalne izložbe crkvene umjetnosti
- 22. siječnja koordinacijski sastanak LTZ-i, hotelijeri i Star Digital za provedbu zajedničke oglasne kampanje 2025.
- 30. siječnja Jasna Rumora, Zadarski tjednik
- 4. veljače David Symes, ATT i Iva Bencun na temu strateški projekti
- 5. veljače nazočili otvorenju Adriatic Gastro Show-a
- 6. veljače Silvija Gerc, Zadarski list; Diadora TV
- 7. veljače Jackie Čirjak, Fjaka na temu vođenje društvenih mreža
- 10. veljače Tina Jukić
- 11. veljače otvaranje Hrvatskog sommelier kampa, Karaba Pakoštane
- 13. veljače Der Touristik ID Riva Tours
- 17. veljače sudjelovanje u najavi Zadar Wine Festivala; online sastanak s Marketingom Molum Hotel&Residences
- 17. ožujka Hrvatski odbojkaški savez
- 18. ožujka Nivas, online radionica na temu AI
- 20. ožujka Nedo Pinezić na temu Welcome Taste&Buy; online sastanak na temu aktualnosti i aktivnosti na tržištu Sjeverne Amerike; Panel o turizmu u Kneževoj palači
- 21. ožujka Pag „En Primeur“
- 25. ožujka Iva Bencun na temu Ryanair zimski letovi
- 31. ožujka Zoran Kasum, HDT na temu ponuda izrade Plana upravljanja destinacijom
- 1. travnja prezentacija na Veleučilištu Baltazar Biograd; sastanci Danijela Vulin, TZ Pakoštane i Nives Jeličić, TZ Biograd
- 2. travnja Daniel Lacko na temu digitalni nomadi
- 7. travnja Nikolina Krpina na temu Slet planinara u Gračacu 30.05.; Ivana Bičanić Chick Festival; Dora Blueprint na temu social media, produkcija i TikTok

- 8. travnja delegacija grada Brna
- 14. travnja Božidar Longin, Daniel Segarić i Benito Pucar na temu ispitivanje kakvoće mora
- 30. travnja Marta Pintur Bosna, TZ Jasenice; Ivana Sinovčić Žagar, TZ Ražanac
- 3. svibnja Pag Festival čipke
- 6. svibnja Pave Ivić, Veleučilištu Baltazar Biograd
- 7. svibnja Iva Bencun; Media oglasi Zorić na temu prezentacije web portala
- 8. svibnja sastanak s predstavnicima iz Gračaca
- 13. svibnja 2025. sudjelovanje na participativnoj radionici u okviru Interreg projekta MYSTICAL DANUBE
- 26. svibnja press konferencija Dalmatinko kup 2025
- 27. svibnja Željko Županović, Udruga tjelesnih invalida Zadarske županije na temu pristupačnosti; Slaven Žabo, Croatia Airlines na temu strateških projekata
- 28. svibnja Petra Škrokov, TZ Pašman
- 29. svibnja Iva Bencun na temu suradnje sa Croatia Airlinesom
- 5. lipnja Ivana Lončar Mašina, agencija „Break a leg“ na temu GO festivala; Management International Conference na Sveučilištu u Zadru
- 10. lipnja Nikolina Krpina, Stanica planinarskih vodiča
- 11. lipnja Zrinka Brkan i Marija Knežević na temu izrade brošure kulturnog turizma
- 12. lipnja Hrabren Suknaić, STAR Digital na temu digitalnih kampanja
- 16. lipnja otvaranje Hotela Hilton Preko
- 17. lipnja Rebeca Pevec, Zadar International Port na temu marketinške suradnje; sastanak u Zadarskoj županiji na temu Camino Zadar
- 18. lipnja Maja Šimić, TZ Božava
- 25. lipnja dodjela oznaka Local Host
- 26. lipnja sastanak u Molum Hotel&Resort
- 27. lipnja online sastanak Iva Bencun i Mihaela Kadija, Hyatt Hotel
- 2. srpnja sastanak Mario Tokić, Policijska uprava Zadar na temu programa boravka stranih policajaca u Zadarskoj županiji, TZZŽ je sudjelovala u organizaciji upoznavanja destinacije za strane službenike
- 3. srpnja online sastanak STAR Digital na temu digitalnih kampanja
- 4. srpnja otvaranje Glazbenih večeri u sv. Donatu
- 6. srpnja otvaranje Molum Hotel&Resorta, Sv. Filip i Jakov
- 8. srpnja nazočili dodjeli Michelinovih zvjezdica na tvrđavi u Šibeniku
- 9. srpnja Silvija Prapotnik, Nacional na temu oglašavanja te sastanak župana, gradonačelnika i predstavnika Croatia Airlinesa na temu potrebe uspostavljanja cjelogodišnje međunarodne aviolinije
- 10. srpnja Bill Panhoff, osnivač i vlasnik časopisa Porthole Magazine na temu promocije Zadarske županije kao cruising destinacije, sastanak s hotelijerima na temu suradnje i zajedničkih promotivnih nastupa
- 11. srpnja Joško Marić, HEP na temu dostave pokazatelja potrošnje električne energije u Zadarskoj županiji za potrebe izrade Plana upravljanja destinacijom
- 16. srpnja Ana Tripković, direktorica TZ Crne Gore na temu iskustava u provedbi uspostavljanja sustava kvalitete
- 17. srpnja načelnici i direktorice na otoku Pašmanu na temu tijeka sezone
- 18. srpnja predstavnici magazina „More“ na temu mogućeg oglašavanja
- 21. srpnja Martina Zadavec, KG Media na temu mogućeg oglašavanja
- 22. srpnja obilazak Cerovačkih špilja te nazočnost na startu Unske regate kod Srba

- 23. srpnja Srđan Liverić, TZ Vir, promocija filma TZ Jasenice
- 24. srpnja online sastanak Matija Kašner, Outdooractive, Izabela Vrtar i Ivan Stiblik radi dogovora oko MICE prezentacije u Zagrebu, Brkan i Klarin, brošura kulturnog turizma
- 29. srpnja pročelnici Sjauš i Segarić na temu enogastro prezentacija, Bedeković Kuljerić, Koncertni ured Zadar
- 31. srpnja svečana proslava Dana Općine Pakoštane
- 4. kolovoza Tomislav Karamarko i Ivan Stiblik na temu prezentacija Zagreb
- 13. kolovoza Benedikt Houda, Falkensteiner Prag na temu prezentacije u Pragu
- 19. kolovoza Doris Pinčić, organizacija Festivala zdravlja 2026.
- 20. kolovoza Barbara Unković, snorkeling
- 21. kolovoza press konferencija Fešta od sira Kolan, Tomislav Sili, PKF hospitality
- 25. kolovoza online sastanak Matija Kašner, Outdooractive
- 26. kolovoza Iva Bencun na temu razvoj weba, uloga društvenih mreža, AI u daljnjem razvoju komunikacije
- 27. kolovoza Udruga barmena, Ivan Stiblik, Iva Bencun suradnja Ryanair
- 28. kolovoza Igor Kotoran, Metro, obilazak potencijalnih lokacija za manifestaciju
- 2. rujna Josip Laća, prijedlog projekt birdwatching, Uprava Maraske, Zrinka Tankosić, online sastanak praćenje kretanja gostiju
- 3. rujna Zoran Kasum HDT, priručnik za storytelling, Rebecca Pevec, Zadar Cruise Port
- 5. rujna otvorenje Fešte od sira, Kolan
- 11. rujna sastanak vezano za unapređenje Camino Zadar rute
- 15. rujna pročelnici Sjauš i Segarić, regionalna oznaka kvalitete proizvoda
- 16. rujna Metro Hrvatska zbog eventa Metro-a 14.10.
- 19. rujna Vlado Kovačević, Aggra
- 22. rujna Ericsson
- 23. rujna Selma Čmelik, charter, press konferencija povodom Europskog prvenstva u stolnom tenisu, Doris Pinčić, Festival zdravlja 2026.
- 25. rujna proširena sjednica HGK-Županijska komora Zadar
- 26. rujna koordinacija sudionika prezentacije u Pragu
- 3. listopada **SILVIJA I LIPAR?**
- 6. listopada online sastanak Zrinka Tankosić, ENT, vezano za praćenje kretanja gostiju
- 7. listopada online sastanak STAR Digital na temu digitalnih kampanja
- 8. listopada Sonja Breznik; online sastanci sa Sveučilištem u Zadru i Hotelijerskim fakultetom Opatija na temu izrade Plana upravljanja
- 9. listopada Miodrag Mlačić, direktor Predstavništva HTZ-a u Pragu
- 13. listopada **konferencija Zadarski list**
- 14. listopada inicijalni sastanak s LTZ-ima i Josipom Laća na temu zajedničke organizacije Birdwatching festivala
- 15. listopada Ivan Čapeta, direktor Lioqua Resorta; prisustvovali 20. obljetnici Odjela za ekonomiju Sveučilišta u Zadru
- 16. listopada **ENOPROMOTIONS i Cooking Class**
- 21. listopada sastanak organizacijskog odbora Dana vina i gastronomije
- 22. listopada nazočili otvaranju Biograd Boat Show-a
- 23. listopada sastanak s Ivom Bencun, TZG Zadar na temu zimske kampanje, STAR Digital na temu udruženog oglašavanje te Hotelijerski fakultet na temu izrade Plana upravljanja
- 27. listopada **don Šehić**, 9. sjednica Partnerskog vijeća Zadarske županije te sastanak s Josipom Laća, birdwatching.

Izvešće o radu za razdoblje I - XII 2025.

- 28. listopada sastanak u Gradu Zadru na temu snimanja filma o zadarskom nogometu te nazočili stručnoj konferenciji TZG Zadar u Hotelu Pinija
- 29. listopada sastanak u Zadarskoj županiji vezano za organizaciju Dana vina i gastronomije, sastanak s ENO Promotions
- 7. studenog nazočili svečanom predstavljanju finalista Nagrade za održivi turizam u Ministarstvu turizma i sporta
- 11. studenog nazočili otvorenju međunarodne konferencije „Plovidbena renesansa-Trgovački putevi na Jadranu u novom vijeku“ u Edukativno-prezentacijskom centru za podvodnu arheologiju sv. Nikola
- 12. studenog online sastanak s tvrtkom Nivas vezano za web stranicu
- 13. studenog Marjana Marasović, TZ Starigrad i sastanak Rentlio Rediscover
- 14. studenog Vladimir Miholjević na temu CRO Race
- 26. studenog Iva Bencun, TZ Zadar i Gordana Perić, Grad Zadar na temu Ryanair
- 27. studenog Iva Bencun, TZ Zadar na temu sajmovi, Frane Čupić, Logic Marketing na temu ponude za „Dizajn marketinških i komunikacijskih strategija“
- 28. studenog nazočili događanju „Lenta vremena Narodnog muzeja Zadar“
- 1. prosinca nazočili dodjeli nagrade Nautičko jedro 2025., sastanak Selma Čmelik Ćubara vezano za održavanje nautičke konferencije
- 2. prosinca Hiking Croatia Google Meet, Zdenka Zrilić
- 3. prosinca suradnja na projektu 66. Glazbenih večeri u sv. Donatu
- 4. prosinca Robertino Dujela i Ante Sjauš, Zadarska županija
- 5. prosinca Josip Laća, Birdwatching, predstavnici BS Events i Danijela Stanić na temu SEE Mice event Beograd
- 10. prosinca dodjela Premium nagrada u turizmu u organizaciji Zadarske županije
- 11. prosinca dodjela nagrada u akciji „Nasmiješeno sunce“

4.4.2. Nagrađivanje izvrsnosti i dostignuća turističkih destinacija i pojedinaca u turizmu

Nastavlja se suradnja sa Zadarskim listom koji je promijenio vlasničku strukturu u obliku podliska prilagođenog brend identitetu TZŽ koji komunicira sa sustavom i te povezuje dionike informiranjem o akcijama TZŽ, aktualnostima i vijestima iz struke globalno, nacionalno i regionalno. Upravo se kroz podlistak također prate i predstavljaju inovacije, projekti, akcije i događanja.

Godišnje hrvatske turističke nagrade 2025.

Temeljem otvorenog poziva za prijave za Godišnje hrvatske turističke nagrade 2025., u kolovozu 2025., TZ Zadarske županije je kandidirala uspješne projekte i pojedince s područja Zadarske županije, dijelom izravno, a dijelom poticajno po čemu su se neki samostalno prijavljivali. Isti su kandidirani temeljem saznanja o uspješnosti, suradnje na destinaciji, te važnosti koju imaju za lokalnu, ali i regionalnu destinaciju.

Na završnoj svečanosti Dana hrvatskog turizma s područja Zadarske županije nagradu najpoželjniju City Break destinaciju osvojio je Zadar, Hotel Hyatt Regency Zadar kao hotel godine, Olive Island Marina Sutomišćica u nautičkom turizmu, Grad Nin kao finalist Nagrade za održivi turizam te Branka Dubravica kao finalistica nagrade „Vaš domaćin/Local Host“.

Godišnje nagrade TZ Zadarske županije

Turistička zajednica Zadarske županije je u 2025. nastavila s nagrađivanjem zaslužnih za stvaranje i razvoj dodatne ponude te doprinos u brendiranju destinacije u tekućoj turističkoj godini. U godini u

Izvješće o radu za razdoblje I - XII 2025.

kojoj se obilježilo 30 godina od osnutka Turističke zajednice Zadarske županije, dodijeljeno je i niz priznanja odnosno nagrade za višegodišnju uspješnu suradnju.

Nagrade za nastojanja u stvaranju i razvoju dodatne ponude, te doprinosa brendiranju destinacije za 2025. godinu dodijeljene su:

Športskom centru Višnjik za domaćinstvo Europskog ekipnog prvenstva u stolnom tenisu Zadar 2025.

Hotelu Hyatt Regency Zadar za osvojenu nacionalnu nagradu hotel godine

Hotelu Curio Collection by Hilton, Preko za prvi hotel brenda Hilton izgrađen na nekom od hrvatskih otoka

Molum Hotel & Residences, Sv Filip i Jakov za luksuzni resort

Villi Nai 3.3, Žman; Dugi otok za osvojena 3 ključa u vodiču Michelin za hotele

Turističkoj zajednici Grada Zadra za osvojenu titulu najpoželjnije destinacije city break turizma Hrvatske

Olive Island Marini, Sutomišćica, otok Ugljan za osvojenu godišnju nagradu u nautičkom turizmu Hrvatske

Destinaciji Grad Nin za finalista prve hrvatske Nagrade za održivi turizam

Branki Dubravica za najboljeg domaćina Zadarske županije

Povodom 30 godina djelovanja Turistička zajednica Zadarske županije je dodijelila nagrade za uspješnu višegodišnju suradnju. Tako su posebnim priznanjem nagrađeni Zadarska županija, Grad Zadar, Zračna luka Zadar, Sveučilište u Zadru, HGSS STANICA ZADAR, HGK – Županijska komora Zadar, Obrtnička komora Zadar, Lučka uprava Zadar, Zadarski list, Ilirija d.d. Biograd na Moru, Turisthotel d.d. Zadar, Falkensteiner Hotels & Residences, Hoteli Zadar, Intermod d.o.o. -Hotel Pinija, Hotel Bastion, Hotel Almayer, Maškovića han, Hotel Dunatovi dvori, Hotel Ražnjevića dvori AD 1307, Udruga vinara Zadarske županije, Udruga kuhara Zadarske županije, Udruga vodiča Donat, Nacionalni park Paklenica, Park prirode Telašćica, Park prirode Vransko jezero, Park prirode Velebit, Solana Nin, Paška sirana, Maraska d.d. Zatim turističke agencije Riva Rafting Centar, Rajna Outdoor, Terra Travel, Zzum Active Vacation, Adamo Travel te događanja Glazbene večeri u Sv. Donatu, Wings For Life World Run, Biograd Boat Show i Tuna, Sushi and Wine Festival.

Svečanost dodjele nagrada održala se 15. prosinca 2025. u hotelu Kolovare u Zadru, a nazočili su joj brojni predstavnici turističkih zajednica, lokalne uprave i samouprave, institucija, turističkih tvrtki, medija i drugi partneri i suradnici Turističke zajednice Zadarske županije.



4.4.3. Uspostava sustava upravljanja kvalitetom

Kroz razne projekte opisane u ovom dokumentu prati i potiče kvalitetu, razrađuje kriterije i kroz edukaciju i nagrađivanje kroz oznake i certificiranje potiče kvalitetu, kako u razvoju proizvodu, obiteljskom smještaju, tako kroz nagrade, ali i potpore koje se provode također prema kvalitativnim kriterijima.

VAŠ DOMAĆIN/LOCAL HOST

Hrvatska turistička zajednica u suradnji s Ministarstvom turizma i sporta utemeljila je oznaku prepoznatljivosti **Vaš domaćin/Local Host** kako bi istaknula obiteljski smještaj koji gostima nudi autentično i kvalitetno iskustvo boravka u Hrvatskoj.

Oznaka je osmišljena kao putokaz za prepoznavanje onih domaćina čija ponuda spaja tradicionalnu hrvatsku gostoljubivost, očuvane lokalne običaje i odgovorno poslovanje prema okolišu i zajednici, čime se gostima nudi svojevrsno autentično iskustvo obiteljskog smještaja koji je u Hrvatskoj prisutan već desetljećima, a istovremeno potiče daljnji razvoj održive turističke ponude, koja Hrvatsku izdvaja na globalnom turističkom tržištu. Spoj autentičnosti, gostoljubivosti, povjerenja i odgovornosti sve je traženiji među suvremenim putnicima i prednost je naše turističke ponude. Boravak kod privatnog iznajmljivača s oznakom **Vaš domaćin / Local Host** podrazumijeva da gosta očekuje osobni pristup i bogat lokalni doživljaj: domaćin vas ugošćuje kao prijatelja, dijeli priče o svojem kraju, preporučuje otkrivanje skrivenih turističkih dragulja i brine da se osjećate opušteno odnosno „kao kod kuće“. Standardizirani kriteriji za dodjelu te oznake jamstvo su provjerene razine kvalitete, a naglasak na održivosti jamči da domaćin razumije i poštuje odgovoran odnos prema okolišu te iskustvima i tradiciji lokalne zajednice kojoj pripada, kao i da je takvo iskustvo na profesionalan i gostoljubiv način spreman ponuditi gostima.

TZ Zadarske županije održala je konferenciju za novinare u prostoru TIC-a te svečanu podjelu tabli za prvih 150 domaćina iz zadarske regije. Table je uručio osobno predsjednik TZŽ g. Josip Bilaver uz nazočnost direktora lokalnih TZ-a koji su preuzeli table u ime svojih domaćina.



4.4.4. POTICANJE RAZVOJNIH PROJEKATA LTZ-a i TNP-a

Javnim pozivom i vezanim procesima dodjeljivat će se potpore za programe razvoja i uvođenja na tržište turističkih proizvoda posebnih interesa isključivo na području Zadarske županije.

Planirane aktivnosti poticanja razvoja turizma posebnih interesa i dodatne ponude uključuju sufinanciranje projekata turističkih dionika, turističkih zajednica, odnosno lokalne samouprave. Potpore će se dodjeljivati temeljem javnog poziva, a cilj je stvarati dodatnu ponudu na destinaciji, posebno u sferi posebnih interesa (aktivni, gastro, nautički i dr. oblici), te time motivirati dolaske i van glavne turističke sezone, dodatnu potrošnju i generalno generirati sliku poželjne destinacije s mnoštvom opcija za provođenje vremena i stvaranje doživljaja.

Također će se posebna podrška dati destinacijama na turistički nerazvijenim područjima koja nisu uključena u razdjel sredstava iz Fondova HTZ-a, odnosno neće se podržavati projekti koji se financiraju iz drugih izvora sustava (Fondovi).

Ovom inicijativom potpore razvoju turizma posebnih interesa želi se ostvariti sljedeći opći ciljevi, a to su ravnomjeran razvoj turizma Zadarske županije; razvoj cjelogodišnjeg turizma, te jačanje brenda destinacije, i to kroz sljedeću namjenu sredstava:

1. OBNOVA, NABAVKA OPREME I UREĐENJE U SVRHU RAZVOJA PONUDE TURISTIČKIH PROIZVODA POSEBNIH INTERESA

Svrha je razvoj i unapređenje turističke ponude specijalnih interesa u sljedećim proizvodima posebnih interesa:

- ciklo i pješački turizam (ulaganje u infrastrukturu i opremu, odmorišta, izletišta, vidikovci, promatračnice, bike & bed smještaj i sl.);
- kulturni turizam (sadržaji poput tematskih kuća, etno kuća, interpretacijski centri i sl.);
- pustolovni i sportski turizam (potrebna infrastruktura i oprema za izletišta, špilje, rafting, stijene za penjanje, vidikovce i sl.);
- gastro i eno turizam (ulaganje u opremanje i uređenje prostora za kušanja u tradicionalnom stilu, rekvizita za prezentaciju tradicije (nošnje i sl.), tematske staze, i sl.).

2. EDUKACIJA U SVRHU SPECIJALIZACIJE

Odnosi se na strukovno usavršavanje i treninge za nositelje turističke ponude i davatelje usluga, poput:

- usavršavanje za podizanje kvalitete usluživanja hrane i pića (edukacija za ugostiteljsko osoblje);
- tečajevi pratitelja/vodiča za selektivne oblike turizma (kulturni, ruralni, aktivni, cikloturizam i sl.);

Izješće o radu za razdoblje I - XII 2025.

- tečajevi i edukacije za turističke interpretatore;
- specijalističko certificiranje;
- edukativne radionice i seminari za pružatelje turističkih usluga;
- drugo.

Temeljem provedenog **Javnog poziva za dodjelu potpora za razvoj programa turističkih proizvoda posebnih interesa u 2025. godini**, Radna skupina je utvrdila kako se ukupno prijavilo 35 projekta, od kojih 22 u potpunosti ili dijelom dostavljenih programa zadovoljavaju propisane uvjete.

Radna skupina izdvojila je 13 kandidatura iz sljedećih razloga:

- namjena nije sukladna JP,
- projekt LTZ-a spada pod potencijalno ili postojeće ZBM/ZTM partnerstvo s TZZŽ
- nepotpuna dokumentacija.

Zbog zajedničkih specifičnosti, Radna skupina identificirala je 2 skupine prijavitelja po naravi poslovanja te Povjerenstvu preporučila sljedeće skaliranje:

0-34 bodova	Bez potpore
PROJEKTI TURISTIČKIH ZAJEDNICA	max po projektu 6.500,00 €
PROJEKTI OSTALIH KORISNIKA	max po projektu 3.000,00 €

Na temelju svega prethodno navedenog, Povjerenstvo je Turističkom vijeću predložilo raspodjelu potpora prema predloženim aktivnostima.

Na sjednici Turističkog vijeća održanoj 29. kolovoza 2025. donesena je odluka o dodjeli potpora temeljem Javnog poziva za dodjelu potpora u 2025. Sukladno navedenom Javnom pozivu ukupno je 21 subjekt ostvario pravo na potporu, a vrijednost ostvarenih potpora iznosi 60.000,00 €.

RAZVOJ TURISTIČKIH PROIZVODA POSEBNIH INTERESA U 2025. GODINI				
R.b r.	KORISNICI	PRIJAVITELJ/PROVODITELJ	NAZIV PROJEKTA	POTPORA
1	TURISTIČKE ZAJEDNICE	Turistička zajednica općine Kali (koordinator ZADARSKI ARHIPELAG)	Razvoj snorkeling lokacija u zadarskom arhipelagu_Faza I.	€ 6.500,00
2		Turistička zajednica Grada Obrovca	CIG – tečaj za certificiranog interpretatora baštine, Obrovac	€ 5.000,00
3		Turistička Zajednica Općine Starigrad	INTERPRETACIJSKI CENTAR MORA - 3.FAZA	€ 5.000,00
4		TZO Pašman	RAZVOJ ODRŽIVE TURISTIČKE INFRASTRUKTURE – UREĐENJE STAZE DO VRHA VELIKI BOKOLJ	€ 5.000,00
5		Turistička zajednica Grada Nina	Unaprjeđenje pješačkih sadržaja na ekološki zaštićenom području Ninskog zaljeva	€ 4.000,00
6		TZO Kukljica	Okusi Kukljice – razvoj eno-gastro turizma u Zadarskoj županiji	€ 4.000,00
7		Turistička zajednica Općine Tkon	Razvoj turističke infrastrukture: Oprema i uređenje vidikovca Straža i Pustograd	€ 3.500,00
8		Turistička zajednica područja Novigradsko more	Oснаživanje lokalnih dionika za razvoj outdoor turizma u destinaciji TZP Novigradsko more	€ 3.500,00
9		Turistička zajednica Općine Sali	Penjalište Pećina	€ 3.000,00
10		Turistička zajednica područja Ravni kotari	IZRADA TRADICIJSKIH ŠTANDOVA	€ 2.500,00
11		Turistička zajednica Grada Obrovca	Edukativne radionice za pružatelje turističkih usluga, Južni Velebit	€ 2.500,00
12		Turistička Zajednica Općine Pakoštane	EDUKACIJA UGOSTITELJA - MATERINE UŽANCE NA PJATU	€ 2.000,00
13		Turistička zajednica Grada Paga	Opremanje izložbenog prostora u zgradi u Koludraškoj ulici pri Benediktinskom samostanu sv. Margarite	€ 2.000,00
14		Turistička zajednica Grada Nina	Obilježavanje 1100. obljetnice Hrvatskog Kraljevstva - Šetnja kroz Nin s kraljem i kraljicom	€ 2.000,00
br.	KORISNICI	PRIJAVITELJ/PROVODITELJ	NAZIV PROJEKTA	POTPORA
15	TURISTIČKE ZAJEDNICE	Turistička zajednica općine Kali	Mediteran na kaljskom pijatu-Reci DA! Hrani i lokalnim proizvodima	€ 1.500,00

Izvešće o radu za razdoblje I - XII 2025.

16		Turistička zajednica Grada Nina	Unikatna delicija Ninski šokol - Razvoj povećanja kvalitete gastronomske ponude	€ 500,00
17	OSTALI KORISNICI	Javna ustanova "Park prirode Vransko jezero"	Mozaik bioraznolikosti Ravnih kotara	€ 3.000,00
18		NARODNI MUZEJ ZADAR	Izložbe povijesti zadarskog sporta	€ 1.500,00
19		Fjaka, obrt za iznajmljivanje športske opreme i trgovinu	ISLAND ADVENTURE	€ 1.500,00
20		Caliper d.o.o. – Zzoom Active Vacation	„CAMINO ZADAR - CYCLING & HIKING“	€ 1.000,00
21		ADAMO SALI d.o.o. turistička agencija	E BIKES IN SALI/EDUKACIJA	€ 500,00
			UKUPNO:	€ 60.000,00

Do kraja 2025. godine, a temeljem dostavljenih dokaznica, isplaćene su potpore za sljedeće projekte:

- TZG Obrovac: *CIG – tečaj za certificiranog interpretatora baštine, Obrovac* € 5.000,00
- TZO Pašman: *RAZVOJ ODRŽIVE TURISTIČKE INFRASTRUKTURE – UREĐENJE STAZE DO VRHA VELIKI BOKOLJ* € 5.000,00
- TZG Nin: *Unaprjeđenje pješačkih sadržaja na ekološki zaštićenom području Ninskog zaljeva* € 4.000,00
- TZO Kukljica: *Okusi Kukljice – razvoj eno-gastro turizma u Zadarskoj županiji* € 4.000,00
- TZO Tkon: *Razvoj turističke infrastrukture: Oprema i uređenje vidikovca Straža i Pustograd* € 3.500,00
- TZP Novigradsko more: *Oснаživanje lokalnih dionika za razvoj outdoor turizma u destinaciji TZP Novigradsko more* € 3.500,00
- TZO Sali: *Penjalište Pećina* € 3.000,00
- TZP Ravni kotari: *IZRADA TRADICIJSKIH ŠTANDOVA* € 2.500,00
- TZG Obrovac: *Edukativne radionice za pružatelje turističkih usluga, Južni Velebit* € 2.500,00
- TZO Pakoštane: *EDUKACIJA UGOSTITELJA - MATERINE UŽANCE NA PJATU* € 2.000,00
- TZG Pag: *Opremanje izložbenog prostora u zgradi u Koludraškoj ulici pri Benediktinskom samostanu sv. Margarite* € 2.000,00
- TZG Nin: *Obilježavanje 1100. obljetnice Hrvatskog Kraljevstva - Šetnja kroz Nin s kraljem i kraljicom* € 2.000,00
- TZO Kali: *Mediteran na kaljskom pijatu-Reci DA! Hrani i lokalnim proizvodima* € 1.500,00
- TZG Nin: *Unikatna delicija Ninski šokol-Razvoj povećanja kvalitete gastronomske ponude* € 500,00
- JU "Park prirode Vransko jezero": *Mozaik bioraznolikosti Ravnih kotara* € 2.960,00
- NARODNI MUZEJ ZADAR: *Izložbe povijesti zadarskog sporta* € 1,500.00
- Caliper d.o.o. – Zzoom Active Vacation: *„CAMINO ZADAR - CYCLING & HIKING“* € 1,000.00

TZO Kali (koordinator za ZADARSKI ARHIPELAG) nije realizirala projekt „Razvoj snorkeling lokacija u zadarskom arhipelagu_Faza I.“ te nije isplaćena potpora u iznosu od 6.500,00 €.

Izješće o radu za razdoblje I - XII 2025.

TZ Općine Starigrad nije ostvarila sufinanciranje projekta „INTERPRETACIJSKI CENTAR MORA - 3. FAZA“ u iznosu od 5.000,00 € zbog tehničkih i administrativnih prepreka, prvenstveno uvjeta sufinanciranja iz Europskog fonda za pomorstvo i ribarstvo.

Za projekt „Mozaik bioraznolikosti Ravnih kotara“ JU Park prirode Vransko jezero dostavljena je manja vrijednost valjanih dokaznica od iznosa ostvarene potpore te su stoga isplaćena sredstva u visini 2.960,00 € umjesto 3.000,00 €.

Fjaka, obrt za iznajmljivanje športske opreme i trgovinu nije realizirao projekt „ISLAND ADVENTURE“ te nije isplaćena potpora u iznosu od 1.500,00 €.

ADAMO SALI d.o.o. turistička agencija nije realizirala projekt „E-BIKES IN SALI/EDUKACIJA“ te nije isplaćena potpora u iznosu od 500.00 €.

Na realizaciju projekta 4.4. „UPRAVLJANJE KVALITETOM U DESTINACIJI“ utrošeno je ukupno 53.153,54 € prema sljedećoj strukturi:

• Putni troškovi	2.038,84 €
• Grafičke usluge-tisak i uvezivanje	88,20 €
• Usluge fotografa te audio/video produkcije	250,00 €
• Materijal za promidžbu	1.269,00 €
• Rezentacija, ostale usluge i stvari	2.462,50 €
• Kotizacije	585,00 €
• Donacije dane turističkim zajednicama	41.000,00 €
• Donacije dane ostalim primateljima	5.460,00 €

4.5. POTICANJE NA OČUVANJE I UREĐENJE OKOLIŠA

RASHODI/AKTIVNOSTI	Plan za 2025.	Rebalans 2025.	Realizacija 2025.	Indeks realizacija / rebalans	Udio % u realizaciji
Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša	10.000,00 €	10.600,00 €	11.680,01 €	110	0,44%

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Turistička zajednica Zadarske županije nastavila je suradnju sa Zavodom za javno zdravstvo na projektu kontrole kakvoće mora. Ove, 2025., preuzeli smo financiranje 5 točaka u Zadarskoj županiji. Uzorkovanje i analiza se vrši 10 puta godišnje na točkama: otok Vrgada-Gradina, Preko-otok Galevac, T.N. Zaton, Uvala Velika Sabuša u Kukljici i Banj-uvala Sv. Kuzmana.

NAGRADNI NATJEČAJ NAJLJEPŠI VRT ZADARSKE ŽUPANIJE

U lipnju 2025. u suradnji sa Zadarskim tjednikom ponovno je pokrenut natječaj za najljepši vrt Zadarske županije, s ciljem poticanja malih iznajmljivača na važnost uređenja okućnica radi očuvanja okoliša i zaštite bioraznolikosti. Na ovaj način potiče se ekološka osviještenost i doprinosi razvoju turističke održivosti u županiji. Tokom lipnja prikupljene su kandidature koje su objavljene u Zadarskom tjedniku te je kroz srpanj i kolovoz 2025. izvršen obilazak odabranih i proveden odabir najboljih za nagrađivanje.

Na realizaciju projekta 4.5. „POTICANJE NA OČUVANJE I UREĐENJE OKOLIŠA“ utrošeno je ukupno 11.680,01 € prema sljedećoj strukturi:

• Usluge promidžbe u TUZ-tisak (Zadarski tjednik)	6.000,01 €
• Troškovi prezentacija	200,00 €
• Laboratorijske usluge	3.750,00 €
• Re prezentacija, ugostiteljske usluge	1.730,00 €

5. ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA

	RASHODI/AKTIVNOSTI	Plan za 2025.	Rebalans 2025.	Realizacija 2025.	Indeks realizacija / rebalans	Udio % u realizaciji
5.	ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA	- €	- €	- €	0	0,00%
5.1.	Međunarodne strukovne i sl. organizacije	- €	- €	- €	0	0,00%
5.2.	Domaće strukovne i sl. organizacije	- €	- €	- €	0	0,00%

TZ Zadarske županije je pridruženi član **Hrvatske udruge profesionalaca kongresnog turizma (HUPKT)** od datuma učlanjenja 28. travnja 2024.

6. ADMINISTRATIVNI POSLOVI

	RASHODI/AKTIVNOSTI	Plan za 2025.	Rebalans 2025.	Realizacija 2025.	Indeks realizacija / rebalans	Udio % u realizaciji
6.	ADMINISTRATIVNI POSLOVI	397.000,00 €	390.000,00 €	393.849,33 €	101	14,82%
6.1.	Plaće	313.000,00 €	313.000,00 €	310.416,51 €	99	11,68%
6.2.	Materijalni troškovi	80.000,00 €	73.000,00 €	81.196,13 €	111	3,05%
6.3.	Tijela turističke zajednice	4.000,00 €	4.000,00 €	2.236,69 €	56	0,08%

Administrativni rashodi obuhvaćaju sve poslove turističke zajednice i ostale poslove potrebne za ostvarenje programa rada turističke zajednice. To su poslovi ureda određeni Zakonom o turističkim zajednicama i statutom turističke zajednice, poslovi potrebni za ostvarenje programa rada turističke zajednice koje obavlja ured ili su povjereni trećim osobama radi ekonomičnosti, troškovi skladištenja promidžbenog materijala i troškovi za rad tijela turističke zajednice. Turistički ured Turističke zajednice Zadarske županije značajne napore ulaže u usvajanje suvremenih poslovnih procesa i usklađivanju provođenja svojih aktivnosti s zakonskom regulativom.

Administrativni rashodi u 2025. godini realizirani su na slijedeći način:

6.1. PLAĆE

Izvešće o radu za razdoblje I - XII 2025.

RASHODI/AKTIVNOSTI	Plan za 2025.	Rebalans 2025.	Realizacija 2025.	Indeks realizacija / rebalans	Udio % u realizaciji
Plaće	313.000,00 €	313.000,00 €	310.416,51 €	99	11,68%

Potreban broj radnika tijekom cijele godine:

- Direktor turističkog ureda,
- Pomoćnik direktora
- Specijalist koordinator – 2 djelatnika
- Specijalist – 3 djelatnika
- Suradnik

6.2. MATERIJALNI TROŠKOVI:

RASHODI/AKTIVNOSTI	Plan za 2025.	Rebalans 2025.	Realizacija 2025.	Indeks realizacija / rebalans	Udio % u realizaciji
Materijalni troškovi	80.000,00 €	73.000,00 €	81.196,13 €	111	3,05%

Odnose se na zakup skladišta, materijal za čišćenje i održavanje, uredski potrošni materijal, utrošak vode, uredski materijal, električna energija, usluge telefona, poštarina, najam ureda, računovodstvene usluge, tekuće održavanje, računalne usluge, komunalne usluge, ostali vanjski izdaci, naknade djelatnicima, dnevnice i putni troškovi, reprezentacija, osiguranje, usluge platnog prometa, ugovori o djelu, kamate i tečajne razlike i dr.

6.3. TIJELA TURISTIČKE ZAJEDNICE:

(neto naknada, doprinosi i porezi za članove Turističkog vijeća, putni troškovi)

RASHODI/AKTIVNOSTI	Plan za 2025.	Rebalans 2025.	Realizacija 2025.	Indeks realizacija / rebalans	Udio % u realizaciji
Tijela turističke zajednice	4.000,00 €	4.000,00 €	2.236,69 €	56	0,08%

Skupština Turističke zajednice Zadarske županije održala je dvije sjednice.

Sjednica 25. ožujka 2025.

Na sjednici je potvrđen mandat u Skupštini novim predstavnicima, usvojen zapisnik sa 2. sjednice, donesene us Izmjene i dopune Statuta Turističke zajednice Zadarske županije, prihvaćeno je Izvešće neovisnog revizora o stručnom nadzoru nad radom TZ Zadarske županije za 2024., prihvaćeno je Godišnje financijsko izvješće za 2024. s Izvešćem o izvršenju programa rada te Izvešće o radu Turističkog vijeća. Članovi su dobili informaciju o Upitniku o funkcioniranju sustava financijskog upravljanja i kontrola za 2024. godinu. Donesena je odluka o izboru predstavnika Turističke zajednice Zadarske županije za Skupštinu Hrvatske turističke zajednice.

Sjednica održana 15. prosinca 2025.

Na sjednici je potvrđen mandat u Skupštini predstavnici TZ općine Kolan, usvajan zapisnik s 3. sjednice Skupštine Turističke zajednice Zadarske županije. Prihvaćeno je Izvešće o izvršenju Programa rada od siječnja do rujna 2025. te informacija o turističkom prometu od siječnja do

Izješće o radu za razdoblje I - XII 2025.

studenog 2025. te Izmjene i dopune Programa rada s rebalansom financijskog plana za 2025. Donesen je Program rada Turističke zajednice Zadarske županije s financijskim planom za 2026. godinu te odluka o povjeravanju poslova nadzora nad radom Turističke zajednice Zadarske županije za 2025. godinu tvrtki „Revicon“ Zadar.

Turističko vijeće Turističke zajednice Zadarske županije održalo je 6 sjednica.

Na sjednici održanoj **25. ožujka 2025.** usvojeni su zapisnici s 40. i 41. sjednice. Donesene su sljedeće odluke o prihvaćanju: Godišnjeg financijskog izvješća o poslovanju Turističke Zajednice Zadarske Županije za 2024. te Izvješća o izvršenju Programa rada za 2024. s Analizom turističkog prometa, Izvješće o radu direktora i Turističkog ureda Turističke Zajednice Zadarske Županije za 2024. Usvojen je Prijedlog Izvješća o radu Turističkog vijeća za 2024. te su članovi dobili Upitnik o funkcioniranju sustava financijskog upravljanja i kontrola za 2024. kao informaciju. Donesen je Program dodjele de minimis potpora za razvoj turističkog sektora u 2025. godini. Donesene su odluke: o marketinškoj suradnji s Hrvatskim odbojkaškim savezom vezano za organizaciju MEVZA Beach Volley Championship 2025 – turnira seniorske serije Europskog prvenstva u odbojci na pijesku, o imenovanju članova Povjerenstva za dodjelu potpora temeljem javnih poziva, o otpisu osnovnih sredstava i sitnog inventara, te o uvjetima realizacije Udruženog oglašavanja u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora u 2025.

Na sjednici održanoj **28. travnja 2025.** ovjeren je zapisnik sa 42. sjednice Turističkog vijeća, donesene su sljedeće odluke: o odabiru izvođača izrade Plana upravljanja destinacijom, o dodjeli potpora i odbijanju prijave temeljem JP za potpore događanjima u 2025. i JP za dodjelu potpora DMK u 2025., o marketinškoj suradnji s Udrugom Dani Krešimira Ćosića za manifestaciju Dani Krešimira Ćosića 2025., o strateškoj suradnji vezanoj za zimski let 2024/2025 s Croatia Airlines te i potpori obljetničkom koncertu grupe Forum.

Na sjednici održanoj **29. kolovoza 2025.** ovjeren je zapisnik sa 43. sjednice Turističkog vijeća, donesene su sljedeće odluke: o dodjeli potpora i odbijanju prijave temeljem JP za potpore za razvoj turističkih proizvoda posebnih interesa u 2025., o ugovaranju on-line kampanja za 2025., o ugovaranju marketinške kampanje za tržište Austrije, za ugovaranje marketinške kampanje HTZ-a za američko tržište Expedia 2025., o ugovaranju marketinške kampanje Ryanair 2025., o suradnji s Croatia Airlines. Članovi su informirani o odrađenim aktivnostima iz Programa rada za razdoblje siječanj-lipanj 2025. Donesena je odluka o izmjeni člana Povjerenstva za raspolaganje imovinom u iznosima od 7.000 do 14.000 eura te o marketinškoj suradnji s Udrugom Moja Una za Start Unske regate. Pod zadnjom točkom je bila rasprava o raznim temama: Europskom prvenstvu u stolnom tenisu, visini turističke pristojbe, bike stazama, sastanku župana s čelnicima JLS-a i ostalom.

Na sjednici održanoj **putem elektroničke pošte od 24. do 27. listopada 2025.** donesena je odluka o prihvaćanju ponude Messe Berlin GmbH za zakup štanda na turističkom sajmu ITB 2026., odluka o prihvaćanju ponude tvrtke Štand-Expo za postavljanje štanda na turističkom sajmu ITB 2026. te odluka o prihvaćanju ponude tvrtke „Aviareps“ Nizozemska za organizaciju radionice u Amsterdamu.

Na sjednici održanoj **putem elektroničke pošte od 20. do 21. studenog 2025.** donesena je odluka o izmjeni i dopuni 2. stavka Odluke o ugovaranju marketinške kampanje sa strateškim partnerom Ryanair-om.

Izvješće o radu za razdoblje I - XII 2025.

Na sjednici održanoj **15. prosinca 2025. godine** ovjereni su zapisnici s 44., 45. i 46. sjednice Turističkog vijeća. Prihvaćeno je Izvješće o izvršenju programa rada s Financijskim izvješćem od I-IX 2025. te Prijedlog Rebalansa financijskog plana za 2025. Prihvaćen je i Prijedlog Programa rada TZ Zadarske županije za 2026. s financijskim planom. Donesena je odluka o potpori projektu TZ općine Pakoštane „Put babe Dore“, odluka o potpori ZadarArhipelago, odluka o potpori Zadar Organ Festivalu te o nastavku suradnje s tvrtkom Quarnarius u projektu „Welcome“. Donesena je i odluka o marketinškoj suradnji s Jedriličarskim klubom Uskok, imenovani su članovi Povjerenstva za dodjelu godišnjih nagrada. Donijeta je odluka o raspisivanju „Javnog poziva za udruženo oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora u 2026. godini“ te o raspisivanju Javnog natječaja za dodjelu sredstava lokalnim turističkim zajednicama na turistički nedovoljno razvijenom području i kontinentu u 2026. iz Fonda za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent. Donesen je Pravilnik o Programu dodjele DE MINIMIS potpora za razvoj turističkog sektora u 2026. godini.

Na „ADMINISTRATIVNE POSLOVE“ utrošeno je ukupno **393.849,33 €** prema sljedećoj strukturi:

- **Plaće** **310.416,51 €**
- **Materijalni troškovi ureda** **81.196,13 €**
- **Tijela turističke zajednice** **2.236,69 €**

7. REZERVA

	RASHODI/AKTIVNOSTI	Plan za 2025.	Rebalans 2025.	Realizacija 2025.	Indeks realizacija / rebalans	Udio % u realizaciji
7.	REZERVA	38.000,00 €	38.000,00 €	19.775,00 €	52	0,00%

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.

Na realizaciju projekta 7. „REZERVA“ u ovom razdoblju utrošeno je **19.775,00 €**

- **Povodom Dana pobjede i domovinske zahvalnosti – svjetlosna instalacija na Kapetanovoj kuli** **1.500,00 €**
- **TZO Kali za sufinanciranje promotivnih aktivnosti Zadarskog arhipelaga** **5.000,00 €**
- **TZO Sv. Filip i Jakov za sufinanciranje komunikacijske strategije** **6.000,00 €**
- **Donacija za boravak djece iz Ukrajine u Biogradu** **2.275,00 €**
- **Koncert grupe Forum povodom 40. godina postojanja** **5.000,00 €**

8. POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE

	RASHODI/AKTIVNOSTI	Plan za 2025.	Rebalans 2025.	Realizacija 2025.	Indeks realizacija / rebalans	Udio % u realizaciji
8.	POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE	- €	- €	- €	0	0,00%

U 2024. godini nije ostvaren manjak prihoda koji bi bilo potrebno pokriti.

9. FONDOVI – posebne namjene

	RASHODI/AKTIVNOSTI	Plan za 2025.	Rebalans 2025.	Realizacija 2025.	Indeks realizacija / rebalans	Udio % u realizaciji
9.	FONDOVI - posebne namjene	190.000,00 €	240.782,20 €	221.951,14 €	92	
9.1.	Fond za turističke zajednice na turistički nedovoljno razvijenim područjima i kontinentu	190.000,00 €	240.782,20 €	221.951,14 €	92	

9.1. Fond za turističke zajednice na turistički nedovoljno razvijenim područjima i kontinentu:

Javni natječaj za dodjelu sredstava za projekte lokalnih turističkih zajednica na turistički nedovoljno razvijenom području i kontinentu u 2025. s područja Zadarske županije iz Fonda za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent.

Hrvatska turistička zajednica je u 2025. godini u skladu s Pravilnikom o kriterijima za dodjelu sredstava iz Fonda za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent (NN 04/22) pokrenula procese dodjele sredstava za projekte lokalnih turističkih zajednica na turistički nedovoljno razvijenom području i kontinentu.

Sukladno Pravilniku, Javni natječaj za dodjelu sredstava za projekte LTZ-a na turistički nedovoljno razvijenom području i kontinentu u 2025. godini objavljuju regionalne turističke zajednice, a prihvatljivi korisnici sredstava su LTZ-i čiji je indeks turističke razvijenosti za 2023. godinu manji od 25 sukladno Metodologiji izračuna turističke razvijenosti Instituta za turizam koja je iskazana u Prilogu 1. Pravilnika o kriterijima za dodjelu sredstava iz Fonda za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent (NN 04/22).

Hrvatska turistička zajednica je dana 21. listopada 2024. dostavila predložak Javnog natječaja temeljem kojeg svaka regionalna turistička zajednica izrađuje tekst vlastitog Javnog natječaja te šalje u Hrvatsku turističku zajednicu na prethodnu suglasnost.

Dana 20. studenog 2024. TZ Zadarske županije je, sukladno odluci Vijeća, raspisala Javni natječaj za dodjelu sredstava za projekte lokalnih turističkih zajednica na turistički nedovoljno razvijenom području i kontinentu u 2025. s područja Zadarske županije iz Fonda za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent.

Na području Zadarske županije ukupno 9 turističkih zajednica ispunjava uvjete za prijavljivanje na predmetni Javni natječaj.

LTZ	Naziv projekta	Iznos sredstava
TZG Obrovac	Inventarizacija i valorizacija znamenitosti Općine Gračac-Srb i Grada Obrovca	13.980,00 €
	Trasiranje i mapiranje trail staza i biciklističke staze - Južni Velebit - II. dio	23.300,00 €
TZO Bibinje	Bibinje bike adventure 2025.	16.170,20 €
TZO Jasenice	Promotivni film destinacije Jasenice	10.252,00 €
TZO Kali	Uređenje povijesne pješačke staze Dobri put - faza I.	27.960,00 €
	Blue fish festival	9.320,00 €
	Kvaljske ribarske noći - Tunuara	9.320,00 €
TZO Kukljica	Proslava zavjetnog blagdana Gospe od sniga i kukljiške fešte 2025.	13.980,00 €
TZO Tkon	Škraping 2025.	23.300,00 €
	Otok sreće	9.320,00 €
TZO Vrsi	Događanja u Vrsima	13.980,00 €
	Izrada promo materijala TZO Vrsi	13.980,00 €
TZP Novigradsko more	Označavanje cikloturističkih ruta na području TZP Novigradsko more	27.960,00 €
TZP Ravni kotari	Ljeto u Ravnim kotarima-etno, eno, gastro manifestacije	27.960,00 €
UKUPNO ZADARSKA ŽUPANIJA		240.782,20 €

Na natječaj je prijavljeno 25 projekta od strane 9 turističkih zajednica te je zatraženo 772,159.00 €. Dana 28. veljače 2025. održano je Povjerenstvo za vrednovanje i ocjenjivanje ponuda u sastavu:

1. Renata Deželjin, Hrvatska turistička zajednica
2. Jure Galić, Hrvatska turistička zajednica
3. Martina Stipeč, Ministarstvo turizma i sporta
4. Hrvoje Šestan, TV TZ Zadarske županije
5. Marin Marasović, TV TZ Zadarske županije

Članovi Povjerenstva su pregledali sve ponude, izvršili bodovanje te uputili prijedlog Turističkom vijeću Hrvatske turističke zajednice za dodjelu sredstava.

Temeljem Odluke Turističkog vijeća HTZ-a od 5. svibnja 2025. odabrani su sljedeći projekti lokalnih turističkih zajednica na turistički nedovoljno razvijenom području i kontinentu u 2025. godini:

Na realizaciju stavke do kraja 2025. godine utrošena su sredstva kako slijedi:

- 22.05.2025. TZO Jasenice: *Promotivni film destinacije Jasenice* Avans (70%) € 7,176.40
- 22.05.2025. TZO Tkon: *Otok sreće* Avans (70%) € 6,524.00
- 03.06.2025. TZO Kukljica: *Proslava zavjetnog blagdana Gospe od sniga i kukljiške fešte 2025.* Avans (70%) € 9,786.00
- 03.06.2025. TZO Tkon: *Škraping 2025.* Avans (70%) € 16,310.00

Izvrješće o radu za razdoblje I - XII 2025.

-	09.06.2025. TZG Obrovac: <i>Inventarizacija i valorizacija znamenitosti Općine Gračac-Srb i Grada Obrovca</i>	Avans (70%) € 9,786.00
-	09.06.2025. TZG Obrovac: <i>Trasiranje i mapiranje trail staza i biciklističke staze - Južni Velebit - II. dio</i>	Avans (70%) € 16,310.00
-	09.06.2025. TZP Ravni kotari: <i>Ljeto u Ravnim kotarima-etno, eno-gastro manifestacije</i>	Avans (70%) € 19,572.00
-	12.06.2025. TZO Tkon: <i>Škraping 2025.</i>	Završni (30%) € 6,990.00
-	30.06.2025. TZO Kali: <i>Blue Fish Festival</i>	Avans (70%) € 6,524.00
-	30.06.2025. TZO Kali: <i>Kvaljske ribarske noći – Tunuara</i>	Avans (70%) € 6,524.00
-	03.07.2025. TZO Kali: <i>Uređenje povijesne pješačke staze Dobri put - faza I.</i>	Avans (70%) €19,572.00
-	27.08.2025. TZO Jasenice: <i>Promotivni film destinacije Jasenice</i>	Završni (30%) € 3,075.60
-	08.09.2025. TZO Kukljica: <i>Proslava zavjetnog blagdana Gospe od sniga i kukljiške fešte 2025.</i>	Završni (30%) € 4,194.00
-	29.09.2025. TZP Ravni kotari: <i>Ljeto u Ravnim kotarima - etno, eno-gastro manifestacije</i>	Završni (30%) € 8,388.00
-	20.10.2025. TZO Tkon: <i>Otok sreće</i>	Završni (30%) € 2,796.00
-	29.10.2025. TZP Novigradsko more: <i>Označavanje cikloturističkih ruta na području TZP Novigradsko more</i>	Avans (70%) € 19.572,00
-	11.11.2025. TZO Vrsi: <i>Događanja u Vrsima</i>	Završni (100%) € 13.980,00
-	27.11.2025. . TZP Novigradsko more: <i>Označavanje cikloturističkih ruta na području TZP Novigradsko more</i>	Završni (30%) € 8.388,00
-	22.12.2025. TZO Bibinje: <i>Bibinje Bike Adventure 2025</i>	Avans (70%) € 11.319,14
-	22.12.2025. TZO Kali: <i>Blue Fish Festival</i>	Završni (30%) € 2.796,00
-	24.12.2025. TZG Obrovac: <i>Trasiranje i mapiranje trail staza i biciklističke staze - Južni Velebit - II. Dio</i>	Završni (30%) € 6.990,00
-	24.12.2025. TZO Kali: <i>Kvaljske ribarske noći – Tunuara</i>	Završni (30%) € 2.796,00
-	31.12.2025. TZG Obrovac: <i>Inventarizacija i valorizacija znamenitosti Općine Gračac-Srb i Grada Obrovca</i>	Završni (30%) € 4.194,00
-	31.12.2025. TZO Kali: <i>Uređenje povijesne pješačke staze Dobri put - faza I.</i>	Završni (30%) € 8.388,00

UKUPNO 221. 951,14 €

Zbog objektivnih razloga, aneksima ugovora regulirana je prolongacija roka za isplatu sredstava Turističkoj zajednici Općine Bibinje za projekt *Bibinje Bike Adventure 2025* (preostala sredstva) te Turističkoj zajednici Općine Vrsi za projekt *Izrada promotivnog materijala TZO Vrsi* (cijela isplata) do 31. ožujka 2026. godine.

Na realizaciju projekta 9. „FOND ZA TURISTIČKE ZAJEDNICE NA TURISTIČKI NEDOVOLJNO RAZVIJENIM PODRUČJIMA I KONTINENTU“ u ovom razdoblju utrošeno je 221.951,14 € prema sljedećoj računovodstvenoj strukturi:

- **Donacije dane ostalim turističkim zajednicama** **221.951,14 €**

III. OSTVARENJE DUGOROČNIH I KRATKOROČNIH CILJEVA

DUGOROČAN CILJ

S obzirom na izraženu sezonalnost, TZ Zadarske županije konstantno ulaže, pa tako i u 2025. godini značajne aktivnosti i resurse u razvoj i promidžbu turističkih proizvoda posebnih interesa, ili tzv. produljenje sezone. U 2023. smo počeli s razvojem niza alata koje je TZŽ u 2025. koristila za promociju raznih mogućnosti za doživljaje i posebne interese koji čine motive za dolazak u PPS periodu, ali i prakticiranje tih sadržaja i u samoj visokoj sezoni. Novi MICE katalog te razvoj poslovnog turizma, projekt „Welcome Taste&Buy“, stalno unapređenje web stranica, nastavak razvoja proizvoda pješačkog i ciklo-turizma, posebne aktivnosti usmjerene na razvoj eno-gastro proizvoda te komunikacija upravo tih proizvoda u brojnim kampanjama i PR objavama.

Nastavno na brend-strategiju, koja je u primjeni od 2019., nastavilo se graditi Reci DA! brend pazeći na poštivanje komunikacijskih smjernica i knjige standarda. Također se sukladno brend strategiji nastavilo naglašavati našu destinaciju kao destinaciju aktivnog odmora za aktivne ljude aludirajući na lepezu doživljaja u kombinaciji s raznolikim prirodnim resursima i ponudom dostupnu svima i svakom ukusu.

KRATKOROČNI CILJEVI

1. U 2023. napravljena je studija „Ocjena stanja i trendova održivosti turizma Zadarske županije“ koja je polazna osnova za razvoj održivog, inovativnog i otpornog turizma; intenzivan rad na Planu upravljanja destinacijom za područje Zadarske županije koji će se donijeti u 2026. godini;
2. Ostvareno je povećanje udjela turističkog prometa u razdoblju travanj-lipanj te povećanje promet u razdoblju rujan-prosinac;
3. Nastavilo se afirmiranje zadarske turističke regije kao snažne destinacije s izraženom ponudom turističkih proizvoda više dodane vrijednosti;
4. Rad na turističkoj valorizaciji područja većih izazova u razvoju turizma, otočkih, ruralnih i brdsko-planinskih područja kroz brojne promotivne aktivnosti te financijsku i operativnu podršku;
5. Nastavak podrške turističkoj industriji kroz programe potpore i događanjima i DMK, ali i udruženim oglašavanjem i kroz posebne programe što svakako utječe na ulaganje u kvalitetu ponude i sadržaja;
6. Nastavak aktivnosti na digitalizaciji. Inter-regionalna suradnja s TZŽ na prostoru Dalmacije i Like te suradnja s lokalnim TZ-ima i lokalnom samoupravom doprinosi povećanju efikasnosti sustava.

IV. OSTVARENI TURISTIČKI PROMET

Dolasci od siječnja do prosinca 2025.

Turistička zaj.	DOLASCI 2023.			DOLASCI 2024.			DOLASCI 2025.			% učešća	Indeks 25/23	Indeks 25/24
	Domaći	Strani	Ukupno	Domaći	Strani	Ukupno	Domaći	Strani	Ukupno			
ZADAR	99.898	532.821	632.719	107.878	584.937	692.815	114.849	586.750	701.599	31,57	111	101
BIOGRAD	51.256	176.066	227.322	54.677	185.339	240.016	59.066	187.910	246.976	11,11	109	103
VIR	40.782	122.301	163.083	38.273	119.212	157.485	35.569	114.666	150.235	6,76	92	95
PAG	20.641	106.515	127.156	23.787	107.880	131.667	24.354	100.798	125.152	5,63	98	95
PAKOŠTANE	15.433	93.913	109.346	16.590	98.153	114.743	17.406	97.055	114.461	5,15	105	100
NIN	8.508	79.930	88.438	10.528	79.623	90.151	11.723	84.848	96.571	4,35	109	107
STARIGRAD	8.092	79.780	87.872	8.843	80.278	89.121	9.085	80.934	90.019	4,05	102	101
ZATON	6.527	69.309	75.836	9.752	72.982	82.734	10.641	78.579	89.220	4,02	118	108
SUKOŠAN	9.033	57.143	66.176	9.340	59.761	69.101	9.828	60.231	70.059	3,15	106	101
BIBINJE	5.613	53.510	59.123	5.811	54.906	60.717	5.830	53.940	59.770	2,69	101	98
SV. FILIP I JAKOV	9.318	39.018	48.336	10.100	39.514	49.614	12.228	45.310	57.538	2,59	119	116
POVLJANA	4.041	14.328	18.369	6.388	34.439	40.827	7.538	46.877	54.415	2,45	296	133
PRIVLAKA	8.959	42.733	51.692	8.767	41.621	50.388	9.600	42.211	51.811	2,33	100	103
PREKO	5.826	25.779	31.605	6.327	25.934	32.261	8.238	29.305	37.543	1,69	119	116
KOLAN	5.790	39.599	45.389	5.385	34.599	39.984	5.576	31.775	37.351	1,68	82	93
NOVIGRAD.MOR	3.366	26.164	29.530	3.476	27.275	30.751	3.632	27.268	30.900	1,39	105	100
RAŽANAC	3.351	25.838	29.189	3.488	26.309	29.797	3.625	26.057	29.682	1,34	102	100
PAŠMAN	5.852	22.501	28.353	5.916	22.223	28.139	5.901	23.508	29.409	1,32	104	105
SALI	4.093	22.273	26.366	5.318	21.116	26.434	5.561	20.565	26.126	1,18	99	99
RAVNI KOTARI	1.031	18.473	19.504	1.139	22.108	23.247	1.198	23.919	25.117	1,13	129	108
VRSI	5.383	17.373	22.756	4.983	17.509	22.492	5.378	18.339	23.717	1,07	104	105
OBROVAC	3.015	13.822	16.837	3.588	16.500	20.088	3.367	16.190	19.557	0,88	116	97
JASENICE	2.828	15.065	17.893	2.780	15.098	17.878	2.782	16.327	19.109	0,86	107	107
TKON	2.018	10.656	12.674	1.813	10.790	12.603	2.070	10.931	13.001	0,59	103	103
KUKLJICA	1.427	5.295	6.722	1.481	5.349	6.830	1.557	5.756	7.313	0,33	109	107
BOŽAVA	2.008	3.679	5.687	2.072	4.057	6.129	1.894	3.940	5.834	0,26	103	95
KALI	915	4.893	5.808	929	4.941	5.870	929	4.864	5.793	0,26	100	99
GRAČAC	744	2.308	3.052	914	3.381	4.295	745	3.116	3.861	0,17	127	90
UKUPNO	335.748	1.721.085	2.056.833	360.343	1.815.834	2.176.177	380.170	1.841.969	2.222.139	100,00	108	102

Izvor podataka: eVisitor i eCrew

Izvješće o radu za razdoblje I - XII 2025.

Noćenja od siječnja do prosinca 2025.

	NOĆENJA 2023.			NOĆENJA 2024.			NOĆENJA 2025.			% učešća	Indeks 25/23	Indeks 25/24
	Domaći	Strani	Ukupno	Domaći	Strani	Ukupno	Domaći	Strani	Ukupno			
Turistička zaj.												
ZADAR	320.607	2.093.090	2.413.697	323.906	2.229.999	2.553.905	347.722	2.243.898	2.591.620	16,69	107	101
VIR	1.370.875	1.344.317	2.715.192	1.281.455	1.332.979	2.614.434	1.220.977	1.275.256	2.496.233	16,08	92	95
BIOGRAD	257.427	1.058.298	1.315.725	272.286	1.064.644	1.336.930	292.787	1.067.075	1.359.862	8,76	103	102
PAG	194.568	793.487	988.055	203.005	798.345	1.001.350	207.096	760.300	967.396	6,23	98	97
PAKOŠTANE	168.335	676.277	844.612	165.004	704.048	869.052	168.907	675.667	844.574	5,44	100	97
NIN	78.044	615.237	693.281	83.650	600.875	684.525	83.445	623.396	706.841	4,55	102	103
ZATON	56.226	531.412	587.638	67.580	533.020	600.600	66.386	560.312	626.698	4,04	107	104
PRIVLAKA	175.581	358.258	533.839	175.798	351.033	526.831	190.182	366.650	556.832	3,59	104	106
STARIGRAD	93.938	457.787	551.725	83.046	459.073	542.119	85.411	459.437	544.848	3,51	99	101
SUKOŠAN	61.390	395.988	457.378	60.303	403.183	463.486	63.983	409.632	473.615	3,05	104	102
KOLAN	136.959	363.234	500.193	132.329	339.943	472.272	138.368	327.217	465.585	3,00	93	99
SV. FILIP I JAKOV	107.261	333.204	440.465	101.848	331.203	433.051	113.427	348.292	461.719	2,97	105	107
BIBINJE	63.641	370.515	434.156	63.424	369.692	433.116	60.470	362.160	422.630	2,72	97	98
POVLJANA	69.136	123.917	193.053	89.036	248.696	337.732	89.579	323.608	413.187	2,66	214	122
PAŠMAN	158.836	276.761	435.597	152.251	280.320	432.571	132.305	274.673	406.978	2,62	93	94
PREKO	99.261	226.059	325.320	102.481	224.418	326.899	93.545	235.506	329.051	2,12	101	101
VRSI	101.843	155.085	256.928	102.181	155.943	258.124	114.783	168.949	283.732	1,83	110	110
NOVIGRAD.MOR	48.217	196.510	244.727	44.860	193.881	238.741	50.382	196.055	246.437	1,59	101	103
RAŽANAC	40.287	209.390	249.677	41.330	207.145	248.475	40.658	205.052	245.710	1,58	98	99
RAVNI KOTARI	6.647	169.633	176.280	7.192	196.265	203.457	7.530	204.962	212.492	1,37	121	104
JASENICE	67.159	119.773	186.932	66.634	119.377	186.011	76.446	130.808	207.254	1,33	111	111
OBROVAC	53.420	125.272	178.692	56.615	134.919	191.534	54.341	132.671	187.012	1,20	105	98
SALI	25.063	161.992	187.055	32.135	149.385	181.520	33.170	146.969	180.139	1,16	96	99
TKON	33.306	102.417	135.723	28.290	102.135	130.425	32.480	103.344	135.824	0,87	100	104
KUKLJICA	14.737	47.972	62.709	15.025	44.985	60.010	15.249	49.869	65.118	0,42	104	109
KALI	9.046	40.805	49.851	9.324	40.178	49.502	8.873	37.083	45.956	0,30	92	93
BOŽAVA	12.337	23.253	35.590	12.268	25.798	38.066	12.054	26.498	38.552	0,25	108	101
GRAČAC	1.525	6.942	8.467	2.030	8.853	10.883	1.848	9.171	11.019	0,07	130	101
UKUPNO	3.825.672	11.376.885	15.202.557	3.775.286	11.650.335	15.425.621	3.802.404	11.724.510	15.526.914	100,00	102	101

TURISTIČKI PROMET OD SIJEČNJA DO PROSINCA 2025.

Turistička zajednica Zadarske županije je u 2025. godini ostvarila turistički promet od 2.222.139 dolazaka te 15.526.914 noćenja. To predstavlja 2% više dolazaka te 1% više noćenja u odnosu na 2024. Realizacija u odnosu na isto razdoblje 2023. g. je 8% više u dolascima i 2% više u noćenjima. U ukupnoj strukturi domaći gosti su ostvarili 380.170 dolazaka i 3.802.404 noćenja dok su strani gosti ostvarili 1.841.969 dolazaka te 11.724.510 noćenja. Udio domaćih gostiju je 17% a stranih je 83%, dok je kod noćenja isti takav udio 24% domaćih te 76% noćenja stranih turista.

Najviše je dolazaka evidentirano u objektima u domaćinstvu 870.359 te 5.544.931 noćenja, što je jednako ostvarenom u 2024. godini. Slijede kampovi s 431.274 dolazaka i 2.682.713 noćenja ili 5% više. U hotelima je ostvareno 471.078 dolazaka te 1.542.391 noćenja, što je 6% više nego 2024. godine. U ostalim ugostiteljskim objektima za smještaj bilo je 197.815 dolazaka i 896.551 noćenja, što je 3% manje. U objektima na OPG-u je bilo 3.675 dolazaka i 26.865 noćenja.

U plovnim objektima je bilo 116.100 dolazaka i 754.402 noćenja, što je 2% manje nego 2024. U nekomercijalnom smještaju je zabilježeno 128.725 dolazaka i 4.067.668 noćenja što je 1% manje nego 2024.

Što se tiče dolazaka **stranih gostiju** u 2025. godini, najviše je bilo dolazaka iz Njemačke 315.337 i 2.425.698 noćenja, što je isto kao lani. Slijedi Slovenija sa 233.771 dolazak i 2.064.615 noćenja, što je također na prošlogodišnjoj razini. Gosti iz Poljske su ostvarili 201.839 dolazaka i 1.218.525 noćenja što je povećanje od 7%, iz Češke 128.949 dolazaka i 918.852 noćenja ili 1% manje, Austrije 138.002 dolazaka i 861.920 noćenja ili jednako ako 2024., Slovačke 111.073 dolazaka i 787.184 noćenja ili 2% više dok je Mađarska imala 104.071 dolazaka i 623.048 noćenja što je 3% manje.

V. OSTVARENJE PRIHODA I RASHODA

PRIHODI I RASHODI OD SIJEČNJA DO PROSINCA 2025. GODINE

	PRIHODI	Plan za 2025.	REBALANS 2025.	OSTVARENO I-XII 2025.	PLAN/OSTVARENO I-XII 2025.	Struktura %
1.	Izvorni prihodi	2.150.000,00 €	2.260.000,00 €	2.277.010,80 €	101	56,86%
1.1.	Turistička pristojba	1.800.000,00 €	1.890.000,00 €	1.897.082,16 €	100	47,37%
1.2.	Članarina	350.000,00 €	370.000,00 €	379.928,64 €	103	9,49%
2.	Prihodi iz proračuna općine/grada/županije i državnog proračuna	10.000,00 €	2.000,00 €	- €	0	0,00%
3.	Prihodi od sustava turističkih zajednica	240.000,00 €	279.782,20 €	279.692,27 €	100	6,98%
3.1.	Prihodi od sustava turističkih zajednica - zajedničke aktivnosti	50.000,00 €	39.000,00 €	38.910,07 €	100	0,97%
3.2.	Prihodi od HTZ-za raspod. sredstava iz fondova-posebne namjene	190.000,00 €	240.782,20 €	240.782,20 €	100	6,01%
4.	Prihodi iz EU fondova	- €	- €	- €	0	0,00%
5.	Prihodi od gospodarske djelatnosti	- €	- €	- €	0	0,00%
6.	Preneseni prihod iz prethodne godine	783.000,00 €	999.377,61 €	999.377,61 €	100	24,96%
7.	Ostali prihodi	200.000,00 €	400.000,00 €	448.602,49 €	112	11,20%
	SVEUKUPNO	3.383.000,00 €	3.941.159,81 €	4.004.683,17 €	102	100,00%

Izvešće o radu za razdoblje I - XII 2025.

	RASHODI	Plan za 2025.	REBALANS 2025.	Realizacija 2025.	Indeks realizacija/rebalans	Udio % u realizaciji
1.	ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE	40.000,00 €	36.100,00 €	11.456,00 €	31,7	0,43%
1.1.	Izrada strateških /operativnih / komunikacijskih / akcijskih dokumenata	35.000,00 €	35.000,00 €	10.407,50 €	29,7	0,39%
1.2.	Istraživanje i analiza tržišta	5.000,00 €	1.100,00 €	1.048,50 €	95,3	0,04%
1.3.	Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti	- €	- €	- €	0,0	0,00%
2.	RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA	451.150,00 €	322.150,00 €	332.787,61 €	103,3	12,52%
2.1.	Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda	- €	- €	- €	0,0	0,00%
2.1.1.	Razvoj sustava TOP doživljaja	- €	- €	- €	0,0	0,00%
2.2.	Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda	211.000,00 €	91.000,00 €	101.422,23 €	111,5	3,82%
2.2.1.	Aktivni (outdoor ili adventure) turizam	100.000,00 €	22.000,00 €	27.807,19 €	126,4	1,05%
2.2.2.	Nautički turizam	20.000,00 €	20.000,00 €	21.538,56 €	107,7	0,81%
2.2.3.	Kulturni i doživljajni turizam	2.000,00 €	13.000,00 €	13.310,75 €	102,4	0,50%
2.2.4.	Razvoj eno-gastro turizma	45.000,00 €	18.000,00 €	21.039,27 €	116,9	0,79%
2.2.5.	Klub kvalitete Premium	1.000,00 €	- €	- €	0,0	0,00%
2.2.6.	Poslovni turizam	5.000,00 €	3.000,00 €	1.921,96 €	64,1	0,07%
2.2.7.	Projekt označavanja kvalitete u obiteljskom smještaju "Welcome"	25.000,00 €	14.500,00 €	15.333,50 €	105,7	0,58%
2.2.8.	Ostali proizvodi	13.000,00 €	500,00 €	471,00 €	94,2	0,02%
2.3.	Podrška razvoju turističkih događanja	130.000,00 €	121.000,00 €	119.839,18 €	99,0	4,51%
2.4.	Turistička infrastruktura	66.400,00 €	66.400,00 €	66.361,40 €	99,9	2,50%
2.5.	Podrška turističkoj industriji	43.750,00 €	43.750,00 €	45.164,80 €	103,2	1,70%
3.	KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE	1.720.000,00 €	1.820.300,00 €	1.810.851,57 €	99,5	68,13%
3.1.	Definiranje <i>branding</i> sustava i <i>brand</i> arhitekture	- €	- €	- €	0,0	0,00%
3.2.	Oglašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda	524.000,00 €	524.000,00 €	514.806,70 €	98,2	19,37%
3.2.1.	Izrada i provođenje Medija plana	400.000,00 €	400.000,00 €	394.961,77 €	98,7	14,86%
3.2.2.	Posebne tematske kampanje po tur.proizvodima i prigodne kampanje	92.500,00 €	92.500,00 €	88.344,93 €	95,5	3,32%
3.2.3.	Komunikacija na društvenim mrežama	31.500,00 €	31.500,00 €	31.500,00 €	100,0	1,19%
3.3.	Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR	155.000,00 €	131.000,00 €	127.811,05 €	97,6	4,81%
3.3.1.	Globalni PR	110.000,00 €	110.000,00 €	98.124,36 €	89,2	3,69%
3.3.2.	Domaći PR	25.000,00 €	15.000,00 €	20.865,00 €	139,1	0,78%
3.3.3.	Studijska putovanja za predst. medija u suradnji sa sustavom TZ	20.000,00 €	6.000,00 €	8.821,69 €	147,0	0,33%
3.4.	Marketinške i poslovne suradnje	640.000,00 €	901.000,00 €	870.408,05 €	96,6	32,75%
3.4.1.	Udruž.oglašavanje u suradnji sa sustavom TZ i predstav.tur.ponude	200.000,00 €	200.000,00 €	178.703,65 €	89,4	6,72%
3.4.2.	Strateški projekti i marketinške suradnje	350.000,00 €	610.000,00 €	604.375,00 €	99,1	22,74%
3.4.3.	Posebni programi i projekti	90.000,00 €	91.000,00 €	87.329,40 €	96,0	3,29%
3.5.	Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice	250.000,00 €	180.000,00 €	199.624,20 €	110,9	7,51%
3.5.1.	Nastupi na sajmovima	180.000,00 €	140.000,00 €	149.389,86 €	106,7	5,62%
3.5.2.	Organizacija i sudjel.na pos.prezentacijama i poslov.radionicama	70.000,00 €	40.000,00 €	50.234,34 €	125,6	1,89%

Izvešće o radu za razdoblje I - XII 2025.

	RASHODI	Plan za 2025.	REBALANS 2025.	Realizacija 2025.	Indeks realizacija/rebalans	Udio % u realizaciji
3.6.	Suradnja s organizatorima putovanja	35.000,00 €	2.500,00 €	11.359,50 €	454,4	0,43%
3.7.	Kreiranje promotivnog materijala	77.000,00 €	41.000,00 €	45.027,29 €	109,8	1,69%
3.7.1.	Produkcija promotivnih materijala	20.000,00 €	13.000,00 €	11.949,12 €	91,9	0,45%
3.7.2.	Priprema destinacijskih marketinških materijala	50.000,00 €	20.000,00 €	21.638,75 €	108,2	0,81%
3.7.3.	Izrada suvenira i ostalog promidžbenog materijala	7.000,00 €	8.000,00 €	11.439,42 €	143,0	0,43%
3.8.	Internetske stranice	29.000,00 €	30.800,00 €	30.496,98 €	99,0	1,15%
3.8.1.	Upravljanje određ.sadržajem na internetskim stranicama	15.000,00 €	18.800,00 €	18.768,75 €	99,8	0,71%
3.8.2.	Razvoj i održavanje internetskih stranica	14.000,00 €	12.000,00 €	11.728,23 €	97,7	0,44%
3.9.	Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka	10.000,00 €	10.000,00 €	11.317,80 €	113,2	0,43%
3.9.1.	Vođenje detaljne turističke baze podataka o ponudi i potražnji	- €	- €	- €	0,0	0,00%
3.9.2.	Otkup sadržaja, fotografija i ostalih podataka	10.000,00 €	10.000,00 €	11.317,80 €	113,2	0,43%
3.10.	Turističko-informativne aktivnosti	- €	- €	- €	0,0	0,00%
4.	DESTINACIJSKI MENADŽMENT	116.000,00 €	109.600,00 €	89.390,10 €	81,6	3,36%
4.1.	Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor	- €	- €	- €	0,0	0,00%
4.2.	Stručni skupovi i edukacije	30.000,00 €	25.000,00 €	23.800,39 €	95,2	0,90%
4.3.	Koordinacija i nadzor	6.000,00 €	4.000,00 €	756,16 €	18,9	0,03%
4.4.	Upravljanje kvalitetom u destinaciji	70.000,00 €	70.000,00 €	53.153,54 €	75,9	2,00%
4.5.	Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša	10.000,00 €	10.600,00 €	11.680,01 €	110,2	0,44%
5.	ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA	- €	- €	- €	0,0	0,00%
5.1.	Međunarodne strukovne i sl. organizacije	- €	- €	- €	0,0	0,00%
5.2.	Domaće strukovne i sl. organizacije	- €	- €	- €	0,0	0,00%
6.	ADMINISTRATIVNI POSLOVI	397.000,00 €	390.000,00 €	393.849,33 €	101,0	14,82%
6.1.	Plaće	313.000,00 €	313.000,00 €	310.416,51 €	99,2	11,68%
6.2.	Materijalni troškovi	80.000,00 €	73.000,00 €	81.196,13 €	111,2	3,05%
6.3.	Tijela turističke zajednice	4.000,00 €	4.000,00 €	2.236,69 €	55,9	0,08%
7.	REZERVA	38.000,00 €	38.000,00 €	19.775,00 €	52,0	0,74%
8.	POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE	- €	- €	- €	0,0	0,00%
	SVEUKUPNO 1	2.762.150,00 €	2.716.150,00 €	2.658.109,61 €	96,23%	100,00%
9.	FONDOVI - posebne namjene					
	Fond za turističke zajednice na turistički nedovoljno razvijenim područjima i kontinentu	190.000,00 €	240.782,20 €	221.951,14 €	92,2	
	Fond za projekte udruženih turističkih zajednica	- €	- €	- €		
	SVEUKUPNO 2	190.000,00 €	240.782,20 €	221.951,14 €	92,2%	
	prijenos viška	430.850,00 €	984.227,61 €	1.124.622,42 €	114,3	
TOTAL	SVEUKUPNO 1+ SVEUKUPNO 2	2.952.150,00 €	2.956.932,20 €	2.880.060,75 €	97,4%	

VI. USPOREDBA IZVRŠENJA FINACIJSKOG PLANA ZA 2025. GODINU S POVEZNICOM UZ PROGRAME, AKTIVNOSTI I PROJEKTE

Skupština Turističke zajednice Zadarske županije je donijela Izmjene financijskog plana za 2025. godinu u prosincu 2025. godine nakon što su neke od stavaka prihoda i rashoda mogle biti realno planirane.

Slijedi usporedba između planiranog i ostvarenog u 2025. godini s obrazloženjem.

PRIHODI

	PRIHODI		PLAN ZA 2025.	PROCJENA IZVRŠENJA 2025.	IZVRŠENJE 2025.	INDEKS IZVRŠENJE/PLAN
3	PRIHODI (AOP 002+005+008+011+024+032+041)	001	2.600.000	2.941.782	3.005.306	102
31	Prihodi od prodaje roba i pružanja usluga (AOP 003+004)	002	0	0	0	0
32	Prihodi od članarina i članskih doprinosa (AOP 006+007)	005	350.000	370.000	379.929	103
33	Prihodi po posebnim propisima (AOP 009+010)	008	1.800.000	1.890.000	1.897.083	100
34	Prihodi od imovine (AOP 012+021)	011	1.000	2.000	12	1
35	Prihodi od donacija (AOP 025+028 do 031)	024	249.000	280.782	240.782	86
36	Ostali prihodi (AOP 033+036+037)	032	200.000	399.000	487.500	122
37	Prihodi od povezanih neprofitnih organizacija (AOP 042+043)	041	0	0	0	0

Ukupni prihodi Turističke zajednice Zadarske županije su Izmjenama plana, procijenjeni u iznosu od 2.941.782 €, a ostvareno je 3.005.306 € što je 2% više.

Od toga je prihod od turističke članarine procijenjen u iznosu od 370.000 €, a ostvareno je 379.929 €. U 2025. ostvareno je 3% više članarine nego što je Izmjenama planirano.

Prihod od turističke pristojbe u 2025. iznosi 1.897.083 € dok je Izmjenama planirano 1.890.000 €, što je jednako.

Prihod od imovine se odnosi na pozitivne tečajne razlike, planiran je u iznosu od 2.000 €, a ostvareno je svega 12 €.

Prihodi od donacija su planirani u iznosu od 280.782 €, te je ostvareno 240.782 €. Ovdje se radi o prihodima od HTZ-a iz Fondova za nerazvijene koje smo prosljedili prema lokalnim turističkim zajednicama te od lokalnih i županijskih turističkih zajednica za zajedničke aktivnosti.

Ostali prihodi su planirani u iznosu od 399.000 €, vezani su za marketinšku suradnju s avio-kompanijama i zajedničke nastupe na sajmovima, a ostvareni su u iznosu od 487.500 € što je 22% više od plana. Do odstupanja je došlo jer su za strateške projekte povučena veća sredstva s posebnog računa za zajedničke marketinške kampanje avio-prijevoznika.

Izješće o radu za razdoblje I - XII 2025.

RASHODI

RASHODI		PLAN ZA 2025.	PROCJENA IZVRŠENJA 2025.	IZVRŠENJE 2025.	Indeks izvršenje / plan	
4	RASHODI (AOP 045+057+098+099+110+115+126)	044	2.952.150	2.956.932	2.889.208	98
41	Rashodi za radnike (AOP 046+051+052)	045	313.000	313.000	310.417	99
411	Plaće (AOP 047 do 050)	046	254.300	269.000	266.972	99
4111	Plaće za redovan rad	047	254.300	269.000	266.972	99
4112	Plaće u naravi	048	0	0	0	0
4113	Plaće za prekovremeni rad	049	0	0	0	0
4114	Plaće za posebne uvjete rada	050	0	0	0	0
413	Doprinosi na plaće (AOP 053 do 056)	052	41.400	44.000	43.445	99
4131	Doprinosi za zdravstveno osiguranje	053	41.400	44.000	43.445	99
4132	Doprinosi za zapošljavanje	054	0	0	0	0
4133	Doprinosi za mirovinsko osiguranje koje plaća poslodavac	055	0	0	0	0
4134	Posebni doprinos za poticanje zapošljavanja osoba s invaliditetom	056	0	0	0	0
42	Materijalni rashodi (AOP 058+062+067+072+077+087+092)	057	2.081.750	2.141.657	2.050.939	96
421	Naknade troškova radnicima (AOP 059 do 061)	058	70.000	53.890	58.294	108
4211	Službena putovanja	059	60.000	48.890	53.741	110
4212	Naknade za prijevoz, za rad na terenu i odvojeni život	060	10.000	5.000	4.553	91
4213	Stručno usavršavanje radnika	061	0	0	0	0
412	Ostali rashodi za radnike	051	17.300	17.000	13.088	77
422	<small>Naknade članovima u predstavničkim i izvršnim tijelima, pojerensima i slično (AOP 063 do 066)</small>	062	4.000	4.000	2.137	53
4221	Naknade za obavljanje aktivnosti	063	4.000	4.000	2.137	53
4222	Naknade troškova službenih putovanja	064	0	0	0	0
4223	Naknade ostalih troškova	065	0	0	0	0
4224	Ostale naknade	066	0	0	0	0
423	Naknade volonterima (AOP 068 do 071)	067	0	0	0	0
4231	Naknade za obavljanje djelatnosti	068	0	0	0	0
4232	Naknade troškova službenih putovanja	069	0	0	0	0
4233	Naknade ostalih troškova	070	0	0	0	0
4234	Ostale naknade	071	0	0	0	0
424	Naknade ostalim osobama izvan radnog odnosa (AOP 073 do 076)	072	54.000	20.000	22.039	110
4241	Naknade za obavljanje aktivnosti	073	30.000	6.000	4.898	82
4242	Naknade troškova službenih putovanja	074	24.000	14.000	17.141	122
4243	Naknade ostalih troškova	075	0	0	0	0
4244	Ostale naknade	076	0	0	0	0
425	Rashodi za usluge (AOP 078 do 086)	077	1.864.800	1.959.000	1.857.490	95
4251	Usluge telefona, pošte i prijevoza	078	17.000	18.000	15.191	84
4252	Usluge tekućeg i investicijskog održavanja	079	17.000	3.000	2.959	99
4253	Usluge promidžbe i informiranja	080	1.647.300	1.720.000	1.630.566	95
4254	Komunalne usluge	081	1.200	1.000	459	46
4255	Zakupnine i najamnine	082	15.000	19.000	22.120	116
4256	Zdravstvene i veterinarske usluge	083	8.300	8.000	3.750	47
4257	Intelektualne i osobne usluge	084	59.000	60.000	45.834	76
4258	Računalne usluge	085	30.000	30.000	31.331	104
4259	Ostale usluge	086	70.000	100.000	105.280	105
426	Rashodi za materijal i energiju (AOP 088 do 091)	087	64.700	62.000	63.401	102
4261	Uredski materijal i ostali materijalni rashodi	088	60.000	60.000	60.720	101
4262	Materijal i sirovine	089	0	0	0	0
4263	Energija	090	2.500	1.000	2.015	202
4264	Sitan inventar i auto gume	091	2.200	1.000	666	67
429	Ostali nespomenuti materijalni rashodi (AOP 093 do 097)	092	24.250	25.767	34.490	134
4291	Premije osiguranja	093	0	0	203	0
4292	Reprezentacija	094	20.000	25.000	30.350	121
4293	Članarine	095	150	200	227	114
4294	Kotizacije	096	3.500	500	3.710	742
4295	Ostali nespomenuti materijalni rashodi	097	600	67	0	0
43	Rashodi amortizacije	098	50.000	40.000	40.147	100

Izvešće o radu za razdoblje I - XII 2025.

RASHODI			PLAN ZA 2025.	PROCJENA IZVRŠENJA 2025.	PROCJENA IZVRŠENJA 2025.	INDEKS REBALANS/PLAN
44	Financijski rashodi (AOP 100+101+105)	099	13.500	10.300	5.601	54
441	Kamate za izdane vrijednosne papire	100	0	0	0	0
442	Kamate za primljene kredite i zajmove (AOP 102 do 104)	101	0	0	0	0
4421	Kamate za primljene kredite banaka i ostalih kreditora	102	0	0	0	0
4422	Kamate za primljene robne i ostale zajmove	103	0	0	0	0
4423	Kamate za odobrene, a nerealizirane kredite i zajmove	104	0	0	0	0
443	Ostali financijski rashodi (AOP 106 do 109)	105	13.500	10.300	5.601	54
4431	Bankarske usluge i usluge platnog prometa	106	10.000	7.000	4.152	59
4432	Negativne tečajne razlike i valutna klauzula	107	2.500	3.000	1.420	47
4433	Zatezne kamate	108	500	150	29	19
4434	Ostali nespomenuti financijski rashodi	109	500	150	0	0
45	Donacije (AOP 111+114)	110	453.750	450.000	480.263	107
451	Tekuće donacije (AOP 112+113)	111	453.750	450.000	480.263	107
4511	Tekuće donacije	112	453.750	450.000	480.263	107
4512	Stipendije	113	0	0	0	0
452	Kapitalne donacije	114	0	0	0	0
46	Ostali rashodi (AOP 116+121)	115	40.150	1.975	1.841	93
461	Kazne, penali i naknade štete (AOP 117 do 120)	116	150	150	16	11
4611	Naknade šteta pravnim i fizičkim osobama	117	0	0	0	0
4612	Penali, ležarine i drugo	118	150	150	16	0
4613	Naknade šteta radnicima	119	0	0	0	0
4614	Ugovorene kazne i ostale naknade šteta	120	0	0	0	0
462	Ostali nespomenuti rashodi (AOP 122 do 125)	121	40.000	1.825	1.825	100
4621	Neotpisana vrijednost i drugi rashodi otuđene i rashodovane dugotrajne imovine	122	0	1.825	1.825	0
4622	Otpisana potraživanja	123	0	0	0	0
4623	Rashodi za ostala porezna davanja	124	0	0	0	0
4624	Ostali nespomenuti rashodi	125	40.000	0	0	0
47	Rashodi vezani uz financiranje povezanih neprofitnih organizacija (AOP 127+128)	126	0	0	0	0
4711	Tekući rashodi vezani uz financiranje povezanih neprofitnih organizacija	127	0	0	0	0
4712	Kapitalni rashodi vezani uz financiranje povezanih neprofitnih organizacija	128	0	0	0	0
	Stanje zaliha proizvodnje i gotovih proizvoda na početku razdoblja	129	0	0	0	0
	Stanje zaliha proizvodnje i gotovih proizvoda na kraju razdoblja	130	0	0	0	0
	Povećanje zaliha proizvodnje i gotovih proizvoda (AOP 130-129)	131	0	0	0	0
	Smanjenje zaliha proizvodnje i gotovih proizvoda (AOP 129-130)	132	0	0	0	0
	UKUPNI RASHODI (AOP 044-131 ili 044+132)	133	2.952.150	2.956.932	2.889.208	98
	VIŠAK PRIHODA (AOP 001-133)	134			116.098	0
	MANJAK PRIHODA (AOP 133-001)	135	-352.150	-15.150		0
5221	Višak prihoda – preneseni	136	1.402.609	1.435.438	1.435.438	100
5222	Manjak prihoda – preneseni	137	0	0	0	0
	Obveze poreza na dobit po obračunu	138	0	0	0	0
	Višak prihoda raspoloživ u sljedećem razdoblju (AOP 134+136-135-137-138)	139	1.050.459	1.420.288	1.551.536	109
	Manjak prihoda za pokriće u sljedećem razdoblju (AOP 135+137-134-136+138)	140	0	0	0	0

Ukupni rashodi Turističke zajednice Zadarske županije su planirani u iznosu od 2.956.932 €, a ostvareno je 2.889.208 € što je 2% manje.

Od toga su rashodi za radnike planirani u iznosu od 313.000 €, a ostvareno je 310.417 € ili 1% manje. Rashodi za radnike se u Programu rada vode pod „Administrativni rashodi“.

Materijalni troškovi u 2025. iznose 2.050.939 € dok je Izmjenama procijenjeno na 2.141.657 €, što je 4% manje.

U strukturi materijalnih troškova naknade troškova radnicima iznose 58.294 €, Izmjenama je planirano 53.890 €. Ostali rashodi za radnike su planirani 17.000 €, a ostvareni 13.088€. Naknade članovima predstavničkih tijela (Turističko vijeće) su planirane u iznosu od 4.000 €, a ostvareno je 2.137 € ili 47% manje. Ove se naknade također vode kao „Administrativni rashodi“. Naknade ostalim osobama izvan radnog odnosa po ugovorima o djelu ili autorskom honoraru su planirane u iznosu od 20.000 €, a ostvareno je 22.039 €, što je 10% više. Ove naknade se odnose na osobe koje su angažirane kao turistički informatori na stranim turističkim sajmovima, kuhari i sommelieri na enogastro prezentacijama. U 2025. je održano manje sajmova i prezentacija tako da je bilo potrebno manje angažiranje vanjskih suradnika i trošak je dvostruko manji nego 2024. Taj trošak se vodi pod „Sajmovi“ i „Posebne prezentacije“.

Rashodi za usluge čine najveći dio materijalnih troškova, planirani su u iznosu od 1.959.000 €, a ostvareno je 1.857.490 € ili 5% manje. Najveći dio iznosa čine usluge promidžbe i informiranja i to 1.630.566 €, dok je planirano 1.720.000 €, što je 5% manje. U ovim su troškovima obuhvaćene aktivnosti promidžbe i oglašavanja na internet stranicama, tiskovinama. Ovi troškovi su u Programu rada obuhvaćeni pod: „Internet oglašavanje“, „Komunikacija na društvenim mrežama“, „Internet stranice“, „Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora“, „Strateški projekti“ te „Studijska putovanja novinara, blogera i agenata“. Tu je i izrada projekta „Razvoj eno-gastro proizvoda“ koja se u Programu rada vodi pod „Razvoj proizvoda“. Aktivnosti su se uspjele realizirati kako su i planirane, iako s nešto manjim planiranim troškom.

Ostali troškovi usluga su u najvećem dijelu komunalne, intelektualne i računalne usluge koje vezujemo uz rad Turističkog ureda, odnosno administrativne troškove. Intelektualne usluge iznose 45.834 €, odnosi se na edukacije, koje se vode pod „Stručni skupovi i edukacije“, projekt anketiranja stranih turista o zadovoljstvu koji je u Programu rada obuhvaćen pod „Istraživanje i analiza tržišta“. Također je nekoliko brošura prevedeno na strane jezike, pisani su tekstovi za brošure, u Programu rada se vode pod „Priprema destinacijskih materijala“.

Rashodi za materijal i energiju su planirani u iznosu od 62.000 €, a ostvareno je 63.401 €, što je 2% više. Ovi su troškovi sastavni dio „Administrativnih troškova“.

Ostali nespomenuti materijalni rashodi iznose 34.490 € što je 34% više od planiranih 25.767 €. Ovdje su obuhvaćeni troškovi reprezentacije jer smo bili domaćini raznih poslovnih susreta koje je TZ Zadarske županije organizirala ili pomogla u organizaciji, kao što je ugošćavanje direktora svih nacionalnih turističkih zajednica, nekoliko koordinacija HTZ-a, direktora turističkih zajednica Zadarske županije, dodjela godišnjih nagrada koje se vode pod „Koordinacija i nadzor“, studijsko putovanje koje je u programu pod stavkom „Stručni skupovi i edukacije“, edukativne radionice u

Izvešće o radu za razdoblje I - XII 2025.

projektu „Welcome“, studijska putovanja turističkih novinara i turističkih agenata koji se vode pod istoimenim stavkama Programa rada i drugo.

Rashodi amortizacije su planirani u iznosu od 40.000 €, a ostvareno je 40.147 €. Amortizacija je obračunata na osnovna sredstva, table dobrodošlice na ulazima u županiju i ulaganje u Palaču Cedulin.

Financijski rashodi se odnose bankarske usluge i usluge platnog prometa te se vode u Programu rada kao „Administrativni troškovi“. Planirani su u iznosu od 10.300 €, a utrošeno je 5.601 € ili 46% manje od plana.

Donacije se dodjeljuju temeljem Javnog poziva za dodjelu potpora događanjima, Javnog poziva za dodjelu potpora DMK te se u Programu rada vode pod „Potpora razvoju turističkih događanja“, „Podrška turističkoj industriji“ te „Posebni programi“. Ovdje su i sredstva HTZ-a iz Fonda za nerazvijene koje je TZŽZ prosljedila lokalnim TZ-ima. Ova se sredstva vode pod „Fondovi-posebne namjene“. Za donacije je planirano 450.000 €, a utrošeno je 480.263 € ili 7% više.

Ostali rashodi iznose 1.841 €, a planirani su u iznosu od 1.975 €, a odnose se na neotpisanu vrijednost rashodovane imovine.

U 2025. godini je ostvareno 116.098 € viška prihoda nad rashodima. Preneseni prihod iz prethodnih razdoblja iznosi 1.435.438 € pa ukupni prihod raspoloživ u sljedećem razdoblju iznosi 1.551.536 €. Čine ga novac na četiri žiro-računa (redovni žiro-račun i žiro-račun za posebnu namjenu) te razlika vrijednosti imovine i obveza.

VII. ZAKLJUČAK

Godišnji program rada i financijski plan za 2025. godinu usvojen je na sjednici Skupštine Turističke zajednice Zadarske županije u prosincu 2024. godine.

TZ Zadarske županije je u 2025. godini izvršila gotovo sve aktivnosti utvrđene u Programu rada za 2025. s naglaskom na cjelovitu promidžbu kroz mnoge aktivnosti.

TZ Zadarske županije pokrenula je planirane aktivnosti oglašavanja te su s početkom godine odrađene brojne posebne promotivne kampanje putem raznih kanala i oblika komunikacije. Odrađena su studijska putovanja novinara, influencera i agenata te događanja, a TZŽ je provela 3 Javna poziva: za potpore događanjima, za potpore turističkoj industriji te za razvoj turističkih proizvoda posebnih interesa. Svi planirani sajamski nastupi su u potpunosti realizirani. Također su u predsezoni pokrenute avio-linije s kompanijama s kojima se TZŽ redovito oglašava te su i ove godine Strateški projekti aktualni.

Intenzivirao se interes partnera u smislu daljnjeg razvoja eno-gastro proizvoda koji ima veliki potencijal i nužno ga je i dalje poticati i razvijati, posebno kada se radi o inicijativama stručnih i strukovnih udruženja. Snažno se radilo na implementaciji oznake kvalitete „Taste Zadar region“, odrađena je serija obilazaka i edukacija na ukupno 20 obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava širom županije. Kreirane su rute studijskih putovanja za agente turističkih agencija po područjima i danima, kontaktirane su incoming turističke agencije s područja Zadarske županije i svih turističkih agencija u RH koje pružaju usluge izleta putnicima s kružnih putovanja brodova su realizirana 4 jednodnevna programa studijskog putovanja za agente po Zadarskoj županiji s posjetom registriranih „Taste Zadar region“ OPG-ova.

Nastavljena je suradnja s renomiranim gastro vodičima Michelin i Gault&Millau Hrvatska koji je na svoje stranice uvrstio velik broj ugostiteljskih objekata u Zadarskoj županiji.

Zajedno sa zainteresiranim partnerima odrađeni su nastupi na sajmovima specijaliziranim za MICE, time se pojačavaju aktivnosti na razvoju poslovnog turizma budući da su otvoreni novi visokokvalitetni hoteli. TZŽ se uključila s HTZ-om i drugim regijama u suradnju na promociji MICE segmenta kad se ukazala takva mogućnost.

Povećan je interes i jačanje većih, posebice sportskih, događanja na području Zadarske županije, posebice Zadra, te je stoga na adresu TZ Zadarske županije upućeno nekoliko zahtjeva za dodatna sponzorstva koji imaju uvjete biti svrstani u stavku programa rada „Posebni programi“.

S obzirom kako je sveukupan višak prihoda prema novčanom tijeku na kraju 2024. godine ostvaren u visini od nešto manje od milijun €, time predstavlja značajno veće mogućnosti za realizaciju aktivnosti određenih Programom rada za 2025. godinu.

Razlika između rashoda prikazanih u Financijskom planu prema Zakonu o računovodstvu neprofitnih organizacija i rashoda prikazanih u Metodologiji Ministarstva turizma i sporta je u tome što su rashodi prema Metodologiji umanjeni za amortizaciju i otpis sitnog inventara, utrošak promidžbenog materijala te uvećani za stvarne troškove tiskanja brošura (koji se inače vode na skladištu klasa 0).

Izvješće o radu za razdoblje I - XII 2025.

TZ Zadarske županije redovito konzultira Vijeće i Povjerenstvo za raspolaganje imovinom u svim ključnim odlukama i postupcima koji nisu direktno opisani u programu rada, odnosno izlaze iz usvojenih okvira. Stoga možemo zaključiti kako su sve aktivnosti realizirane sukladno zakonskim zadaćama i odlukama Turističkog vijeća HTZ-a.

Tijekom 2025. godine, i dalje je ključna suradnja sa svim relevantnim dionicima u turizmu, od regionalnih dionika, cijelog sustava TZ-a Zadarske županije, ali i regionalnih u okružju, stranih i domaćih partnera.