



i

**IZVJEŠĆE O IZVRŠENJU PROGRAMA RADA
TURISTIČKE ZAJEDNICE ZADARSKE ŽUPANIJE
ZA 2024. GODINU**

Zadar, veljača 2025.

I. FINANCIJSKI REZULTAT I-XII 2024.	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	10
1.3. MJERENJE UČINKOVITOSTI PROMOTIVNIH AKTIVNOSTI	10
1.4.	10
2. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA	11
2.1. IDENTIFIKACIJA I VREDNOVANJE RESURSA TE STRUKTURIRANJE TURISTIČKIH PROIZVODA	11
2.2. SUSTAVI OZNAČAVANJA KVALITETE TURISTIČKOG PROIZVODA	13
2.2.1. AKTIVNI (OUTDOOR) TURIZAM	13
2.2.2. NAUTIČKI TURIZAM	17
2.2.3. KULTURNI I DOŽIVLJAJNI TURIZAM	20
2.2.4. RAZVOJ ENO-GASTRO-TURIZMA	20
2.2.5. KLUB KVALITETE „PREMIUM“	35
2.2.6. POSLOVNI TURIZAM	35
2.2.7. PROJEKT OZNAČAVANJA KVALITETE U OBITELJSKOM SMJEŠTAJU „WELCOME“	37
2.2.8. OSTALI PROIZVODI	39
2.3.1. Javni poziv za dodjelu potpora lokalnim turističkim zajednicama i turističkim subjektima za manifestacije	40
2.4. TURISTIČKA INFRASTRUKTURA	44
2.5. PODRŠKA TURISTIČKOJ INDUSTRIJI	44
3. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE	47
3.1. DEFINIRANJE BRENDING SUSTAVA I BREND ARHITEKTURE	47
3.2. OGLAŠAVANJE DESTINACIJSKOG BRANDA, TURISTIČKE PONUDE I PROIZVODA	48
3.2.1. IZRADA I PROVOĐENJE MEDIJA PLANA	48
3.2.2. Posebne tematske kampanje po turističkim proizvodima i prigodne kampanje	71
3.2.3. KOMUNIKACIJA NA DRUŠTVENIM MREŽAMA	86
3.3. ODNOSI S JAVNOŠĆU (GLOBALNI I DOMAĆI PR)	92
3.3.1. GLOBALNI PR	92
3.3.2. DOMAĆI PR	94
3.3.3. STUDIJSKA PUTOVANJA ZA PREDSTAVNIKE MEDIJA U SURADNJI SA SUSTAVOM TZ	97
3.4. MARKETINŠKE I POSLOVNE SURADNJE	106
3.4.1. UDRUŽENO OGLAŠAVANJE U SURADNJI SA SUSTAVOM TURISTIČKIH ZAJEDNICA I PREDSTAVNICIMA TURISTIČKE PONUDE NA REGIONALNOJ RAZINI	106
3.4.2. STRATEŠKI PROJEKTI I MARKETINŠKE SURADNJE	108

3.4.3.	POSEBNI PROGRAMI I PROJEKTI.....	112
3.5.	SAJMOVI, POSEBNE PREZENTACIJE I POSLOVNE RADIONICE	116
3.5.1.	NASTUPI NA SAJMOVIMA	116
3.5.2.	ORGANIZACIJA I SUDJELOVANJE NA POSEBNIM PREZENTACIJAMA I NA POSLOVNIM RADIONICAMA	123
3.6.	SURADNJA S ORGANIZATORIMA PUTOVANJA	132
3.7.	KREIRANJE PROMOTIVNOG MATERIJALA.....	136
3.7.1.	Produkcija promotivnih materijala	136
3.7.2.	Priprema destinacijskih marketinških materijala.....	137
3.7.3.	Izrada suvenira i ostalog promidžbenog materijala.....	139
3.8.	INTERNETSKJE STRANICE	140
3.8.1.	UPRAVLJANJE ODREĐENIM SADRŽAJEM NA INTERNETSKIM STRANICAMA	140
3.8.2.	RAZVOJ I ODRŽAVANJE INTERNETSKIH STRANICA.....	140
3.9.	KREIRANJE I UPRAVLJANJE BAZAMA TURISTIČKIH PODATAKA	140
3.9.1.	VOĐENJE DETALJNE TURISTIČKE BAZE PODATAKA O PONUDI I POTRAŽNJI	140
3.9.2.	Otkup sadržaja, fotografija i ostalih podataka.....	141
3.10.	TURISTIČKO-INFORMATIVNE AKTIVNOSTI.....	141
3.10.1.	UPRAVLJANJE TIC-EVIMA.....	141
3.10.2.	POSTAVLJANJE INFO-PUNKTOVA TE POSTAVLJANJE I ODRŽAVANJE TURISTIČKE SIGNALIZACIJE	141
4.	DESTINACIJSKI MENADŽMENT.....	142
4.1.	TURISTIČKI INFORMACIJSKI SUSTAVI I APLIKACIJE /EVISITOR	142
4.1.1.	SUDJELOVANJE U RAZVOJU I UPRAVLJANJU SUSTAVOM EVISITOR I OSTALIM TURISTIČKIM INFORMACIJSKIM SUSTAVIMA	142
4.1.2.	USPOSTAVLJANJE SUSTAVA POSLOVNE INTELIGENCIJE TEMELJENE NA INFORMATIČKIM TEHNOLOGIJAMA	143
4.2.	STRUČNI SKUPOVI I EDUKACIJE.....	144
4.3.	KOORDINACIJA I NADZOR	146
4.3.1.	NADZOR, KOORDINACIJA I USKLAĐIVANJE LOKALNIH TURISTIČKIH ZAJEDNICA	146
4.3.2.	DEFINIRANJE SMJERNICA I STANDARDA ZA OBLIKOVANJE TURISTIČKIH PROMOTIVNIH MATERIJALA LTZ I SMJERNICA ZA PROVEDBU MARKETINŠKIH AKTIVNOSTI LTZ	147
4.4.	UPRAVLJANJE KVALITETOM U DESTINACIJI	147
4.4.1.	Sudjelovanje u planiranju i provedbi ključnih investicijskih projekata javnog i privatnog sektora	147
4.4.3.	Nagrađivanje izvrsnosti i dostignuća turističkih destinacija i pojedinaca u turizmu	148
4.4.4.	Podrška subjektima u svrhu razvoja programa povezanih neposredno s turističkim proizvodom.....	149

4.5.	POTICANJE NA OČUVANJE I UREĐENJE OKOLIŠA	151
5.	ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA.....	152
6.	ADMINISTRATIVNI POSLOVI	152
6.1.	PLAĆE.....	152
6.2.	MATERIJALNI TROŠKOVI.....	153
6.3.	TIJELA TURISTIČKE ZAJEDNICE	153
7.	REZERVA	155
8.	FONDOVI.....	156
III.	OSTVARENJE DUGOROČNIH I KRATKOROČNIH CILJEVA	159
IV.	OSTVARENI TURISTIČKI PROMET	160
V.	OSTVARENJE PRIHODA I RASHODA	164
VI.	USPOREDBA IZVRŠENJA FINACIJSKOG PLANA ZA 2024. GODINU S POVEZNICOM UZ PROGRAME, AKTIVNOSTI I PROJEKTE	167
VII.	ZAKLJUČAK.....	171

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 2024. godinu 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 2024. godinu sadrži:

- I. FINANCIJSKI REZULTAT;**
- II. IZVRŠENE AKTIVNOSTI;**
- III. OSTVARENI TURISTIČKI PROMET;**
- IV. USPOREDBA REALIZIRANIH AKTIVNOSTI S POJEDINAČNO PLANIRANIM AKTIVNOSTIMA (TABLIČNI PRIKAZ)**
- V. ZAKLJUČAK**

I. FINANCIJSKI REZULTAT I-XII 2024.

Izvešća 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 Zajednica raspolaže u narednom razdoblju te vrijednosti nefinancijske i financijske imovine Zajednice.

OSTVARENI PRIHODI I – XII 2024.

	PRIHODI	Plan za 2024.	Rebalans 2024.	Realizacija 2024.	Udio % u realizaciji	Indeks realizacija / rebalans
1.	Izvorni prihodi	2.050.000,00 €	2.120.000,00 €	2.161.425,95 €	61%	102
1.1.	Turistička pristojba	1.700.000,00 €	1.770.000,00 €	1.807.314,09 €	51%	102
1.2.	Članarina	350.000,00 €	350.000,00 €	354.111,86 €	10%	101
2.	Prihodi iz proračuna općine / grada / županije i državnog proračuna	10.000,00 €	7.500,00 €	5.000,00 €	0%	67
3.	Prihodi od sustava turističkih zajednica	230.000,00 €	236.408,65 €	236.190,36 €	7%	100
3.1.	Prihodi od sustava turističkih zajednica - zajedničke aktivnosti	50.000,00 €	46.100,00 €	45.881,71 €	1%	100
3.2.	Prihodi od HTZ-za raspod. sredstava iz fondova-posebne namjene	180.000,00 €	190.308,65 €	190.308,65 €	5%	100
4.	Prihodi iz EU fondova	- €	- €	- €	0%	0
5.	Prihodi od gospodarske djelatnosti	- €	- €	- €	0%	0
6.	Preneseni prihod iz prethodne godine	720.000,00 €	1.019.132,73 €	1.019.132,73 €	29%	100
7.	Ostali prihodi	210.000,00 €	160.000,00 €	167.278,08 €	5%	105
	SVEUKUPNO	3.220.000,00 €	3.543.041,38 €	3.589.027,12 €	101%	101

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 2024. godini ostvariti približno 1.700.000 €, rebalansom je povećano na 1.770.000 €. U razdoblju siječanj-prosinac 2024. godine ostvareno je **1.807.314,09 €** prihoda od turističke pristojbe što je 2% više od planiranog za cijelu godinu. U ovaj iznos uključena su i sredstva turističke pristojbe od nautike, koja uplaćuje Hrvatska turistička zajednica. Izvorna turistička pristojba je naplaćena u iznosu od 1.660.298,55 € dok je turistička pristojba od nautike naplaćena u iznosu od 147.015,54 €.

Turistička članarina

Turistička članarina plaća se temeljem članka 59. Zakona o turističkim zajednicama, a u skladu sa Zakonom o članarinama u turističkim zajednicama. U 2024. se planirao prihod od turističke članarine u iznosu od 350.000 €, rebalansom je iznos ostao isti. U razdoblju siječanj-prosinac 2024. godini ostvareno je 354.111,86 € prihoda od turističke članarine, što je za 1% više od planiranog.

Realizacija izvornih prihoda: 2.161.425,95 €

Turistička pristojba – 1.807.314,09 €

Članarina – 354.111,86 €

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

Prihodi iz proračuna Zadarske županije u 2024. su planirani u iznosu od 10.000 € te su rebalansom smanjeni na 7.500 €. U 2024. je ipak realizirano manje i to 5.000,00 €, a cijeli iznos se odnosi na podršku projektu razvoja eno-gastro turizma.

3. Prihodi od sustava turističkih zajednica:

Prihodi od sustava turističkih zajednica su planirani u iznosu od 230.000 €, od čega od županijskih i lokalnih turističkih zajednica za zajedničke aktivnosti 50.000 €. Rebalansom su prihodi od sustava TZ-a smanjeni na 46.100 € . Planirani prihodi od HTZ-a povećani su sa 180.000 € na iznos od 190.308,65 € kad je uplata već bila izvršena.

Ostvareno je 45.881,71 € i to za dio troškova zajedničkih nastupa na sajmovima: Utrecht, Prag, Bruxelles, Milano, Berlin, Düsseldorf i Parma, work shopu u Oslu, za snimanje emisije austrijske TV „Sylvia kocht“, poljske influencere, svečanosti proslave Dana državnosti u Beču te troškovi fam tripa „Break the Ice Forum“.

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 190.308,65 € 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 2024. godini prenesen je prihod iz 2023. godine u iznosu od 1.019.132,73 € prema načelu novčanog tijeka. Ta sredstva služe kako bi se osiguralo nesmetano izvršenje zadaća turističkog ureda u prvoj polovici 2024. 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 2024. godini, posebno zbog većih zakonskih zadaća i ovlasti, te imati spremna sredstva za promidžbu te pomoć sustavu i sektoru samim početkom 2024. 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 210.000 € 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.

Realizacija ostalih prihoda u ovom razdoblju iznosi 23.914,96 € za i odnosi se na prihod od HGK i komercijalnih partnera za zajednički zakup štanda na sajmovima u Beču, Utrechtu, Stuttgartu i Berlinu te na work shopu u Oslu.

Rebalansom su ostali prihodi smanjeni na 160.000 €. Realizacija ostalih prihoda u ovom razdoblju iznosi 167.278,08 € ili 5% više od plana.

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**

1. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE

	AKTIVNOSTI	Plan za 2024.	Rebalans 2024.	Realizacija 2024.	Udio % u realizaciji	Indeks realizacija / rebalans
1.	ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE	50.000,00 €	31.250,00 €	24.343,75 €	1%	78
1.1.	Izrada strateških / operativnih / komunikacijskih / akcijskih dokumenata	- €	7.000,00 €	- €	0%	0
1.2.	Istraživanje i analiza tržišta	50.000,00 €	24.250,00 €	24.343,75 €	1%	100
1.3.	Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti	- €	- €	- €	0%	0

1.1. IZRADA STRATEŠKIH/OPERATIVNIH/KOMUNIKACIJSKIH/AKCIJSKIH DOKUMENATA

	AKTIVNOSTI	Plan za 2024.	Rebalans 2024.	Realizacija 2024.	Udio % u realizaciji	Indeks realizacija / rebalans
1.1.	Izrada strateških / operativnih / komunikacijskih / akcijskih dokumenata	- €	7.000,00 €	- €	0%	0

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

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

Od 1. siječnja 2024. na snazi Zakon o turizmu koji je propisao izradu studija nosivosti kapaciteta te Plan upravljanja destinacijom za čiju nadležnost na regionalnoj razini odgovorna TZZŽ. Pravilnici su doneseni u rujnu 2024. Izrada Strategije razvoja turizma Zadarske županije čiji će sastavni dio biti Plan upravljanja destinacijom je pri završetku. Naručitelj izrade strategije je Zadarska županija, a donošenje se očekuje početkom 2025. TZZŽ je za potrebe izrade strategije ustupila izvođaču brojne podatke o turističkom prometu te koordinirala prikupljanje podataka od lokalnih turističkih zajednica.

Cilj aktivnosti:

Doprinos izradi potrebnih studija nosivosti kapaciteta te Plan upravljanja destinacijom.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZ Zadarske županije, Zadarska županija, lokalne TZ, JLS

Realizacija: kraj 2024.

Na realizaciju projekta „IZRADA STRATEŠKIH/OPERATIVNIH/KOMUNIKACIJSKIH/AKCIJSKIH DOKUMENATA“ u 2024. godini nije ništa utrošeno.

1.2. ISTRAŽIVANJE I ANALIZA TRŽIŠTA

	AKTIVNOSTI	Plan za 2024.	Rebalans 2024.	Realizacija 2024.	Udio % u realizaciji	Indeks realizacija / rebalans
1.2.	Istraživanje i analiza tržišta	50.000,00 €	24.250,00 €	24.343,75 €	1%	100

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

TZZZ 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. U 2024. godini pokrenuto je istraživanje o zadovoljstvu, motivaciji i navikama gostiju Zadarske županije. Prikupljene su i ocijenjene pristigle ponude te je Povjerenstvo za raspolaganje imovinom od 7-14 tisuća eura odabralo povoljniju ponudu agencije Hendal.

Cilj je ove aktivnosti dobiti uvid u ponašanje i motive dolaska ovisno o razdoblju/mjesecu u kojem dolaze, ovisno kojim načinom, gdje odsjedaju, odnosno u kojoj destinaciji borave (Zadar prema manjim sredinama). U projekt anketiranja je aktivno uključeno osoblje lokalnih TIC-eva te recepcijsko osoblje hotela i kampova. Istraživanje obuhvaća prikupljanje (anketiranje), obradu i prikaz rezultata. Predviđeno trajanje istraživanja je razdoblje svibanj–studen 2024. Ciljana publika su strani turisti koji su ostvarili minimalno 1 noćenje u komercijalnom smještaju u Zadarskoj županiji. Za što bolji odaziv, gosti se motiviraju putem promotivnih materijala (platnenih vrećica i magneta za hladnjak), a čime se ostvaruje dodatna promidžba. Koriste se tableti i stalci s QR kodom nabavljeni prilikom istraživanja provedenog 2022. godine. Budući da je do početka kolovoza prikupljeno 450 anketa, što je nedovoljno reprezentativni uzorak, angažirana je agencija Hendal za provođenje dodatnih 500 F2F anketa. Konačni rezultati su isporučeni u studenom 2024.

Cilj aktivnosti: Po završetku istraživanja dobiti uvid u ponašanje, potrebe i zadovoljstvo gostiju.

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

Na realizaciju projekta „ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA“ utrošeno je ukupno 24.343,75 prema sljedećoj računovodstvenoj strukturi:

- Usluge nadzora, istraživanja radova, tržišta 24.250,00 €
- Računalne usluge 93,75 €

1.3. MJERENJE UČINKOVITOSTI PROMOTIVNIH AKTIVNOSTI

1.4.

	AKTIVNOSTI	Plan za 2024.	Rebalans 2024.	Realizacija 2024.	Udio % u realizaciji	Indeks realizacija / rebalans
1.3.	Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti	- €	- €	- €	0%	0

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.

2. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA

	AKTIVNOSTI	Plan za 2024.	Rebalans 2024.	Realizacija 2024.	Udio % u realizaciji	Indeks realizacija / rebalans
2.	RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA	348.400,00 €	345.705,00 €	326.359,85 €	12%	94
2.1.	Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda	- €	- €	- €	0%	0
2.1.1	Razvoj sustava TOP doživljaja	- €	- €	- €	0%	0
2.2.	Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda	157.000,00 €	154.305,00 €	136.904,71 €	5%	89
2.2.1	Aktivni (outdoor ili adventure) turizam	50.000,00 €	62.500,00 €	44.673,34 €	2%	71
2.2.2	Nautički turizam	18.000,00 €	18.000,00 €	18.086,98 €	1%	100
2.2.3	Kulturni i doživljajni turizam	- €	- €	- €	0%	0
2.2.4	Razvoj eno-gastro turizma	45.000,00 €	45.000,00 €	48.928,05 €	2%	109
2.2.5	Klub kvalitete Premium	7.000,00 €	805,00 €	804,70 €	0%	100
2.2.6	Poslovni turizam	12.000,00 €	9.000,00 €	8.407,93 €	0%	93
2.2.7	Projekt označavanja kvalitete u obiteljskom smještaju "Welcome"	12.000,00 €	6.000,00 €	5.978,82 €	0%	100
2.2.8	Ostali proizvodi	13.000,00 €	13.000,00 €	10.024,89 €	0%	77
2.3.	Podrška razvoju turističkih događanja	100.000,00 €	100.000,00 €	99.183,74 €	4%	99
2.4.	Turistička infrastruktura	66.400,00 €	66.400,00 €	66.361,40 €	2%	100
2.5.	Podrška turističkoj industriji	25.000,00 €	25.000,00 €	23.910,00 €	1%	96

2.1. IDENTIFIKACIJA I VREDNOVANJE RESURSA TE STRUKTURIRANJE TURISTIČKIH PROIZVODA

AKTIVNOSTI	Plan za 2024.	Rebalans 2024.	Realizacija 2024.	Udio % u realizaciji	Indeks realizacija / rebalans
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.

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 jedan od 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 će se posebno osloniti na lokalne razvojne projekte ciklo i pješačkog turizma u vidu integracije u regionalne projekte Zadar Bike/Trail Magic.

U 2022. godini pokrenut je razvoj eno-gastro turizma s kojim smo intenzivno nastavili i u 2024., a novi proizvod koji se obradio i dalje razvija je poslovni turizam (MICE industrija). O njima više u nastavku izvješća.

2.1.1. RAZVOJ SUSTAVA TOP-DOŽIVLJAJA

U svrhu primjene Priručnika, do kraja godine organizirala se edukacija/radionice kako bi se analizirali postojeći doživljaji i poticali novi, uz posebno definiranje tzv. *flagship* programa za svaki proizvod odnosno subregiju.

Edukativna radionica - Kreiranje doživljaja na razini TZZŽ i vodećih programa, 11. prosinca 2024., hotel Kolovare

Radionica na temu *Kreiranje doživljaja na razini Turističke zajednice Zadarske županije i vodećih programa* namijenjena zainteresiranim dionicima s područja Zadarske županije održana je u dva dijela i to jutarnjem na kojem su nazočili subjekti s područja arhipelaga, grada Zadra, i Rivijere Nin i Biograd, dok su poslijepodnevnoj nazočili subjekti grada Paga, rivijere Paklenica i ruralnog područja.

Predavač **Zoran Kasum** iz tvrtke **Hotel & Destination Consulting** radionicu je sadržajno podijelio u nekoliko cjelina. Tako je nazočne sudionike upoznao sa sadržajem *Priručnika za stvaranje turističkih doživljaja u Zadarskoj županiji* kojeg je izradila Turistička zajednica Zadarske županije, a potom i s dostupnim alatima i praktičnim primjenama uz osvrt na obrasce kreiranja doživljaja i samoprocjene kvalitete doživljaja. Uslijedila je rasprava o listama doživljaja/programa prema pojedinim subregijama te prijedlozi za daljnje korake.

Organizacijom ove radionice Turistička zajednica Zadarske županije je nastavila započete aktivnosti na polju razvoja top doživljaja. Naime, TZ Zadarske županije je, kao dio strateškog pristupa razvoju turističkih proizvoda, razvila okvir za razvoj top doživljaja kako bi se postupno napravila tranzicija od klasičnih turističkih proizvoda ka uspostavi uvjerljivih turističkih doživljaja. S ciljem da svi zainteresirani dionici postanu relevantni i konkurentni u kreiranju doživljaja na jednakoj razini kao i naša konkurencija, napravljen je i *Priručnik za stvaranje turističkih doživljaja u Zadarskoj županiji*, a koji predstavlja samo jednu od brojnih aktivnosti TZ Zadarske županije u transformaciji turističkih proizvoda ka autentičnim i relevantnim doživljajima, namijenjen dionicima u turizmu, turističkim poduzećima, organizatorima festivala i događaja, stanovnicima, JLS-ovima i razvojnim agencijama.

Realizacija: Trošak aktivnosti prikazuje se u naravi adekvatnoj stavci 4.2. Stručni skupovi i edukacije

2.2. SUSTAVI OZNAČAVANJA KVALITETE TURISTIČKOG PROIZVODA

AKTIVNOSTI	Plan za 2024.	Rebalans 2024.	Realizacija 2024.	Udio % u realizaciji	Indeks realizacija / rebalans
Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda	157.000,00 €	154.305,00 €	136.904,71 €	5%	89
Aktivni (outdoor ili adventure) turizam	50.000,00 €	62.500,00 €	44.673,34 €	2%	71
Nautički turizam	18.000,00 €	18.000,00 €	18.086,98 €	1%	100
Kulturni i doživljajni turizam	- €	- €	- €	0%	0
Razvoj eno-gastro turizma	45.000,00 €	45.000,00 €	48.928,05 €	2%	109
Klub kvalitete Premium	7.000,00 €	805,00 €	804,70 €	0%	100
Poslovni turizam	12.000,00 €	9.000,00 €	8.407,93 €	0%	93
Projekt označavanja kvalitete u obiteljskom smještaju "Welcome"	12.000,00 €	6.000,00 €	5.978,82 €	0%	100
Ostali proizvodi	13.000,00 €	13.000,00 €	10.024,89 €	0%	77

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.

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

- biciklističkog turizma
- pješačkog turizma

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.

Izvešće o radu za razdoblje I - XII 2024.

U skladu s tim i svijesti o značajnom proteku vremena od postavljanja projekta, TZŽ u sljedećem razdoblju želi identificirati i podržati projekte i aktivnosti lokalnih turističkih zajednica i njihovih partnera koje čine reviziju stanja na terenu te u konačnici svih ruta na području županije.

TZŽ redovito poziva LTZ-e za iskazivanje 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 marketinški projekt.

Projekt nastavljamo u suradnji sa zainteresiranim partnerima ovisno o interesu. 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.

Turističko vijeće Turističke zajednice Zadarske županije donijelo je na 40. sjednici održanoj 19. prosinca 2024. Odluku o financiranju lokalnih projekata destinacija u svrhu revizije i adaptacije projekata Zadar Bike Magic i Zadar Trail Magic. Prema navedenoj Odluci, odobreno je financiranje projekata u 2024. godini do maksimalnog iznosa od 12.000,00 € po projektu daljnjeg razvoja proizvoda. Sklopljeni su *Sporazumi o partnerstvu na projektu razvoja biciklističkog i pješačkog turističkog proizvoda* sa krajnjim rokom realizacije projekata 30. travnja 2025. Isplaćeni su sufinancirani iznosi onim LTZ-ima koji su realizirali projekte u 2024. godini i dostavili valjane dokaznice, dok će preostali iznosi biti isplaćeni i evidentirani do kraja navedenog roka u 2025. godini.

U ovom razdoblju tiskana je pješačka karta Nin rivijere na hrvatskom i engleskom jeziku koja je vizualno usuglašena s konstantama TZŽ u nakladi 7.000 primjeraka (4.900 na engleskom i 2.100 na hrvatskom jeziku).

Postojeće, već označene ZBM rute i nove biciklističke rute na području rivijere Nin uklopljene su u jednu cjelinu, te je prema njoj izrađena nova grafička priprema prema standardima ZBM i tiskano je 5.000 karata na engleskom jeziku.

Troškovi aktivnosti za tisak karata prikazuju se u naravi adekvatnoj stavci Programa rada – 3.7.2. Priprema destinacijskih marketinških materijala

Etapna MTB utrka 4 Islands 2024.

Turistička zajednica Zadarske županije je uz TZO Pakoštane i turističku agenciju Nin turizam d.o.o. podržala nastup mješovitog tima pod zajedničkim nazivom **Zadar Bike Magic** na devetom izdanju etapne MTB utrke **4 Islands 2024** koja se održavala od 16. do 20. travnja 2024. na 4 hrvatska otoka; Krku, Cresu, Malom Lošinju i Rabu. Svaki od sponzora osigurao je trećinu timske startnine te trećinu troška za specijalnu natjecateljsku odjeću sa logotipovima sponzora u svrhu promidžbe.

Zadar Bike Magic Mixed Team; **Karmen Škiljić** i **Tonko Čičin Šain** pobijedili su na svakoj od 4 etapa utrke, te su nakon 5 intenzivnih dana, dugih i zahtjevnih etapa, uvjerljivi ukupni pobjednici utrke u mješovitoj kategoriji. Velikim uspjehom Zadar Bike Magic tima Zadarska županija je na najbolji mogući način predstavljena kao biciklistička destinacija te je istaknut profesionalni potencijal brenda Zadar Bike Magic.

Izvešće o radu za razdoblje I - XII 2024.





STAGE 4 RESULTS

MIXED

ZADAR BIKE MAGIC

SKILJIC (CRO) / CIGIN-SAIN (CRO)

3:02:49

FUNDACION BIELA

PUJOL (ESP) / RODRIGUEZ (ESP)

3:11:57

+9:08

SQUIRT EFORT

HARMZEN PRETORIUS (RSA) / LAWRENCE (RSA)

3:15:40

+12:51

GC MIXED

ZADAR BIKE MAGIC

SKILJIC (CRO) / CIGIN-SAIN (CRO)

12:52:32

SQUIRT EFORT

HARMZEN PRETORIUS (RSA) / LAWRENCE (RSA)

13:47:13

+54:41

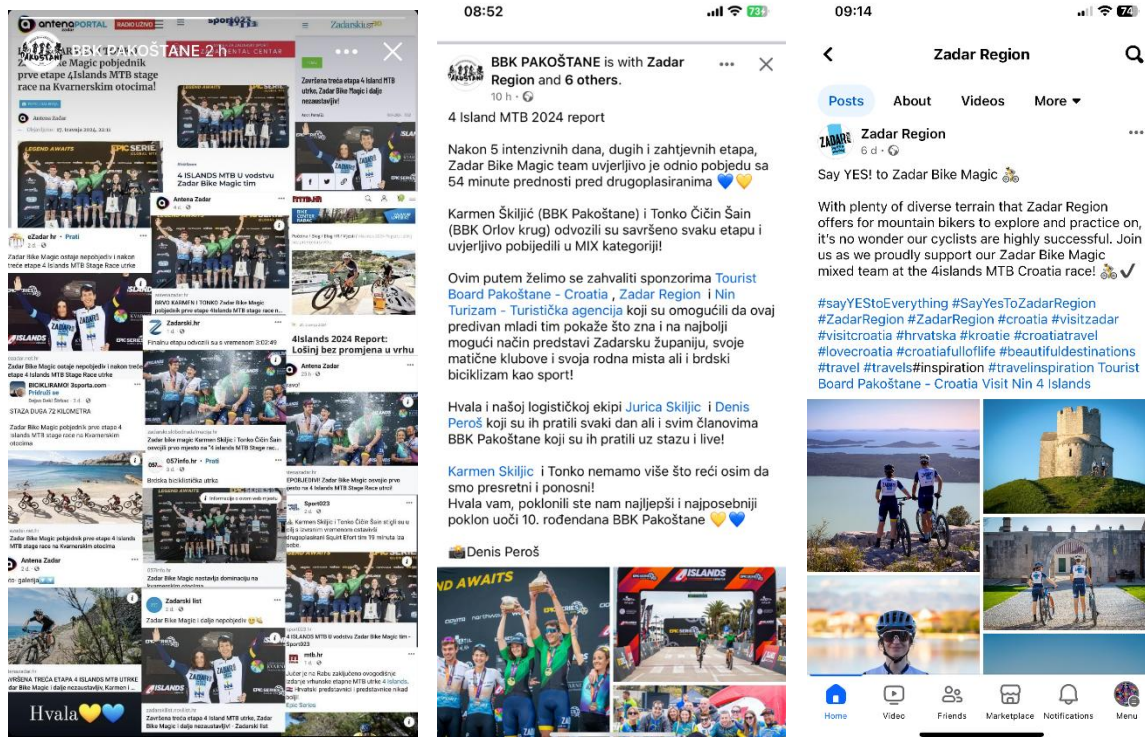
FUNDACION BIELA

PUJOL (ESP) / RODRIGUEZ (ESP)

14:09:24

+1:16:52





Outdooractive platforma

Svi podaci prikupljeni i revidirani vezani uz ciklo i pješački proizvod unose se na platformu Outdooractive, koju smo akvizirali i za 2024. godinu čime su dostupni širem europskom tržištu, kao i na stranicama TZŽ.

Platforma broji iznad 2.000 partnera iz sektora turizma, sporta, zabave i zdravlja iz cijelog svijeta, te preko 1,6 milijuna fizičkih osoba članova zajednice, 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. TZŽ 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.

Kroz 2024. godinu se na platformi Outdooractive unose promjene na postojećim stazama, ali i nove staze koje su realizirane *Odlukom o financiranju lokalnih projekata destinacija u svrhu revizije i adaptacije projekata Zadar Bike Magic i Zadar Trail Magic.*

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

Realizacija:

Etapna MTB utrka 4 Islands 2024	44.673,34 €
Partnerstvo s lokalnim TZ-ima u provedbi projekata 2023.	1.480,53 €
Partnerstvo s lokalnim TZ-ima u provedbi projekata 2024.	20.000,00 €
Godišnji najam i održavanje platforme Outdooractive	19.442,81 €
	3.750,00 €

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 Turističke zajednice Zadarske županije, te promicanje kroz oglašivačke prilike, promidžbene materijale, sajamske nastupe, programe studijskih putovanja novinara, te agenata.

Nastavljaju se razne promidžbene aktivnosti putem medija poput časopisa More koje se distribuira na svim značajnijim nautičkim sajmovima, kao i promidžba na 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.

TZŽ nastavila distribuirati kartu nautičkog turizma kao i nautički katalog.

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

Nautical Channel

I u 2024. nautička ponuda zadarske regije biti će prezentirana na britanskom Nautical Channel-u u sklopu TV serijala „WIND MASTERS CROATIA“ kojeg podržava i HTZ. Nautical Channel je jedina 24/7 globalna TV kuća posvećena nautici, nautičkom turizmu i sportu (jedrenju, surfanju, itd) te lifestyleu. Dostupan je za više od 20 milijuna pretplatnika u 44 zemlje na engleskom, francuskom i njemačkom jeziku na više od stotinu međunarodnih TV i satelitskih kanala, digitalnih zemaljskih, MMDS i kablskih TV platforma. U suradnji sa produkcijom Amali Doare ukupno će se snimiti 10 emisija u trajanju od 26 minuta od kojih će 2 emisije predstavljati nautičku ponudu Zadarske regije. Ovogodišnji serijal snimati će se u lipnju i srpnju te će se emitirati u jesen kao uvod i poziv gostima za dolazak u Hrvatsku 2025 godine.

Realizacija Trošak aktivnosti za produkciju Amali Doare prikazuju se u naravi adekvatnoj stavci Programa rada – 3.2.2. Posebne tematske kampanje po turističkim proizvodima.

Biograd Boat Show 2024.

Najveći srednjoeuropski i hrvatski nautički sajam 26. Biograd Boat Show predstavlja petodnevni spektakl na moru i kopnu te niz uspješnih poslovnih okupljanja i dogovora. Ilirija d.d., turistička tvrtka iz Biograda na Moru, u čijoj se organizaciji i domaćinstvu sajam održava, na 26. izdanju Biograd Boat Showa okupila je rekordan broj od preko 450 izlagača i 500 plovila te je predstavljeno više od 25 premijernih plovila, čime se ovogodišnji sajam potvrdio kao najznačajnija nautička manifestacija u Hrvatskoj i u ovom dijelu Europe. Posebnost ovogodišnjeg najvećeg sajma je ta što je nakon 25 godina održavanja u okviru Ilirijine Marine Kornati, a zbog iznimnog rasta interesa izlagača i partnera, sajam proširen na Gradsku luku Biograd, obuhvativši putničku i ribarsku luku te na taj način obgrlivši Biograd na Moru. To je omogućeno partnerskim odnosom i razumijevanjem grada Biograda na Moru, Županijske lučke uprave Zadar kao i nositelja ribarskog gospodarstva.

Ilirija d.d. pionir je razvoja nautičkog turizma u Hrvatskoj koja je prije 47 godina izgradila prvu ciljanu i namjensku luku nautičkog turizma u Hrvatskoj, a iste je godine oformila i prvu vlastitu čarter flotu od 40 Elanovih brodova čime je krenuo i razvoj čarter turizma u Hrvatskoj. Time je i Biograd uzdigla u kolijevku nautičkog turizma u zemlji, te je i danas zahvaljujući predanosti i razvoju Ilirije treća najposjećenija nautička luka na hrvatskom Jadranu.

Petodnevni festival svjetske i europske nautike prerastao je ovogodišnjom izvedbom na „5 sajмова u jednom“ jer je na jednom mjestu sjedinio izlagački sajam brodova i opreme, kongresni, čarter i business to business, dodajući tome i novi sadržaj – sajam luksuznih putovanja i avanturističkog turizma, te je svojoj isprofiliranosti kao kongres hrvatske nautičke industrije i turizma, dodao tu notu glamura i luksuza odnosno hrvatske premium ponude, a koju je primjereno vezivati upravo uz nautiku kao naš najelitniji oblik turizma. Sve je to stalo u „5 sajмова u jednom“: 26. Biograd Boat Show – izlagački sajam, 8. HKG Dane hrvatske nautike – kongresni sajam, 6. Croatia Charter Expo – čarter sajam, 9. Biograd B2B – poslovni sajam te 1. Croatia Luxury and Adventure Travel Show – sajam luksuznog i pustolovnog turizma.

Iako su svake godine pravljene izmjene u izgledu sajma njegovim širenjem ovogodišnje je uvećanje dalo sasvim novu sliku ne samo sajmu već i Biogradu kao kolijevci hrvatske nautike koji je osvanuo obgrljen plovilima, osiguravajući širenje sajma na 50.000 četvornih metara.

Izložbeni dio sajma oduševio je značajnim brojem premijera, sa sveukupnim predstavljanjem preko 500 izlagača iz zemlje i svijeta. Ljubitelji brodova mogli su uživati u više od 25 premijera plovila.

Hrvatska gospodarska komora je kroz 8. Dane hrvatske nautike tradicionalno okupila gospodarstvenike iz nautičkog sektora kako bi pred kraj nautičke sezone zajednički analizirali i raspravili ključne teme koje utječu na pomorstvo i nautički turizam kako i definiranje budućnosti ovog prestižnog segmenta hrvatskog turizma u svjetlu promjena k održivosti, kvaliteti i suživotu sa zadovoljstvom lokalnog stanovništva u skladu s Nacionalnim planom razvoja održivog turizma i novostima u Zakonu o turizmu.

Poslovni segment sajma je bio organiziran putem online B2B platforme za poslovno umrežavanje tvrtki iz nautičkog sektora, što je višegodišnja posebnost BBS-a. Više od 1.000 potvrđenih sastanaka ugovorenih putem B2B platforme ukazuje na sve veću važnost umrežavanja poslovnih partnera. Uz domaće predstavnike, u B2B programu su sudjelovali predstavnici iz Slovenije, Austrije, Poljske, Belgije, Njemačke, Mađarske, Slovačke, Srbije, Velike Britanije, Malte, Monaka, Andore, Francuske, Španjolske, Nizozemske, Švicarske, Litve, Ukrajine, Češke, Grčke, Danske, Švedske, Finske, Turske, SAD-a, Australije.

Ovogodišnji 6. Croatia Charter Expo uspješnošću je nadmašio sve dosadašnje. O potrebi stranih i domaćih čarter kompanija, agencija i tvrtki usko povezanih s čarterom za ovim okupljanjem svjedoči sudjelovanje poslovnih subjekata iz preko 40 zemalja iz čitavog svijeta. Preko 150 registriranih jaht čarter tvrtki, agenata i tvrtki koje nude usluge usko povezane s čarterom, s preko 500 akreditiranih sudionika, pretvorilo je ovaj ekskluzivni dvodnevni poslovni događaj u najveće globalno okupljanje čarteraša u sklopu nautičkog sajma, a okupljeni su predstavnici charter agencija koje raspolažu s preko 3.000 plovila.

1. Croatia Luxury and Adventure Travel Show – sajam luksuznog i pustolovnog turizma privukao je posebnu pažnju dok se impresivnom pokazala najveća izložba katamarana na Jadranu smještena u Gradskoj luci Biograd na Moru, sve traženijih i zastupljenijih, ponudom luksuznih plovila istaknutih, svjetskih brendova, kao i 20 vrhunskih automobila i niz lifestyle proizvoda.



Doček gostiju s kruzera

Zbog iznimnog značaja krizing 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 dijele se poklon vrećice za brodske časnike i menadžment te se organizira poseban program dobrodošlice. To se odnosi prije svega na kruzere koji prvi puta ticaju kruzersku luku Zadar.

Ostvareni cilj aktivnosti:

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

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

Realizacija:

Biograd Boat Show 2024.

Trošak dočeka kruzera

18.086,98 €

15.000,00 €

3.086,98 €

2.2.3. KULTURNI I DOŽIVLJAJNI TURIZAM

Nastavili smo snažnu zastupljenost ovih proizvoda na web-stranicama i podstranicama Turističke zajednice Zadarske županije, posebno kroz integraciju TOP doživljaja, te promicanje kroz promidžbene materijale, sajamske nastupe, programe studijskih putovanja novinara, te agenata.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Razvoj i marketing destinacije kroz permanentni razvoj turističkog proizvoda kulturnog i doživljajnog turizma kao jedne od komparativnih prednosti destinacije u skladu sa strateškim marketinškim dokumentima što potvrđuje pojačani interes turista.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZŽŽ

Realizacija: nisu planirani niti ostvareni troškovi

2.2.4. RAZVOJ ENO-GASTRO-TURIZMA

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

S obzirom kako su današnji turisti bombardirani raznim oznakama, u konačnici prate i vjeruju renomiranim globalnim brendovima, što je posebno izraženo u gastronomskom proizvodu. S druge strane, pružateljima usluga u ugostiteljstvu, restoraterima, ulazak u brend, odnosno jačanje prisutnosti na listi renomiranog svjetskog brenda, dalo bi na važnosti i vidljivosti. Stoga se za snažnije brendiranje eno-gastro scene planira nastavak i proširenje suradnje s vodećim svjetskim vodičima za enogastronomiju. Suradnja s pouzdanim i cijenjenim partnerima koji su referentne svjetske točke kada se radi o ovom proizvodu, daje posebnu vrijednost pozicioniranju i brendiranju destinacije.

Partneri su poznati zbog svoje objektivnosti, i od iznimne su važnosti za promociju hrvatske gastronomije na međunarodnoj sceni što uvelike pridonosi brendiranju Hrvatske kao atraktivne gastronomske destinacije, pa tako i Zadarske županije.

Michelin

Suradnja s Hrvatskom turističkom zajednicom (HTZ) u projektima promocije s Michelinom u promociji hrvatske gastronomije, koja uključuje cijeli niz marketinških aktivnosti čiji je cilj prezentacija autentičnog i jedinstvenog gastro iskustva naše županije, promocija destinacije, lokalne kulinarske scene i sastojaka te podizanje kvalitete gastro ponude.

HTZ surađuje s Michelinom od 2017. kada je potpisan ugovor s ciljem dodatne promocije hrvatske gastronomije te se sukladno njemu selekcija restorana objavljuje svake godine.

Suradnja s Michelinom u mnogome pridonosi prepoznatljivosti hrvatske gastronomije u svijetu jer je riječ o udruživanju s prepoznatljivim i jakim brendom koji simbolizira izvrsnost u svakom pogledu.

Opis aktivnosti

Promocija u sklopu ove poslovne suradnje prvenstveno se odnosi na **digitalni** Michelin vodič, organizaciju specijaliziranih radionica, organizaciju ekskluzivnih večera za **digitalne influencere** te na **digitalne kampanje**, a sve u cilju prezentacije hrvatske gastronomije

- Digitalne kampanje uključuju: produkciju promotivnih destinacijskih video uradaka te produkciju promotivnih članaka objavljenih na **Michelin Guide portalu**, no osim toga i svaka je prethodno spomenuta „ne digitalna“ aktivnost popraćena člankom na Michelin portalu i/ili objavom na Michelin Guide društvenim mrežama (prvenstveno Instagramu)
- Promotivni članci na Michelin Magazine portalu pod Dining Out. Člancima se obuhvaća promocija restorana, destinacije te lokalnih proizvođača hrane i vina.

Gault&Millau

Ubrzo nakon objave prvog izdanja, Gault&Millau Croatia postao je jedan od najrelevantnijih gastronomskih vodiča za Hrvatsku, prepoznat od strane hrvatske ugostiteljske zajednice, a prije svega od međunarodnih poklonika dobre hrane i vina, odnosno turista i posjetitelja koji sve više putuju u destinaciju zbog gastronomije i enologije. Inozemni gosti najčešće se ravnaju prema recenzijama objavljenim u renomiranim vodičima, od kojih je jedan Gault&Millau Croatia, jer im nudi širok i pouzdan izbor ugostiteljskih objekata u cijeloj Hrvatskoj. Posebno ga cijene gosti iz Austrije, Njemačke, Švicarske, Slovenije, Beneluxa i, naravno, Francuske, ali i turisti iz dalekog Japana. To su samo neke od 22 zemlje u kojima nacionalni Gault&Millau vodiči uživaju veliki ugled, a ujedno su sve to zemlje emitivnog turizma prema Hrvatskoj.

Opis aktivnosti

Eno gastro ponuda Zadarske županije na platformi Gault&Millau Croatia 2024: uključuje tiskano izdanje vodiča, web stranica hr.gaultmillau.com te društvene mreže FB i Instagram:

- Poseban blok teksta i fotografija na 8 - 12 stranica o Zadarskoj županiji unutar vodiča, na hrvatskom i engleskom jeziku. Blok je pozicioniran kao uvod u recenzije restorana i POP mjesta Zadarske regije.
- 3 oglasa na formatu 1/1 stranica ili 1 oglas + duplerica 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 izdanje 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 2.000.000 korisnika i 6.000.000 pregleda
- Objava 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.
- Promocija TZ Zadarske županije na gala eventu 18. travnja 2024.

Sedmu godinu zaredom gastronomski vodič Gault/Millau Croatia izabrao je i ocijenio najbolje restorane u Hrvatskoj. U selekciju za 2024. uključeno je 300 restorana, 108 popularnih mjesta u kojima se poslužuje hrana, 100 vina i 20 maslinovih ulja. Svečana promocija novog vodiča, poznata kao Noć kulinarskih oscara održana je 18. travnja u hotelu Esplanade u Zagrebu. Ovogodišnji je vodič bogatiji preporukama nego ijedan prije, a TZ Zadarske Županije predstavila se promotivnim blokom fotografija i tekstova o eno-gastro ponudi i to u dvojezičnoj formi: hrvatskoj i engleskoj, na ukupno

10 stranica. Također, u tiskanom izdanju vodiča koji se tiska u nakladi od 3000 primjeraka objavljena su 3 oglasa u formatu 1/1 stranice. Na G&M Croatia web stranici hr.gaultmillau.com istaknuto je partnerstvo sa TZ Zadarske županije sa vođenim linkom na stranice www.zadar.hr, a na društvenim mrežama FB i Instagramu osigurane su objave sa sadržajem koji promovira zadarsku regiju kao eno-gastro destinaciju.

U novo izdanje međunarodnog gastronomskog vodiča Gault&Millau Croatia 2024 uvršteno je 26 restorana Zadarske županije - sedam više nego prošle godine, a **Braco Sanjin** - chef restorana Griblja iz Sukošana, osvojio je Trofej Chefa moderne tradicijske kuhinje. Posebno je pohvalno što je u selekciji 20 maslinovih ulja, čak 4 iz Zadarske županije – 3 iz Pakošтана i 1 iz Polače.

Uz kreativne riblje i mesne sljedove na svečanoj večeri točila su se vrhunska vina vinarija od kojih se posebno isticao pošip vinarije **Bora** iz Zadarske županije, a poklon vrećice za sve uzvanike dodatno su upotpunili **Maraskin** Zadarski Maraschino i cvijet soli **Solane Pag**.

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

Kušanje uzoraka vina za slanje na međunarodno natjecanje Decanter

Turistička zajednica Zadarske županije je, kao pomoć Udruzi vinara Zadarske županije, sufinancirala kušanje 18 uzorka vina Zadarske županije. Kušanje je odradio sommelier Siniša Lasan iz tvrtke Wine Emotion te je odabrao vina za slanje na prestižno međunarodno natjecanje Decanter.

Zadar Wine Festival, 23.-24. veljače 2024.

Turistička zajednica Zadarske županije odobrila je financijsku potporu najvećem vinskom festivalu u Dalmaciji, Zadar Wine Festival koji je opravdao sva očekivanja i na kojem se tražila čaša više. Gostovali su brojni izlagači iz cijele Hrvatske s više od 700 različitih vina. Za ljubitelje gastro-ponude nudio se i Food Corner u dvorani uz vrhunske chefove Sašu Begana i Tomislava Karamarka, te degustacija pršuta i sira. Program je uključivao prezentaciju piva zadarskih craft pivovara, a za zabavu su se pobrinuli vrhunski glazbenici. Tijekom veljače održavale su se stručne radionice s pregledom lokalne, globalne, pa dijelom i svjetske vinske scene.

Zadarski je festival vrlo brzo postao prepoznatljiv u zemlji te je rado posjećen što od strane vinara što od zadarske publike koja je uvijek željna isprobavanja kvalitetnih hrvatskih vina. Također jedan je od rijetkih festivala koji spaja struku sa strukom.

Festival je održan u proširenom izdanju u velikoj dvorani Krešimira Čosića sportskog centra Višnjik. Trošak odobrene potpore će se prikazati pod stavkom „Podrška turističkim događanjima“.

Hrvatski sommelier klub, sufinanciranje sommelierskog tečaja I. razine, 8.-10. ožujka 2024.

Sve zahtjevnije turističko tržište traži kvalitetne i inovativne turističke proizvode i usluge pa je sukladno tome, a s ciljem prezentacije Zadarske županije u što boljem turističkom, ugostiteljskom i vinarском svjetlu, Turistička zajednica Zadarske županije odlučila drugu godinu za redom sufinancirati 50% iznosa sommelierskog tečaja I. razine zainteresiranim polaznicima koji se profesionalno bave prodajom vina ili pripremom i usluživanjem hrane i pića, a kojima je sjedište poslovanja na području Zadarske županije.

12 polaznika iskazalo je interes za sticanjem novih znanja i kompetencija, odnosno za unaprjeđenjem već stečenih znanja i vještina iz područja sommelierstva, enologije i ugostiteljstva, te su završavanjem tečaja doprinijeli turističkom gospodarstvu koje bilježi potrebu za sve većim brojem djelatnika sa specijaliziranim znanjima u području vina i gastronomije, te sve većom kvalitetom pružanja usluga koje stvaraju potpuno zadovoljstvo gostiju u destinaciji.

Ovakav tip edukacije pruža teorijska i praktična znanja i vještine o vinu, enogastronomiji Zadarske županije, Hrvatske i svijeta, a koja su izravno primjenjiva u praksi te nužna u svakodnevnom

Izješće o radu za razdoblje I - XII 2024.

poslovanju te koja će se primjenjivati u daljnjoj prezentaciji i promociji naših vina, a time i Županije kao kvalitetne enogastronomске destinacije.

Ugovorom o sponzorstvu sa **Hrvatskim sommelier klubom** (u daljnjem tekstu HSK), Turistička zajednica Zadarske županije nastavila je i dalje tijekom 2024. godine podržavati organizacije vinskih radionica na području Zadarske županije, dok je HSK isticao TZŽ na svim prezentacijama, edukacijama i ostalim aktivnostima na društvenim mrežama, bannerima, videozidovima, roll-upovima, pozivnicama, akreditacijama, press konferencijama, govorima i sl. vezanim uz rad HSK-a.

HSK je u suradnji sa TZ Zadarske županije organizirao sljedeće vinske radionice:

05.02.2024. Hotel Kolovare, Zadar, 18:00 sati, tema radionice: *Kako biti vrhunski sommelier?*

19.02.2024. Hotel Kolovare, Zadar, 18:00 sati, tema radionice: *Naučite sparivati vina s hranom kao sommelier*

16.10.2024. Bluesun Holiday Village Alan, Starigrad- Paklenica, 17:00 sati: tema radionice: *Zadarski pjenušci*

15.11.2024. Picnic Bistro, Zadar, 20:00 sati, tema: *Vinska paralela; Pošip & Chardonnay*

18.12.2024. Picnic Bistro, Zadar, 20:00 sati, tema: *Vinska paralela – svjetske crne vinske sorte Hrvatske i Francuske*



Posjet sudionika vinskog natjecanja Concours mondial de Bruxelles Zadarskoj županiji, 20. ožujka 2024.

Turističke zajednice Zadarske županije i grada Zadra, zajedno sa Zadarskom županijom, u srijedu 20. ožujka 2024. ugostili su sudionike prestižnog svjetskog ocjenjivanja vina Concours Mondial de Bruxelles, u okviru njihovog posjeta Dalmaciji, čak 55 ocjenjivača iz cijeloga svijeta s novinarima.

Izješće o radu za razdoblje I - XII 2024.

Posjet je započeo prezentacijom vinske regije i kušanje vina vinara Zadarske županije u vinariji Karaba u Pakoštanima. Prezentaciju vina održala je Manuela Plohl, WSET predavačica uz asistenciju sommeliera Ivana Stiblika. Prezentirano je i kušano 16 vina 8 vinara: Degarra, Bora, Fiolić, Jokić, Karaba, Kraljevski vinogradi, MasVin i Vinketa.

Potom su uvaženi gosti provedeni u večernji obilazak grada Zadra prilikom koje su bili oduševljeni Morskim orguljama i Pozdravom suncu, kao i Forumom i Sv. Donatom, te doživjeli i gastronomski dio ponude kroz večeru u renomiranom zadarskom restoranu.

Svjetsko ocjenjivanje Concours Mondial de Bruxelles za rosé vina održava se u Splitu, od 20. – 22. ožujka 2024. godine, a suorganizator događanja je regionalna organizacija Udruženje VINO Dalmacije. Uz Decanter i IWC, Concours Mondial de Bruxelles je najveće svjetsko ocjenjivanje vina, utemeljeno 1994., a od 2006. svake godine se održava u drugoj državi, te je do sada obišlo petnaestak najpoznatijih vinskih zemalja. Ocjenjivanje traje 3 dana, a u popodnevnim satima se organiziraju popratni programi i obilasci vinarija u regiji. Cilj samog događanja je da novinari iz cijelog svijeta upoznaju Dalmaciju kroz više aspekata, prirodnu i kulturnu baštinu, njezina vrhunska vina te gastronomiju.



Ceremonija dodjele Michelinovih zvjezdica za Hrvatsku

Dana 3. srpnja 2024. tvrtka Metro je priredila na Medvedgradu svečanu dodjelu Michelinovih zvjezdica restoranima u Hrvatskoj. Michelinove dodjele okupljaju veliki broj ljudi iz industrije pa su na eventu bili svi zvjezdani chefovi, vodeći sommelieri, vlasnici restorana i distributeri.

TZ Zadarske županije je za ovu priliku osigurala Paški sir za posluživanje uzvanicima.



Kakma – berba grožđa

Dana 30. kolovoza 2024. nazočili obilježavanju početka berbe grožđa u Zadarskoj županiji koju je organizirala Udruga vinara Zadarske županije i koja se održala u vinogradu MasVin-a u Polači. Osim članova Udruge, nazočili su predstavnici Zadarske županije, TZ Zadarske županije te je sve medijski popraćeno.

Promotivni filmovi o Paškom siru i Paškoj janjetini

Izrađeni su novi promotivni filmovi o Paškom siru i Paškoj janjetini za potrebe proširivanja sadržaja o gastro ponudi na mrežnim stranicama TZŽ te za gastro kampanje putem društvenih mreža. Promotivni film o Paškoj janjetini u trajanju od 2:52 podijeljen je u 7 kraćih cjelina za dijeljenje na društvenim mrežama, a onaj o Paškom siru u trajanju od čak 4:17 na 10 kraćih isječaka. Ovim filmovima nadopunjena je gastro serija već snimljenih promotivnih filmova o maslini, vinu i ribi.

Rokovi realizacije aktivnosti: 2024. godina

Identifikacija partnerskih subjekata

Put kreiranja kvalitetne ponude u gastronomiji podrazumijeva sustavan razvoj kriterija i standarda pružanja gastronomskih usluga s vrlo praktičnom, ali i striktnom primjenom predodređenih standarda. U 2023. i 2024. godini suradnje su se realizirale većinom s LTZ-ima, te posljedično proizvođačima s njihovog područja, koje imaju najveći potencijal, te je preuzet smjer suradnje s renomiranim vodičima. Ipak, i dalje je u dugoročnome planu je identificirati ugostiteljske objekte koji njeguju kulinarsku tradiciju i nude proizvode zadarskog kraja, te sklapanje suradnje. Ideja je to za koju se trebaju ostvariti određeni preduvjeti.

Nastavljamo i unapređujemo suradnju s ključnim udruženjima proizvođača namirnica i proizvoda s područja Zadarske županije, te podupiremo aktivnosti koji doprinose ciljevima TZŽ definiranih kroz ovaj dokument.

Festival Taste the Mediterranean, Split, 23. - 27. listopada 2024.

Četiri dana Festivala ponudila su intenzivan program bogat gastronomskim i enološkim sadržajem, koji je posjetiteljima približio mediteransku prehranu i način življenja na osebujnom Mediteranu.

Mediteranska prehrana, kao i klapsko pjevanje, uvršteni su na popis nematerijalne kulturne baštine UNESCO-a. Festival je okupio više od 30 vrhunskih stranih i domaćih chefova, koji su za posjetitelje kuhali u 15 restorana i na splitskoj peškariji, te održali masterclass radionice za mlade kuhare. U svom 12. izdanju, Festival Taste the Mediterranean privukao je strane i domaće posjetitelje, koji su tijekom dana sudjelovali na vinskim degustacijama, panelima i masterclass radionicama vrhunskih chefova iz restorana nagrađenih Michelinovim zvjezdicama i Gault&Millau kapicama, a na večerama su otkrivali bogatstvo okusa mediteranske kuhinje i namirnice iz cijelog svijeta.

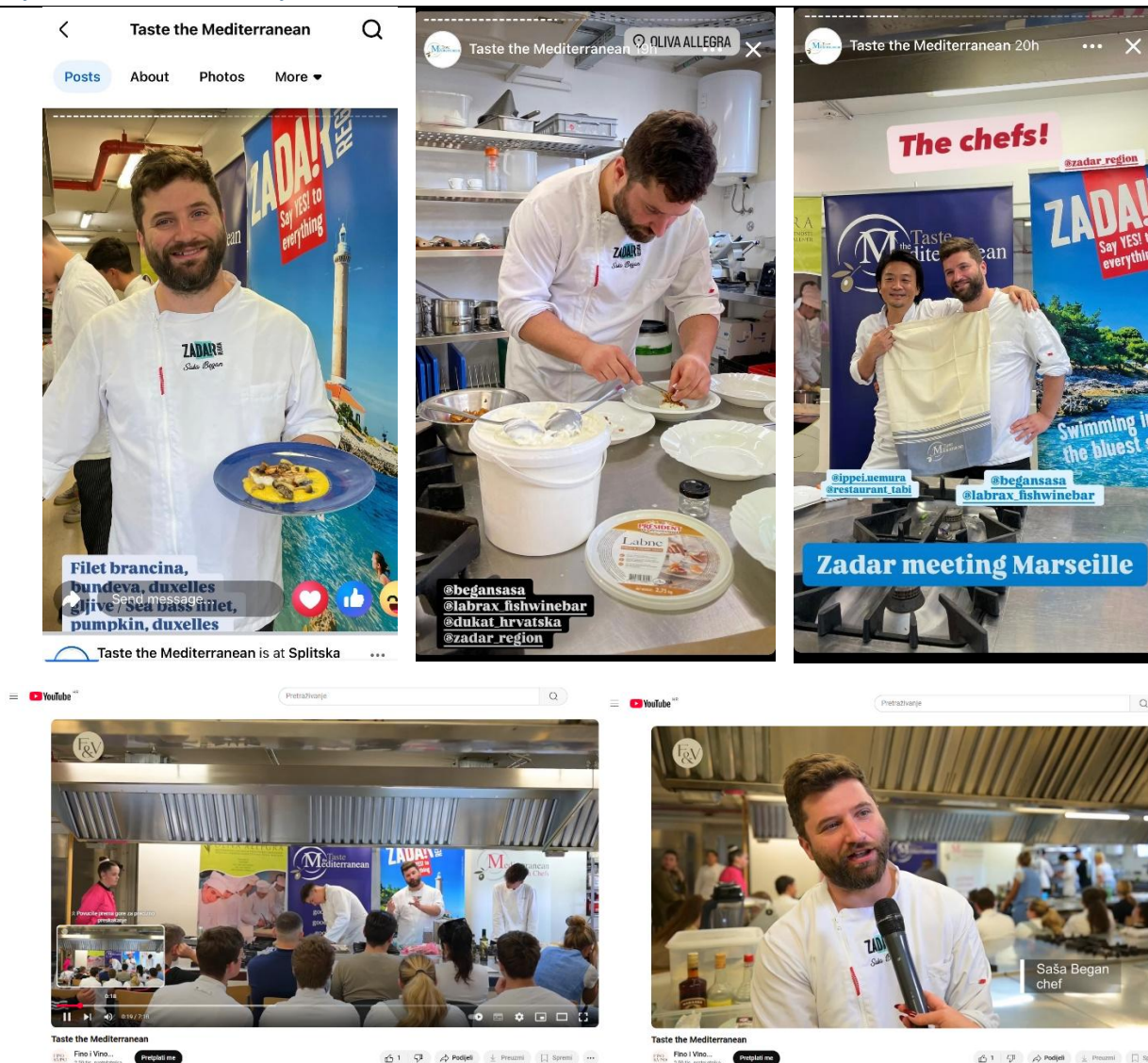
Na ovogodišnjem izdanju festivala posjetitelji su imali prilike slušati četiri panel rasprave o turizmu i gastronomiji, te izazovima u očuvanju tradicionalne mediteranske prehrane. Na panelu o budućnosti održivog turizma u Hrvatskoj uz ministra Tončija Glavinu, v.d. veleposlanika u Portugalskom veleposlanstvu u RH Luisa Janelu, direktoricu konferencije Tourism 365 Ivanu Kolar, direktora TZ grada Malog Lošinja Dalibora Cvitkovića, te predsjednicu Udruženja ugostiteljskih djelatnosti pri HGK Jeleni Tabak govorila je i specijalna gošća festivala prof.dr. Estelle Dinh, doktorica održivog luksuznog turizma uvrštena na Forbesovu listu „40 ispod 40“ za Monako.

Taste the Mediterranean je za buduće kuhare osigurao i vrijedan edukativni sadržaj. Na masterclass radionicama u ugostiteljskoj školi Oliva Allegra i veleučilištu Aspira u dva dana podučavalo ih je sedam vrhunskih svjetskih i domaćih chefova, među kojima je bio i **Saša Began** chef restorana Labrax u Zadru i **ambasador gastronomije TZ Zadarske županije** (Gault&Millau Croatia Veliki chef sutrašnjice). Chef Began je na masterclassu za dvadesetak polaznika prezentirao dva riblja jela zadarske regije pripremljena od namirnica lokalnih proizvođača. Iz Slovenije je stigao chef Filip Matjaž, Gault&Millau Slovenia Veliki chef sutrašnjice, čiji je restoran CoB iz Portoroža nagrađen Michelinovom zvjezdicom. U masterclass programu sudjelovali su i dugogodišnji sudionik festivala, Japanac s francuskom adresom Ippei Uemura, stručnjak za pripremu bakalara talijanski chef Franco Favaretto, slastičarka i stručnjakinja za med Marie Laetitia Passagio, te Michelinovom zvjezdicom nagrađen talijanski chef Nicola Fossaceca.

Kroz festival su održane i tri vinske radionice, a za bogat večernji program pobrinuli su se najbolji splitski restorani i vrhunski chefovi iz Portugala, Francuske, Italije, Japana, Španjolske, Velike Britanije, Slovenije i Hrvatske, koji su s kuharskim timovima restorana domaćina pripremali ekskluzivne večere. Osim večera u restoranima, strani i domaći chefovi oduševili su posjetitelje dviju večera na splitskoj peškariji. U petak na večeri Mediteran na pjatu specijalitete iz svojih zemalja kuhali su chefovi iz Portugala, Italije, Španjolske, Slovenije, Japana i Francuske, a u subotu je devet hrvatskih chefova predstavilo je Dalmaciju na pjatu, raznovrsne specijalitete uz koje su se pila hrvatska nagrađivana vina.

Festival Taste the Mediterranean održan je pod pokroviteljstvom Ministarstva turizma i sporta, HTZ-a, Splitsko-dalmatinske županije, TZ Splitsko-dalmatinske županije, Grada Splita, TZ grada Splita te Hrvatske gospodarske komore.

Izješće o radu za razdoblje I - XII 2024.



4. Dan vina i gastronomije Zadarske županije: konferencija Trendovi u interpretaciji lokalne gastro baštine, 10. prosinca 2024.

Turistička zajednica Zadarske županije je u suradnji sa Sveučilištem u Zadru te Ilirijom d.d., a uz podršku i inicijativu Zadarske županije u utorak 10. prosinca 2024. u Arsenalu u Zadru organizirala konferenciju TRENDovi U INTERPRETACIJI LOKALNE GASTRO BAŠTINE.

Svjesna činjenice kako gastroturizam sa sobom nosi brojne prilike, donosi ulaganja u lokalnu infrastrukturu i sadržaje, poboljšava cjelokupno turističko iskustvo te potencijalno dovodi do održivijeg i raznolikijeg lokalnog gospodarstva, Turistička je zajednica Zadarske županije organizirala ovo okupljanje renomiranih chefova, sommeliera, predstavnika ključnih institucija, stručnjaka i iskusnih turističkih djelatnika kako bi se doznali novi trendovi i inovativne strategije u predavljanju jedinstvene enogastronomске kulture i nasljeđa Zadarske županije.

Na konferenciji održanoj u okviru 4. Dana vina i gastronomije Zadarske županije sudjelovali su i nazočne pozdravili Hrvoje Anić, direktor TZ Zadarske županije, Slavija Jačan Obratov, direktorica razvoja brenda i turističkih proizvoda u Hrvatskoj turističkoj zajednici, župan Zadarske županije Božidar Longin i rektor Sveučilišta u Zadru Josip Faričić.

Konferencija naziva TRENDovi U INTERPRETACIJI LOKALNE GASTRO BAŠTINE započela je pozvanim predavljanjem koje je uz cooking show održala **Gabriela Filca**, chefica Neba, uglednog restorana

hotela Hilton Rijeka Costabella Beach Resort & Spa koji nosi jednu MICHELIN zvjezdicu. Chefica Filca je održala keynote predavanje uz masterclass na temu „Suvremena interpretacija mediteranske prehrane“, a glavni motiv jela koja je ova mlada kuharica pripremala u Zadru bila je višnja maraška. Uslijedio je panel u kojem su sudjelovali Daniel Segarić, pročelnik Upravnog odjela za poljoprivredu, ribarstvo i EU fondove Zadarske županije, Slavija Jačan Obratov, direktorica razvoja brenda i turističkih proizvoda u Hrvatskoj turističkoj zajednici i Tomislav Fain, predsjednik Hrvatske udruge putničkih agencija, a koji su raspravljali o institucionalnim okvirima održive poljoprivrede i održivog turizma, te planovima i mogućnostima za uspješnu realizaciju daljnjeg razvoja.

Moderatorica prof. dr.sc. Božena Krce Miočić zatim je program nastavila razgovorom o primjerima dobre prakse u kojem su sudjelovali dr. sc. Žarko Stilin, direktor Udruženja Vina Kvarnera, Zvonko Lajtman iz ruralne međimurske kuće za odmor Lina, OPG Mohokos, te Matej Perkušić, direktor TZ Baranje. Potom je u okviru konferencije predstavljen i novi turistički proizvod TZ Zadarske županije WELCOME TASTE & BUY. Uz moderiranje novinarka i PR agentice Matee Magaš, svoje su proizvode predstavila 4 lokalna OPG-a i to Krešimir Budiša, Sokol – Feel Good Estate, Gračac, Doris Ćusa, OPG Lolina vatrenica iz Šopota, Ana Matulić, OPG Matulić, Pašman i Marko Kolega, R.O. Moćun, Kali. Sadržajan program konferencije uključio je još i razgovor o procesu stvaranja relevantnih turističkih doživljaja s naglaskom na gastronomskim doživljajima, a u kojem su sudjelovali Zoran Kasum, HD Consulting, Danijela Vulin, direktorica TZO Pakoštane i Vesna Karavanić, direktorica TZG Paga uz moderiranje izv. prof. dr.sc. Tomislava Klarina.

Poseban dio programa bio je posvećen mladim perspektivnim kuharima iz Zadarske županije, pod naslovom „Na mladima svijet ostaje“. Mladi su kuhari i to Stela Vincek, Luka Černušak, Mateo Glavan, Toni Grgić, Bruno Kalmeta, Roko Matulić, Ivan Prendža, Kristijan Pezelj i Elvis Vrkić uz asistenciju učenika Hotelijersko-turističke i ugostiteljske škole Zadar i Srednje škole Bartula Kašića Pag, uz mentorstvo chefa Josipa Vrsaljka, za sve sudionike konferencije pripremili jela od lokalnih namirnica Zadarske županije po preporuci Odjela za ekologiju, agronomiju i akvakulturu Sveučilišta u Zadru, na svoj, inovativan način. Sve su sudionike pripremljena jela silno oduševila osobito stoga što su mladi kuhari pokazali i originalnost i kreativnost stvarajući nova jela koristeći namirnice zadarskog kraja. Dodajmo kako su uz jela poslužena vina iz Zadarske županije, a prema odabiru sommeliera Ivana Stiblika.

Završetak konferencije obilježile su tri radionice i to VINSKA RADIONICA: Pjenušci Zadarske regije koju su održali sommelier Ivan Stiblik (Zadar Wine Festival) i dipl. ing. agr. Marina Pavlović (Odjel za ekologiju, agronomiju i akvakulturu Sveučilišta u Zadru), zatim KUŠAONA MASLINOVIH ULJA: Maslinova ulja autohtonih sorti Zadarske županije koju je održao doc.dr.sc. Šime Marcelić, (Odjel za ekologiju, agronomiju i akvakulturu) te RADIONICA O UZGOJU ZAČINSKOG BILJA: Spirit bilja koju su održali doc.dr.sc. Branka Maričić (Odjel za ekologiju, agronomiju i akvakulturu) i Josip Vrsaljko, chef i profesor kuharstva (HTU škola Zadar).



Izvješće o radu za razdoblje I - XII 2024.

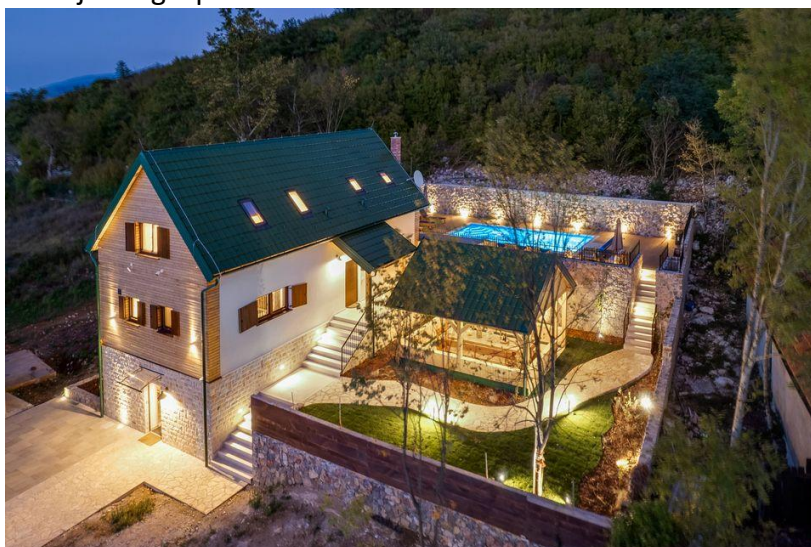


Projekt Suncokret ruralnog turizma Hrvatske

Hrvatska udruga za turizam i ruralni razvoj „Klub članova Selo“ (Udruga) pod pokroviteljstvom Ministarstva turizma i HTZ-a svake godine raspisuje natječaj za dodjelu nacionalne godišnje nagrade Suncokret ruralnog turizma Hrvatske - Sunflower Award. Turistička zajednica Zadarske županije za 2024. godinu za nagradu „SUNCOKRET ruralnog turizma Hrvatske – Sunflower Award“ je u rujnu 2024. nominirala kvalitetne projekte iz županije za nagradu Suncokret ruralnog turizma Hrvatske.

Nominirani su sljedeći kandidati:

Turistička seljačka gospodarstva - **LIČKI SOKOL**



Moderna ruralna domaćinstva - **AGROTURIZAM PLAVICA**



Izvešće o radu za razdoblje I - XII 2024.

Tradicijska ruralna gastronomija – PROIZVODI ZADARSKIH BENEDIKTINKI U SMILČIĆU



Vinski turizam – VINA VINKETA



Craft turizam - BARICHEVICH 1853



Izvešće o radu za razdoblje I - XII 2024.

Aktivni turistički sadržaji u ruralnom prostoru - **ŠKRAPING**



Ruralno turistički projekti – **CENTAR IZVRSNOSTI CEROVAČKE ŠPILJE**



Nagrada dr. sc. Eduard Kušen - **DR. SC. RADOSLAV BOBANOVIĆ**





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.

Marketing i PR

TZZŽ niz svojih aktivnosti usmjerava na oglašavanje, distribuciju u vidu prezentacija na ključnim tržištima kao i PR djelovanje u vidu organiziranja studijskih putovanja za predstavnike medija. Organiziraju se susreti svih dionika, obilazak terena i druge za projekt vezane aktivnosti.

Edukacija

Svrha je pružiti osnovna znanja koja nedostaju poput: prodaja i marketing za male/nove proizvođače– kako pakirati svoj proizvod, zašto prodati lokalno; prodajne vještine; kanali promidžbe i prodaje; prednosti trenda „od farme do stola“ za ugostitelje: prednosti lokalnih namirnica, marketinške prednosti suradnje i kako to još bolje i uvezano koristiti; kušanja i prezentacija vina i drugih proizvoda Zadarske županije; upoznavanje s benchmark destinacijama i sl.

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:

48.928,05 €

Troškovi radnika na sl. putovanju - tuzemstvo	1.444,20 €	JRE/G&M/6. Kongres ruralnog turizma/Michelin Zagreb
Naknade vanjskim suradnicima, troškovi smještaja	1.845,15 €	TTM/ 4. Dan vina i gastronomije
Prijevoz i špedicija, reprezentacija	3.411,30 €	Concours Mondial de Bruxelles
Troškovi prezentacija i sajmovi	12.641,23 €	
Najam pokretnih stvari	5.593,00 €	4. Dan vina i gastronomije
Troškovi edukacije	3.750,00 €	Hrvatski sommelier klub
Materijal za promidžbu	4.993,17 €	4. Dan vina i gastronomije
Usluge promidžbe i informiranja	12.750,00 €	Gastro promo filmovi Fiaka
marketing/Welcome Taste & Buy članci i fotografije		
Kotizacije	2.500,00 €	Klub članova Selo

2.2.5. KLUB KVALITETE „PREMIUM“

Plan razvoja Zadarske županije konstatirao je kako snažan rast broja turističkih dolazaka nažalost ne prati i rast u kvaliteti i promjeni strukture smještajnih objekata, te se u Županiji bilježi relativno niska razina turističke potrošnje.

Strateški dokumenti hrvatskog turizma kao jedan od ciljeva postavili su pozicioniranje Hrvatske kao premium destinacije. Tvrtke s premium ponudom okuplja **Hrvatska gospodarska komora** u novoj platformi **Stories – Experience Premium Croatia**. Platforma okuplja članice HGK iz sektora hotelijerstva i ugostiteljstva, kampove, marine, vile za odmor, putničke agencije i charter tvrtke.

Platforma objedinjuje cijelu premium ponudu na jednom mjestu te predstavlja novi iskorak u profiliranju Hrvatske kao kvalitetne boutique destinacije. Cilj platforme je ispuniti ciljeve Strategije održivog razvoja, promovirati vrhunsku i luksuznu ponudu te stvoriti mrežu za međusobnu suradnju članica. Dugoročni cilj je sveobuhvatan rast sektora i povezivanje turizma s ostalim djelatnostima kroz mrežne asocijacije i Platforme HGK.

U tom kontekstu, TZŽ udružuje snage s platformom Stories, usmjereni na stvaranje sinergije između turizma i drugih sektora, što je u skladu s težnjama za razvojem turističke ponude kroz digitalizaciju i međusobnu podršku. Turistička zajednica Zadarske županije je prema Programu rada za 2024. godinu usmjerila posebne aktivnosti na analizu u svrhu pokretanja projekta poticanja podizanja kvalitete te povećanja potrošnje i to kroz labelling program vrijednosti „**Premium Zadar Region**“. Cilj je identificirati atrakcije i pružatelje usluga, ugostiteljskih, smještajnih, agencijskih i drugih koji svojom ponudom mogu zadovoljiti zahtjeve goste i to kvalitetom, inovativnošću, i pouzdanošću, u svrhu poticanja posjetitelja na povećanje potrošnje u destinaciji.

Ukoliko ispunjavaju tražene kriterije, tvrtke će se u platformu uključivati na stranici [Stories – Experience Premium Croatia](#) putem online obrazaca prema odgovarajućoj djelatnosti. Tvrtke članice platforme na raspolaganju će imati među ostalim pomoć u promociji u zemlji i na stranim tržištima, labelling premium ponuda pod istim nazivnikom kvalitete, umrežavanje s dionicima premium segmenta, organiziranje sajмова za premium i luksuzni turizam te odlazak članica u inozemstvo s ciljem istraživanja tržišta i usvajanja najboljih praksi razvoja inovativnih turističkih proizvoda. Turistička zajednica Zadarske županije će dodatno kreirati medijski sadržaj i osiguravati medijsku zastupljenost tvrtki članica s područja Zadarske županije.

Partneri, sponzori i prijatelji platforme Stories su osim Ministarstva turizma i sporta i Hrvatske turističke zajednice i Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Udruga hrvatskih putničkih agencija, TZ Zadarske županije, TZ Dubrovačko-neretvanske županije, TZ Istarske županije, TZ Grada Zagreba, TZ Splitsko-dalmatinske županije, Mastercard, Croatia Airlines, GaultMillau, The Artisan Gin.

Rokovi realizacije aktivnosti: Kraj 2024.

Realizacija:	804,70 €
Putni troškovi i reprezentacija „Stories-Experience Premium Croatia“	804,70 €

2.2.6. POSLOVNI TURIZAM

Povratak turizma nakon pandemije, značajno je označio tzv. MICE segment što se očituje u turizmu u Zadarskoj županije, posebno u periodu PPS-a. Akronim MICE (Meetings, Incentives, Conferences, and Exhibitions/Events) je praktično sinonim za kongresni turizam – odnosi se na određen tip turizma u kojem grupe ljudi se okupljaju u određenoj destinaciji zbog neke određene poslovne svrhe. Zahtjeva pomno planiranje, te je određen mnogim specifičnostima zbog naravi svrhe putovanja.

Izješće o radu za razdoblje I - XII 2024.

Identificirane su atrakcije i pružatelji usluga, ugostiteljskih, smještajnih, agencijskih i drugih koji svojom ponudom mogu zadovoljiti ovaj segment, te je time stvoren katalog ponude Zadarske županije.

Skllopljen je Ugovor o pružanju usluga za plasman ponude Zadarske županije za međunarodno tržište poslovnih skupova s **ALYX obrtom za usluge**, koji je u ovom razdoblju, 24. i 25. siječnja, održao dvije edukacije s dionicima u hotelu Kolovare o specifičnostima tržišta i trendovima kako bi osvijestili iste o važnost MICE tržišta i specifičnosti te im pomogli da prepoznaju svoje postojeće potencijale i usmjere ih u planiranju novih sadržaja i usluga.



Zatim, pripremljena je baza podataka za različite vrste ponuđača iz županije, različite usluge te ujednačavanje informacija o kapacitetima, osmišljena je i izrađena MICE prezentacija za B2B potrebe, posebice za predstavljanje na sajmu IMEX Frankfurt, te su osmišljeni i napisani tekstovi za izradu tematske brošure.

TZZŽ će podržati 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.

Turistička zajednica Zadarske županije pridruženi je član **Hrvatske udruge profesionalaca kongresnog turizma (HUPKT)** od datuma ućlanjenja 28. travnja 2024.

Edukativna radionica: Gastronomija u eventima, 24. listopada 2024. Kneževa/Providurova palaća
Hrvatska udruga profesionalaca kongresnog turizma (HUPKT) kao vodeća profesionalna udruga kongresnog i poslovnog turizma u Hrvatskoj u suradnji s Hrvatskom turistićkom zajednicom te Turistićkom zajednicom Zadarske županije, održala edukativnu radionicu na temu GASTRONOMIJA U EVENTIMA.

Organizacijom ove radionice TZ Zadarske županije je nastavila započete aktivnosti na razvoju poslovnog turizma. Naime, Zadarska je županija idealna destinacija za mala i srednja poslovna događanja s kvalitetnom međunarodnom prometnom povezanošću, te bogatom kulturnom i prirodnom baštinom. MICE segment predstavlja jedan od najboljih pokretaća daljnjeg razvoja Zadarske županije kao cjelogodišnje destinacije, a s obzirom da se poslovni skupovi održavaju prvenstveno u razdoblju pred i posezone.

Edukacija održana u svrhu razvoja ovog segmenta ponude, a namijenjena svim dionicima koji imaju doticaj s MICE-om i eventima, za sve je sudionike bila besplatna. Iskusni i renomirani edukatori bili su Aleksandra Uhernik Đurđek, voditeljica edukacija HUPKT-a, Debora Petrović, dopredsjednica HUPKT-a, i Ranko Filipović, predsjednik HUPKT-a. Namjera ovakvih radionica je osvijestiti važnost MICE tržišta i specifičnosti, te pomoći dionicima u Zadarskoj županiji da prepoznaju svoje postojeće

Izješće o radu za razdoblje I - XII 2024.

potencijale i usmjeriti ih u planiranju novih sadržaja i usluga. Pored djelatnika hotelskih poduzeća Falkensteiner, Ilirija, hotela Kolovare, Pinija i Hyatt, te ostalih predstavnika turističkog sektora iz Zadarske županije, radionici su nazočili i turistički djelatnici iz cijele Dalmacije.



Realizacija:

Troškovi radnika – dnevnice, smještaj, javni prijevoz
Troškovi smještaja ostalim osobama
Troškovi prezentacija, usluge izrade projekata, pisanja tekstova
Zakup prostora
Reprezentacija
Članarina HUPKT

8.407,93 €

363,98 €

503,75 €

5.094,50 €

1.030,00 €

1.115,70 €

300,00 €

2.2.7. PROJEKT OZNAČAVANJA KVALITETE U OBITELJSKOM SMJEŠTAJU „WELCOME“

Turistička zajednica Zadarske županije u suradnji s turističkim zajednicama općina, gradova i područja Zadarske županije već godinama provodi program unapređenja smještaja u domaćinstvu pod nazivom „Welcome“. „Welcome“ je klub domaćina Zadarske županije koji se predstavljaju svojim imenom i prezimenom svojim gostima, koji dočekuju svoje goste kao najbolje prijatelje i kojima se ti gosti rado vraćaju i preporučuju svojim prijateljima. Nažalost, takva su domaćinstva danas u sjeni masovne ponude stanova za odmor koji u komercijalnoj ili nekomercijalnoj formi predstavljaju sve veću konkurenciju domaćinima obiteljskog smještaja.

Sustav Turističke zajednice Zadarske županije kao pomoć domaćinima obiteljskog smještaja koristi jedini alat kojim raspolaže, a to je marketing turističkog proizvoda. Cilj programa „Welcome“ je upravo taj da se diferencira ponuda odnosno da se jasno naglasi i od masovne ponude odijeli cjeloviti turistički proizvod - smještaj u domaćinstvu. Kod ovakvog pozicioniranja smještaja u domaćinstvu potrebna je specijalizacija.

U tu svrhu osmišljeno je usmjeravanje na razvoj novih podbrendova a koji će doprinijeti tranziciji, boljem pozicioniranju i profesionalizaciji, kao i fokusu na održiv i zeleni turizam.

U konzultacijama s terenom te stručnjakom za pitanja razvoja turizma i malih iznajmljivača, odabrani su novi podbrendovi kao prilika za daljni razvoj održivog turizma.

Određene specijalizacije su već promovirane kroz program „Welcome“: „City“, „Rural“, „Family“, „Bike“. Ove „markice“ imaju ulogu naglašavanja prednosti pojedinog smještaja koji se nalazi u ruralnom području, odnosno u urbanoj jezgri, koji je pogodan za odmor obitelji s malom djecom ili za aktivne turiste – cikloturist.

Turizam se mijenja pod utjecajem globalnih promjena pa danas govorimo o *održivom turizmu*, o *održivom putovanju*, o „eco friendly“ turizmu. Veliki internetski savjetnici za putovanja poput *Trip Advisora* kao i velike OTA platforme poput *Airbnb-a* i *Booking.com* već vrlo ozbiljno promoviraju održivi način putovanja i boravak kod „eco friendly“ domaćina. S obzirom na to da 2/3 turističkih putnika preferira upravo ovakav način putovanja i smještaj, prirodno je da se i mi kao domaćini prilagodimo „eco friendly“ standardima. Zato smo odabrali specijalizaciju

„Welcome eco friendly“ kao nova prilika za bolje pozicioniranje domaćinstava koje primjenjuju neka od preporučljivih načela održivog turizma u segmentu očuvanja okoliša.

„Welcome B&B“ je također prilika za pružanje tražene dodatne usluge doručka i to pored klasičnog noćenja s doručkom na još dva inovativna, široko primjenjiva načina.

„Welcome food taste & buy“ isto spada u ponudu održivog turizma jer izravno povezuje proizvođača poljoprivrednog proizvoda s turistom, kupcem ali na specifičan način kroz koji se priča o proizvodu, njegovoj specifičnosti i time pojačava snaga branda destinacije.

Sukladno Programu rada ugovorit će se suradnja s tvrtkom Quanarius čija je osnovna djelatnost pružanje usluga marketinškog, turističkog i destinacijskog savjetovanja, čiji zaposlenici imaju potrebna stručna znanja i iskustvo u pružanju usluga savjetovanja razvoja programa unapređenja smještaja u domaćinstvu u Zadarskoj županiji – „Welcome“ - uz proširenje na komplementarne oblike malog poduzetništva u turizmu, odnosno specijalizacije. Svaki podbrend predstavlja projekt za sebe te uključuje izradu knjige standarda, prezentacije zainteresiranim iznajmljivačima, treninzi za domaćine, pomoć voditeljima projekta u implementaciji, te ovisno o naravi projekta, obilazak prijavljenih domaćinstava, organizaciju tura za agente i medije, i dr.

Nakon odrađenih 7 subregionalnih radionica u 2023. vezano za nove podbrendove, krenulo se sa obilaskom terena i identifikacijom OPG-a koji ispunjavaju uvjete za ulazak u podbrend „Welcome Taste“. U tu svrhu odrađen je još jedan sastanak 7. svibnja sa direktorima LTZ i konzultantom na projektu Nedom Pinezićem.

Nakon što su LTZ kontaktirale subjekte na svom području, prijavila su se 24 subjekta koji su bili zainteresirani za ulazak u projekt. Obilazak je izvršen 15.-17.05. i 27.-29.05.2024. i to 6 OPG-a na otocima Ugljanu i Pašmanu, jedan u Privlaci, 5 subjekata u Ravnim kotarima, 3 subjekta na području Gračaca, 4 subjekta na otoku Pagu, 2 subjekta na Dugom otoku, 2 na području TZO Vrsi, te 2 na području TZO Ražanac.

Projekt se nastavio angažmanom fotografa i tekstopisca radi izrade web stranice i brošure.

Realizacija:	5.978,82 €
Agencija Quanarius	4.600,00 €
Putni nalog voditelja projekta	563,32 €
Smještaj suradnika na projektu	815,50 €
Trošak obilaska OPG-ova prikazan pod 2.2.4. Razvoj eno-gastro turizma	

2.2.8. OSTALI PROIZVODI

Podrška razvoju turističkog proizvoda na području općine Gračac

U 2023. TZ Zadarske županije je pokrenula projekt podrške razvoju turističkog proizvoda na području općine Gračac u vidu postavljanja smeđe turističke signalizacije. U svrhu provedbe projekta, krajem 2023. poslani su upiti tvrtkama koje se bave izradom elaborata i postavljanjem signalizacije i to: Pismorad d.o.o. Sv. Nedjelja, Beato signal d.o.o. Buje, Sjaja d.o.o. Zadar, Adria reklama d.o.o. Zadar za dostavom ponuda za izradu prometnog elaborata s troškovnikom. Odabrana je tvrtka Sjaj d.o.o. Zadar kao cjenovno najpovoljnija.

U veljači 2024. dostavljen je izrađeni elaborat o turističkoj signalizaciji te je plaćen sukladno ugovorenoj cijeni od 10.000,00 €.

Sukladno Javnom pozivu HTZ-a za udružene turističke zajednice, TZG Obrovac se zajedno s Općinom Gračac projektno povezala te su im odobrena sredstva u iznosu 10.000,00 € za događanje Zrmanja adventure festival. TZ Zadarske županije je potpisala sporazum o partnerstvu u iznosu 4.300,00 €. Sredstva će biti isplaćena po dostavi dokaznica i poziva na plaćanje od strane TZ Obrovac u visini stvarno realiziranih troškova.

Realizacija:	10.024,89 €
Elaborat „Sjaj“ d.o.o	10.000,00 €
Hrvatske ceste	24,89 €

Na realizaciju projekata 2.2. „RAZVOJ OZNAČAVANJA KVALITETE TURISTIČKOG PROIZVODA“ utrošeno je ukupno 136.904,71 € prema računovodstvenoj strukturi:

• Usluge promižbe i informiranja ino-mrežne stranice	3.750,00 €
• Usluge promižbe i informiranja tuz-mrežne stranice	14.230,53 €
• Usluge izrade elaborata, projekata	10.374,89 €
• Usluge pisanja tekstova, lektura	3.000,00 €
• Usluge organizacije sportskih, kult.događanja	2.337,68 €
• Usluge edukacije	8.350,00 €
• Troškovi službenog puta radnicima	2.684,50 €
• Troškovi smještaja na sl. putu ostalim osobama	3.164,40 €
• Donacije ostalim TZ-ima	39.442,81 €
• Troškovi prezentacija i sajmovi – tuzemstvo	28.655,75 €
• Troškovi prezentacija i sajmovi – inozemstvo	729,98 €
• Zakup prostora, najam pokretnih stvari (osim prijevoznih)	6.623,00 €
• Usluge Stud.servis, istraživanja, fotografa	749,30 €
• Materijal za promidžbu i ostali materijal	4.993,17 €
• Prijevoz i špedicija	1.320,00 €
• Re prezentacija – ugostiteljske usluge	3.698,70 €
• Kotizacije, članarina	2.800,00 €

2.3. PODRŠKA RAZVOJU TURISTIČKIH DOGAĐANJA

AKTIVNOSTI	Plan za 2024.	Rebalans 2024.	Realizacija 2024.	Udio % u realizaciji	Indeks realizacija / rebalans
Podrška razvoju turističkih događanja	100.000,00 €	100.000,00 €	99.183,74 €	4%	99

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, te 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 2024. za potpore događanjima osigurano je 100.000,00 EUR.

TZŽ je 9. siječnja 2024. 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	75
Ukupna vrijednost traženih sredstava potpore	342.082,71 EUR
Ukupna vrijednost predviđena za raspodjelu	100.000,00 EUR

Sukladno uvjetima Javnog poziva ukupno su 72 prijave zadovoljile sve propisane uvjete te su ocijenjene sukladno dostavljenim podacima, saznanjima i unaprijed zadanim kriterijima.

Na sjednici Turističkog vijeća koja je održana 24. travnja 2024. donesena je odluka o dodjeli potpora temeljem Javnog poziva. Sukladno navedenom ukupno je 59 subjekata ostvarilo pravo na potporu, a vrijednost ostvarenih potpora iznosi 100.000,00 EUR.

POTPORE DOGAĐANJIMA 2024.				
	NAZIV DOGAĐANJA	ORGANIZATOR	DATUM	IZNOS POTPORE
1	Tuna, Sushi & Wine Festival	TZ grada Zadra	09.-15.04.	4.000,00 €
2	5. Granfondo Falkensteiner Borik	Borik d.o.o.	19.10.	4.000,00 €
3	Advent u Zadru	TZ grada Zadra	24.11.-06.01.	4.000,00 €
4	Epic Rides Paklenica - Zrmanja	TZ općine Starigrad	17.-19.5.	2.500,00 €
5	Sunset Sports Media Festival	Sunset Media Festival d.o.o.	06.-08.06.	4.000,00 €
6	Highlander Velebit 2024	Avantura života d.o.o.	10.-15.09.	3.000,00 €
7	Zadar Night Run 2024	Sport Zone j.d.o.o	5.4.-6.4.	3.000,00 €
8	Zadar Wine Festival & Zadar Wine Festival Summer Edition	Zadar festival d.o.o.	23.-24. 02./ 4.-6.07./ 1.-3.08.	3.000,00 €
9	11. Zadarhalf Triathlon By Zaton Holiday Resort	Turisthotel d.d.	05.10.	4.000,00 €
10	Zadar Street Food Festival Spring & Autumn Edition 2024	AND MORE d.o.o.	26.04-05.05., 20.-29.09.	4.000,00 €
11	Meat Me Festival 2024.	TZ grada Zadra	15.10.-20.10.	4.000,00 €
12	Pag na meniju	TZ Grada Paga	27.-30.04.	2.500,00 €
13	Blue Fish Festival	TZ općine Kali	21.-22.06.	2.500,00 €
14	64. Glazbene večeri u sv. Donatu	Koncertni ured Zadar	7.7.-10.8.	2.000,00 €
15	Archipelago Trail Run	JATrail d.o.o.	18.10.-20.10.	2.000,00 €
16	Dugi otok Trail	Adventure Advisor	15.-16.03.	2.000,00 €
17	Dani Vitezova vranskih	TZ općine Pakoštane	19.-21.7.	2.000,00 €
18	Škraping 2024	TZ općine Tkon	01.-03.03.	1.500,00 €
19	Dani otvorenih vrata agroturizama Ravnih kotara	TZ Ravni kotari	Rujan / listopad	1.500,00 €
20	Đirada	TZO Pašman	27.04.	1.000,00 €
21	Zadarhalf Duathlon By Zaton Holiday Resort	Turisthotel d.d.	28.04.	1.500,00 €
22	Triathlon Long Island Croatia	TZ Općine Sali	07.09.	1.500,00 €
23	Kualjske ribarske noći-Tunuara	TZ općine Kali	18.-20.07.	1.500,00 €
24	Degustacija mladih vina i maslinovih ulja - Nadin	TZ Ravni kotari	Prosinac	1.500,00 €
25	Saljske užance	TZ Općine Sali	09.-11.08.	1.500,00 €
26	Bibinjski Kogo i Gušti	TZ općine Bibinje	26.07.	1.500,00 €
27	13. Međunarodni festival čipke	TZ Grada Paga	20.-23.06.	1.500,00 €
28	Ninska Šokolijada	TZ grada Nina	21.7.	1.500,00 €
29	Fešta od sira 2024.	TZ općine Kolan	30.08.	1.500,00 €
30	Adriatic Gastro Show - Festival gastronomije i turizma 2024.	P.B. Poslovni mediji d.o.o.	31.01.-03.02.	1.500,00 €
31	26. Pagartfestival	Umjet. org. Lovro&Nina	1.-17.08.	1.500,00 €
32	Dugootočki dani ljekovitog bilja	TZ Općine Sali	25.05.-01.06.	1.500,00 €
33	MTB maraton Posedarje	TZ područja Novigradsko more	studen	1.500,00 €
34	Dani maraštine	Zadar festival d.o.o.	06.-07.09.	1.500,00 €
35	8. Borik Zadar Spring Open 2024.	Borik d.o.o.	05.-07.04.	1.500,00 €
36	Dani otvorenih vrata I 11. Festival soli 2024. Solane Nin	Solana Nin d.o.o.	06.06.- 19.09.	1.500,00 €
37	Fish Food And More Festival	TZO Pašman	23.-30.07.	1.000,00 €

Izvjješće o radu za razdoblje I - XII 2024.

38	Dani maslina otoka Ugljana	TZ općine Preko	29.06.	1.000,00 €
39	Festival cvijeća Zadarske županije	TZ općine Sv. Filip i Jakov	26.-28.04.	1.000,00 €
40	Say Yes To Da Vinci!	Narodni muzej Zadar	3.6-6.10.	1.000,00 €
41	Koncertna sezona Zadar	Koncertni ured Zadar	/	1.000,00 €
42	Okusi Novigradske dagnje	TZP Novigradsko more	lipanj	500,00 €
43	Dm Eko Pakoštane Trail	TZ općine Pakoštane	20.4.	1.000,00 €
44	Kukljica SUP Challenge	TZO Kukljica	08.06.	1.000,00 €
45	Međunarodni plivački maraton Rtina 2024.	TZ općine Ražanac	29.06.	1.000,00 €
46	Island Pag Trail 2024	TZ općine Kolan	04.05.	1.000,00 €
47	Derivat 6	Teatro VeRRdi, umjet. org.	26.7.	1.000,00 €
48	Misec paške soli	Solana Pag d.o.o.	Rujan	500,00 €
49	Gremo na Šćah	TZ općine Preko	08.06.	1.000,00 €
50	Materine užance	TZ općine Pakoštane	14.7.,29.08.	1.000,00 €
51	Noć muzeja 2024	Narodni muzej Zadar	15.-30.01.	1.000,00 €
52	Privlaka Run – Sabuning Trail	TZO Privlaka	08.06.	1.000,00 €
53	Privlaka Wine Eno Gastro Festival	TZO Privlaka	19.07.	1.000,00 €
54	Luka i igara - sajam lokalnih proizvoda PP Vransko jezero	JU PP Vransko jezero	31.08.-01.09.	1.000,00 €
55	Zadar Christmas Run 2024	Sport Zone j.d.o.o.	21.12.	500,00 €
56	Maraška Fest	TZ općine Sv. Filip i Jakov	29.06.	500,00 €
57	Olive Island Vibes	TZO Kukljica	20.-22.09.	500,00 €
58	Božić pod Velebitom	TZ grada Obrovca	22.-31.12.	500,00 €
59	Balkan Cavers Camp 2024.	Binspired	29.05.-02.06.	500,00 €

Na realizaciju projekta 2.3. „PODRŠKA RAZVOJU TURISTIČKIH DOGAĐANJA“ u 2024. godini utrošeno je ukupno 99.183,74 € prema slijedećoj računovodstvenoj strukturi:

- Donacije dane ostalim turističkim zajednicama u iznosu 55.708,44 €**

- TZG Zadar, Advent u Zadru (događanje iz 2023.) 3.500,00 €
- TZO Sv. Filip i Jakov, Festival cvijeća 1.000,00 €
- TZO Pašman, Đirada 1.000,00 €
- TZO Tkon, Škraping 1.500,00 €
- TZG Zadar, Tuna, sushi i wine festival 4.000,00 €
- TZO Sali, Dani ljekovitog bilja 1.500,00 €
- TZO Kali, Blue fish festival 2.500,00 €
- TZG Nin, Šokolijada 1.500,00 €
- TZG Pag, Festival čipke 1.500,00 €
- TZG Pag, Pag na meniju 2.500,00 €
- TZO Kukljica, Sup Challenge 358,44 €
- TZO Kali, Tunara 1.500,00 €
- TZO Sali, Saljske užance 1.500,00 €
- TZO Sv. Filip i Jakov, Maraška fest 500,00 €
- TZO Privlaka, Privlaka run 1.000,00 €
- TZO Privlaka, Wine Eno Gastro Festival 1.000,00 €
- TZP Novigradsko more, Okusi dagnje 500,00 €
- TZO Kukljica, Olive Island 500,00 €
- TZO Preko, Dani maslina 1.000,00 €

Izvešće o radu za razdoblje I - XII 2024.

- TZO Sali, Triathlon	1.500,00 €
- TZO Starigrad, Epic rides	2.500,00 €
- TZO Kolan, Fešta od sira	1.500,00 €
- TZO Kolan, Pag trail	1.000,00 €
- TZO Ražanac, Plivački maraton	1.000,00 €
- TZG Zadra, Meat me festival	4.000,00 €
- TZO Bibinje, Bibinjski kogo	1.500,00 €
- TZO Pakoštane, Dani vitezova vranskih	2.000,00 €
- TZP Novigradsko more, MTB Posedarje	1.500,00 €
- TZP Ravni kotari, Dani agroturizama	1.500,00 €
- TZP Ravni kotari, Degustacija ulja Nadin	1.500,00 €
- TZO Pašman, Fish, food and more	1.000,00 €
- TZO Preko, Gremo na šćah	1.000,00 €
- TZG Zadar, Advent	4.000,00 €
- TZG Obrovac, Božić pod Velebitom	500,00 €
- TZO Pakoštane, DM eko Trail	1.000,00 €
- TZO Pakoštane, materine užance	350,00 €

• **Donacije dane ostalim primateljima u iznosu 43.475,30 €**

- Adventure Advisor, obrt, Dugi otok trail	2.000,00 €
- P.B. Poslovni mediji d.o.o., Adriatic Gastro Show	1.500,00 €
- Binspired, obrt, Balkan Cavers	500,00 €
- Sunset media festival	4.000,00 €
- Sportzone za Zadar night run	3.000,00 €
- PP Vransko jezero, Luka i igara	1.000,00 €
- Turisthotel d.o.o., Duathlon	1.500,00 €
- JATrail d.o.o., Archipelago Trail	2.000,00 €
- Avantura života d.o.o., Highlander	3.000,00 €
- Koncertni ured, Glazbene večeri u Sv. Donatu	2.000,00 €
- Teatro verdi, Derivat 6	1.000,00 €
- Umjetnička organizacija Lovro & Nina	1.500,00 €
- Borik d.o.o., Granfondo	4.000,00 €
- Solana Nin, dani otvorenih vrata	1.500,00 €
- Solana Pag, Misec paške soli	500,00 €
- And more d.o.o., Street food festival	4.000,00 €
- Borik d.o.o., Spring open	1.500,00 €
- Narodni muzej, Noć muzeja	582,50 €
- Turisthotel d.o.o., Triathlon	3.892,80 €
- Zadar festival d.o.o., Zadar Wine festival d.o.o.	3.000,00 €
- Sport zone j.d.o.o., Christmas run	500,00 €
- Koncertni ured, Koncertna sezona	1.000,00 €

2.4. TURISTIČKA INFRASTRUKTURA

AKTIVNOSTI	Plan za 2024.	Rebalans 2024.	Realizacija 2024.	Udio % u realizaciji	Indeks realizacija / rebalans
Turistička infrastruktura	66.400,00 €	66.400,00 €	66.361,40 €	2%	100

Po dovođenju u namjenu palače Cedulin u svrhu osiguravanja prostora Turističkih ureda Turističke zajednice Županije i Grada, obje Turističke zajednice dobile su 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: TZŽ i TZ Zadar

Na realizaciju projekata 2.4. „FINACIRANJE IZGRADNJE PALAČE CEDULIN“ u u 2024. je zaprimljen obračun od strane TZ Zadra te plaćen iznos u visini 66.361,40 €.

2.5. PODRŠKA TURISTIČKOJ INDUSTRIJI

AKTIVNOSTI	Plan za 2024.	Rebalans 2024.	Realizacija 2024.	Udio % u realizaciji	Indeks realizacija / rebalans
Podrška turističkoj industriji	25.000,00 €	25.000,00 €	23.910,00 €	1%	96

2.5.1. Podrška razvoju programa 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.

Izješće o radu za razdoblje I - XII 2024.

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:

- 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 TZŽ;
- nastupi na turističkim sajmovima i događanjima koje nisu u organizaciji TZŽ
- 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 6 projekta od kojih 5 zadovoljava sve uvjete propisane javnim pozivom. Radna skupina je utvrdila kako 1 kandidatura ne zadovoljava određene uvjete Javnog poziva na način da:

- prijavljene aktivnosti i/ili vrsta korisnika nisu u skladu s kriterijima Javnog poziva.

Povjerenstvo je predložilo Turističkom vijeću raspodjelu potpora, a s obzirom na visoki broj ostvarenih bodova od strane svih uvaženih kandidatura, iznos potpore iznosi do 100% zahtjeva u svrhu aktivnosti sukladnih namjeni Javnog poziva, a do maksimalnih 7.500€.

Turističko vijeće Turističke zajednice Zadarske županije je na svojoj 34. sjednici, održanoj dana 24. travnja 2024. godine donijelo odluku o dodjeli potpora temeljem Javnog poziva. Sukladno navedenom Javnom pozivu ukupno je 5 subjekata ostvarilo pravo na potporu, a vrijednost ostvarenih potpora iznosi **25.000,00 eura**.

POTPORE DMK 2024.				
	ORGANIZATOR	NAZIV PROJEKTA	DESTINACIJA	IZNOS POTPORE
1	Caliper d.o.o. - Zzuum Active Vacation	Cikloturistički programi Zadarske županije	Zadarska županija	7.500,00 €
2	Riva Rafting Centar d.o.o.	Korakom, kajakom i kotačem	Velebit-Zrmanja-Bukovica	7.500,00 €
3	Terra travel d.o.o.	E-scooter island hopping	Zadarska županija	5.500,00 €

Izvešće o radu za razdoblje I - XII 2024.

4	Raftrek Travel d.o.o.	Seayakom kroz 4 vode	Obrovac – Starigrad - NP Paklenica	1.500,00 €
5	Kayak Adventure d.o.o.	AdriaPaddle Adventures	Dugi otok	3.000,00 €

Agencija Raftrek Travel d.o.o. zbog velikog opsega posla i produljenja sezone nije realizirala projekt te nije potraživala dodijeljena sredstva, dok agencija Kayak Adventure d.o.o. nije u potpunosti ispunila obaveze iz Ugovora, te su sredstva u iznosu od 1.410,00 € isplaćena prema važećim dokaznicama.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZ Zadarske županije, DMK

Rokovi realizacije aktivnosti: Kraj 2024.

Na realizaciju projekata 2.5. „PODRŠKA TURISTIČKOJ INDUSTRIJI“ utrošeno je ukupno 23.910,00 € prema računovodstvenoj strukturi:

•	Donacije ostalim TZ-ima		2.000,00 €
•	TZO Kali	Projekt iz 2023.	2.000,00 €
•	Donacije ostalim primateljima		21.910,00 €
•	Caliper d.o.o.	Cikloturistički programi Zadarske županije	7.500,00 €
•	Riva Rafting Centar d.o.o.	Korakom, kajakom i kotačem	7.500,00 €
•	Terra travel d.o.o.	E-scooter island hopping	5.500,00 €
•	Kayak Adventure d.o.o.	AdriaPaddle Adventures	1.410,00 €

3. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE

	AKTIVNOSTI	Plan za 2024.	Rebalans 2024.	Realizacija 2024.	Udio % u realizaciji	Indeks realizacija / rebalans
3.	KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE	1.650.000,00 €	1.673.770,00 €	1.577.916,60 €	61%	94
3.1.	Definiranje <i>branding</i> sustava i <i>brend</i> arhitekture	- €	- €	- €	0%	0
3.2.	Oglašavanje destinacijskog brenda, turističke ponude i proizvoda	521.500,00 €	521.500,00 €	505.765,52 €	20%	97
3.3.	Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR	170.000,00 €	155.000,00 €	143.315,46 €	6%	92
3.4.	Marketinške i poslovne suradnje	600.000,00 €	570.000,00 €	535.371,81 €	21%	94
3.5.	Sajmovi, posebne prezentacije i posl.radionice	252.000,00 €	233.000,00 €	225.166,02 €	9%	97
3.6.	Suradnja s organizatorima putovanja	25.000,00 €	35.000,00 €	28.027,08 €	1%	80
3.7.	Kreiranje promotivnog materijala	56.500,00 €	119.270,00 €	121.347,83 €	5%	102
3.8.	Internetske stranice	22.000,00 €	37.000,00 €	17.712,21 €	1%	48
3.9.	Kreiranje i upravlj. bazama tur.podat.	3.000,00 €	3.000,00 €	1.210,67 €	0%	40
3.10.	Turističko-informativne aktivnosti	- €	- €	- €	0%	0

3.1. DEFINIRANJE BRENDING SUSTAVA I BREND ARHITEKTURE

AKTIVNOSTI	Plan za 2024.	Rebalans 2024.	Realizacija 2024.	Udio % u realizaciji	Indeks realizacija / rebalans
Definiranje <i>branding</i> sustava i <i>brend</i> arhitekture	- €	- €	- €	0%	0

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

AKTIVNOSTI	Plan za 2024.	Rebalans 2024.	Realizacija 2024.	Udio % u realizaciji	Indeks realizacija / rebalans
Oglašavanje destinacijskog brenda, turističke ponude i proizvoda	521.500,00 €	521.500,00 €	505.765,52 €	20%	97
Izrada i provođenje Medija plana	400.000,00 €	410.000,00 €	398.736,14 €	15%	97
Posebne tematske kampanje po tur.proizvodima i prigodne kampanje	90.000,00 €	80.000,00 €	75.529,38 €	3%	94
Komunikacija na društvenim mrežama	31.500,00 €	31.500,00 €	31.500,00 €	1%	100

TZ Zadarske županije je u kontekstu aktivnosti oglašavanja putem medija plana uspjela umrežiti cijeli set marketinških aktivnosti koje dodatno alimentiraju snagu destinacijskog brenda Zadar Region. S izuzetno pozitivnim iskustvima iz prijašnjih godina TZ Zadarske županije nastavila je suradnju sa ponajboljim i najutjecajnijim medijima u Europi, a i šire.

Kontinuitet u održavanju kvalitete potvrđuje se produciranjem iznimno zanimljivog i autentičnog sadržaja koji u sve konkurentnijem turističkom tržištu etablira Zadarsku regiju kao destinaciju održivog turizma, bogate eno-gastro ponude, iznimne kulturne baštine i netaknute prirode. S ciljem povećanja učinkovitosti promotivnih aktivnosti, posebna pažnja posvećuje se koncentriranju marketinških kampanja na ključnim emitivnim tržištima putem online i offline oglašavanja.

3.2.1. IZRADA I PROVOĐENJE MEDIJA PLANA

Slijedom prethodno definiranih ovim planom marketinških smjernica, strategija, kao i komunikacijskih smjernica u prethodnoj točki, definiraju se sljedeći okviri i aktivnosti oglašavanja. U promociji destinacije Zadarske županije, uz postojeće kanale, internetsko oglašavanje zauzima vrlo bitnu poziciju, ponajprije zbog činjenice da je internet kao medij danas ključan pri odabiru i „bukiranju“ mjesta za odmor, ali što je za ulogu županijske turističke zajednice bitno, posebno pri odabiru odredišta za putovanje. Tako sva relevantna istraživanja upućuju na to da su razni internetski kanali glavni izvor informacija i inspiracije kod potencijalnih putnika, a posebno u eri distanciranja i izolacije. Zato je vrlo bitno odabrati optimalan marketinški koncept i ispravnu strategiju „online promocije“.

TZ Zadarske županije započela je godinu lansirajući veliku promotivnu kampanju koja uključuje suradnju 9 partnera na 12 tržišta i 33 kanala, a većinom obuhvaća storytelling formate koji se odnose na native i uredničke članke i custom landing stranice. Uz moto već dobro poznate poruke "Recite DA! Zadarskoj regiji, Recite DA! svemu!", postavljen je jasan cilj: predstaviti Zadarsku regiju kao nezaobilaznu turističku destinaciju koja pruža nevjerojatna iskustva za svakog putnika.

Suočavajući se s izazovima i prilikama nove turističke sezone, TZ Zadarske županije odlučila je obratiti se vodećim medijskim kućama diljem Europe. Nakon postignutih iznimnih rezultata u 2023. godini, glavni cilj ove kampanje je privući potencijalne posjetitelje da istraže čari Zadarske županije tijekom cijele 2024. godine. Središnji fokus ovogodišnje digitalne kampanje leži u dubokom proživljavanju destinacije putem zanimljivih priča i inspirativnih vizuala.

Izvrješće o radu za razdoblje I - XII 2024.

Ova kampanja provodi se u uskoj suradnji s lokalnim turističkim dionicima - Lokalnim turističkim zajednicama, klasterima TZ-ova, te renomiranim partnerima iz hotelskog sektora, poput Falkensteiner Hotels & Residences, Ilirija Biograd i Zaton Holiday Resort. Kroz nju se promoviraju glavni turistički aduti Zadarske županije – od obiteljskog odmora do aktivnog odmora, nautičkog turizma do gastronomije. Kampanja se širi na 12 najvažnijih europskih tržišta - Njemačka, Austrija, Poljska, Češka, Italija, Slovenija, Mađarska, Slovačka, Ujedinjeno Kraljevstvo, Francuska, Nizozemska i Skandinavija. Unutar nje se naglašava promocija poddestinacija unutar Županije, obuhvaćajući grad Zadar, Biogradsku rivijeru, Ninsku rivijeru, Rivijeru Starigrad Paklenica, grad Pag te zadarske otoke. Sadržaj o destinaciji i oglasi su pažljivo osmišljeni i implementirani u partnerstvu s vodećim medijskim kućama na odabranim tržištima. Tekst je popraćen fotografijama sub-destinacija te su u sklopu teksta dodani in-text linkovi koji su vodili na službene stranice i podstranice TZ Zadarske županije na kojima su se čitatelji mogli više informirati o sub-destinacijama i proizvodima. Također, ostvarena su partnerstva i na društvenim mrežama, kroz raznovrsne native i storytelling formate, te putem velikih branding display oglasa kako bi se privukla pažnja čitatelja portala.



Izvršetak glavne kampanje po tržištima

Na njemačkom tržištu, sub-destinacije su predstavljene na jednom od najpopularnijih portala t-online.de te sestrinskom portalu familie.de čiji je glavni fokus sadržaj namijenjen obiteljima. Native članci na spomenutim portalima su osmišljeni da predstave Zadarsku županiju kroz sub-destinacije te njihovu lokaciju unutar regije, posebnost i njihove proizvode. Također, na njemačkom tržištu sub-

Izješće o radu za razdoblje I - XII 2024.

destinacije su predstavljene i na jednom od najcjenjenijih njemačkih medija – [Focus.de](https://www.focus.de), na kojem je native članak osmišljen da daje savjete čitateljima što posjetiti, probati i vidjeti u Zadarskoj županiji.

Članak je imao planirano 2.500.000 impresija medijskih native teasera u zadanom vremenskom periodu no isporučeno ih je značajno više, čak 3.433.201 što je posljedica interesa koji su pokazali čitatelji Focusa za naš članak i relevantnosti samog članka. Do sada je ostvareno više od 12.000 čitanja, a kako je članak koncipiran kao preporuka medija, očekujemo se da će ostvariti još čitanja i to isključivo putem organskog prometa.



Na austrijskom tržištu, sub-destinacije su predstavljene na tri medija: [Krone.at](https://www.krone.at), [kurier.at](https://www.kurier.at) i [DerStandard](https://www.derstandard.at).

[Krone.at](https://www.krone.at) je vrlo visoko rangiran među austrijskim medijima, često zauzimajući prvo mjesto po popularnosti među online vijestima u Austriji. Sa svojom ogromnom publikom, koja uključuje čitatelje iz svih društvenih slojeva i demografskih skupina, portal je poznat po svojoj sposobnosti da privuče i zadrži pažnju čitatelja. Uzimajući u obzir medijsku popularnost, Zadarska županija predstavljena je kroz dva native članka uz opise svojih sub-destinacija. Oba članka su planirano imala 1.800.000 impresija medijskih native teasera u zadanom periodu, no isporučeno ih je više – 1.863.247, a posljedično tome ostvareno je više od 17.637 čitanja.

[Kurier.at](https://www.kurier.at) je jedan od vodećih austrijskih informativnih portala, poznat po širokom spektru tema s velikom čitanošću i kredibilitetom. Objavljivanje na Kurier.at omogućuje visoku vidljivost i angažman čitatelja zahvaljujući interaktivnim značajkama i uglednoj reputaciji portala.

Zadarska županija predstavljena je na portalu posvećenom putovanjima i odmoru – [freizeit.at](https://www.freizeit.at). Native članak je vizualno i tekstualno privukao korisnike koji su se mogli informirati o destinacijama, aktivnostima i ljepotama Zadarske županije.

[DerStandard](https://www.derstandard.at) je jedan od najpopularnijih portala na austrijskom tržištu, a Zadarska županija predstavljena je kroz vizualno dinamičan članak u kojem je opisan itinerer što raditi, posjetiti i u

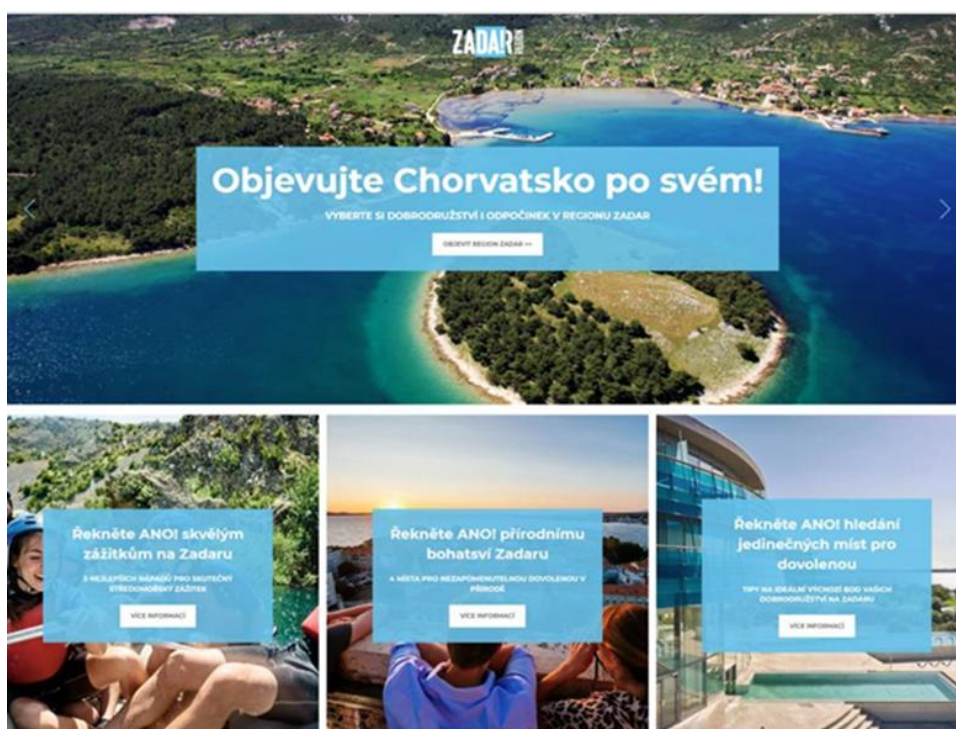
Izvješće o radu za razdoblje I - XII 2024.

čemu se okušati u Zadarskoj županiji. Zaključno, članak izaziva čitatelje bi li stigli sve probati u samo pet dana ili im možda treba više.

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.

Uzimajući u obzir targetirano tržište i njihove travel preference: posjetitelji s obiteljima – ponuda Zadarske županije izvrsno odgovara potražnjama i interesima čitatelja. U sklopu custom landing stranice, native članaka i kviza predstavljene su sub-destinacije, proizvodi i zanimljive činjenice o samoj regiji s ciljem ostvarivanja veće zainteresiranosti čitatelja za regiju.

Na češkom 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 jedan od najpopularnijih čeških internetskih portala, s milijunima posjeta mjesečno. Njegova publika je široka i raznolika, pokrivajući teme raznovrsne teme poput lifestyle-a, odmora, putovanja i kulture.



Na francuskom tržištu, Zadarska županija predstavljena je na portalu [LeFigaro](https://lefigaro.fr) – vodećem medijskom portalu u Francuskoj. U sklopu native članka opisano je 5 neodoljivih razloga zbog kojih treba posjetiti županiju.

Na slovenskom tržištu predstavljanje TZ Zadarske županije ostvareno je na tri portala: siol.net, metropolitan.si i aktivni.si, a sveukupno su objavljena 4 članka.

[Siol.net](https://siol.net) je jedan od najstarijih i najvažnijih web portala u Sloveniji te ima značajnu publiku zbog svoje dugogodišnje reputacije i raznovrsnog sadržaja. Na spomenutom portalu objavljena su dva članka o Zadarskoj županiji - u prvom članku opisani su motivi zbog kojih treba posjetiti Zadarsku županiju – motivi su uključivali najprepoznatljivije karakteristike svake sub-destinacije, dok su u drugom članku predstavljene sub-destinacije Zadarske županije te njihovi proizvodi.

Izvešće o radu za razdoblje I - XII 2024.

[Metropolitan.si](https://metropolitan.si) je slovenski portal posvećen lifestyle temama, a Zadarska županija opisana je kroz višednevnu pustolovinu. [Aktivni.si](https://aktivni.si) je portal posvećen ljubiteljima aktivnosti na otvorenom, a Zadarska županija opisana je kao idealno mjesto zbog svoje raznovrsne ponude aktivnosti na otvorenom.

AKTUALNO Promocijsko sporočilo

Klic adrenalina v zadrski regiji

10. 4. 2024



Si želite aktivnega počitka? Obožujete avanture in raziskovanje? Hrepenite po svežem zraku in nedotaknjeni naravi? Želite prebuditi vse čute? Če je vaš odgovor na vsa ta vprašanja pritrdilen, se nam pridružite pri raziskovanju zadrške regije in odkrijte nekaj po svojem okusu!

Občutite zemljo pod nogami!

Vsek centimeter zadrške regije je izkoriščen za različne dejavnosti. Raziskujte območje peki, a plezanjem ali s kolesom. Celotna in stoletja stara regija prepletajo številne pohodniške, kolesarske in planinske poti. Vemo, koliko se je zlahka, kje začeti. Predlagamo vam, da uživate v panoramskih pogledih iz različnih perspektiv, saj kar izkoristite širino pohodniške in kolesarske poti otokov, kot so Vrh, Palman ali Ragg povzpnete se na najvišje vrhove otokov.

Odkriva, kako je najlepši pogled na mesto Zadar z razglednice na otoku Ugljen. Druge perspektive je celotna panorama otokov s kolesom in dolgi sprehodi po zelenju Zadra. Naravnim parku Vrhne ali ob starih ključih Zadrške riviere vse bode naravnost. Vsi o potih in panoramskih kolesarskih potih lahko vam svetuje na izredno zanimivem zemljevidu. Tudi, ki hrepenite po izvirih, bo neverjetna gorska perspektiva Velebita. Preizkusite gorske kolesarje po starih in blagih pohodnih, primernih za začetnike in izkušene plezavce ali kolesarje.



Če vas običajno planinskega dolgočasi, vse izživite, da preizkusite plezanje in odkrijete skrivni svet Velebita in Velebita. Odkrijte najvišji vrh Velebita - Sveto Brdo - in opazite sončni vzhod ali sončni zahod. Če vam svetuje potopiti se v plezanje po Velebitu, se lahko tudi lahko avturje in raziskujete podzemni svet gorovja. V tem območju je približno 80 jam in brezov, med katerimi so najbolj znane in priljubljene Modriča jama, Čarolija jama in Menta peč. Jame so enostavno dostopne, podzemni svet pa neizprosno privlači vaše koso. Na zemljevidu priporočite si avturje se "širočino" - tako po starih skalnih.

METRO PLAZ NAJNOVEJŠE NOVICE KRONIKA VREME PROMET SCENA

4. 4. 2024, 11:41 | Promocijska objava

Raziščite zadrsko regijo: 5-dnevna pustolovščina!



Odkrijte osupljivo lepoto zadrške regije na Hrvaškem, ki jo najdete ob obarjivih Jadranski obali.

Tu se lahko zahtevni popotniki poglabijo v raznolike pokrajine, doživijo bogate kulture izkušnje, se vključijo v razburljive aktivnosti na prostem, uživajo v okusni gastronomiji in sprostijo na mirnih plažah. Dovolite nam, da vas popeljemo po nepozabnem 5-dnevnem načrtu potovanja na tej izbirni destinaciji!

Dan 1: Naravne lepote

Potovanja začnite z zajtrkom v eno izmed osupljivih naravnih lepote zadrške regije. Raziskujte obarjivo pogorje Velebit, sprehodite se po dlin jamašobnih kanjonih Nacionalnega parka Paklenica in odkrijte nedotaknjena otoka, ki vsak ponuja vpogled v lokalno življenje ter edinstveno floro in favno. Prepustite se čaru naravnega parka Telašćica na otoku Dugi Otok, kjer vas čakajo dramatične pečine in morski čudeži. Odkrijte otok, ki spominja na lunino pokrajino, ali obiščite naravni park Vransko jezero, naravni dragulj, ki očara z blatsko raznovrstnostjo. Navdušite se nad njegovo mirno lepoto in raznolikim ekosistemom, domom več kot 260 vrst ptic in različnih drugih živalskih vrst.



Promocija u Mađarskoj, uključivala je objavljivanje članka na portalu 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. Njegov visok rang i velika čitanost čine ga idealnim mjestom za objavljivanje sadržaja, osiguravajući visoku vidljivost i angažman među čitateljima zainteresiranim za trendove i savjete iz svijeta lifestyle-a.

U sklopu native članka u kojem je opisano što se može raditi svaki dan u zadrskoj regiji kroz top 5 proizvoda koje regija nudi: prirodne ljepote, aktivnosti na otvorenom, plaže, gastronomija, te lokacije koje čekaju na otkrivanje. Za native članak je procijenjeno da će imati 5.000-7.000 čitanja, a

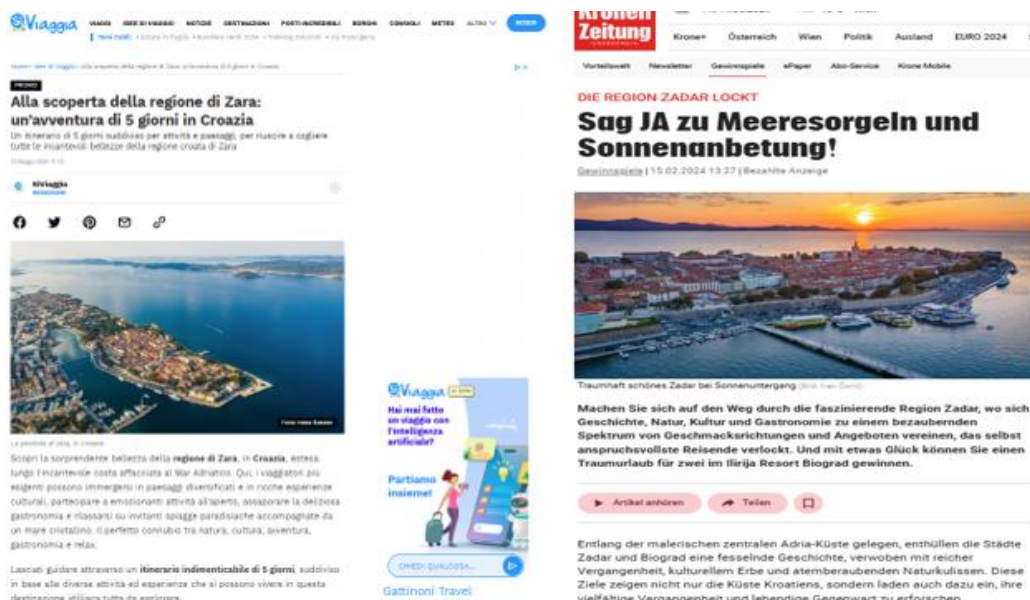
Izvešće o radu za razdoblje I - XII 2024.

ostvareno je 7.024 čitanja. Rezultati potvrđuju predviđanja i zainteresiranost mađarskih čitatelja za opisani sadržaj.

Na slovačkom tržištu, Zadarska županija predstavljena je u sklopu PR članka na portalu pravda.sk koji je jedan od najposjećenijih informativnih portala u Slovačkoj, rangiran među top 5 domaćih portala. Njegova publika obuhvaća širok spektar čitatelja, pružajući širok spektar vijesti i sadržaja iz područja zdravlja, tehnologije i lifestyle-a. Objavljivanje na pravda.sk omogućuje dosezanje velikog broja čitatelja, pružajući izvrsnu platformu za široku medijsku prisutnost i utjecaj. U članku su opisani motivi zbog kojih treba posjetiti Zadarsku županiju. Kroz motive su predstavljene top atrakcije i usluge svake sub-destinacije. PR članak uključivao je samo objavu na mediju, ali rezultati su bili izvrsni – 8.949 čitanja članka, što pokazuje visoku zainteresiranost slovačkih čitatelja i potencijalnih posjetitelja prema ljepotama, ponudama i aktivnostima u Zadarskoj županiji.

Promocija u Ujedinjenom Kraljevstvu obuhvaćala je objavljivanje članka na portalu Telegraph.co.uk – jedan od vodećih portala na tržištu. Zadarska županija predstavljena je kroz top proizvode koji se mogu pronaći na raznim sub-destinacijama županije.

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 objašnjavaju zašto treba posjetiti Zadarsku županiju te predlažu što raditi za vrijeme boravka u županiji. Na taj način članci su htjeli privući pažnju čitatelja koji posjećuju spomenuti portal upravo zbog travel sadržaja.



S druge strane, na nizozemskom tržištu Zadarska županija predstavljena je na uglednom mediju nrc.nl koji se obraća urbanoj publici viših primanja. U sklopu članka u kojem je opisano što se može raditi svaki dan u zadarskoj regiji kroz top 5 proizvoda koje regija nudi: prirodne ljepote, aktivnosti na otvorenom, plaže, gastronomija, kultura te kultura.

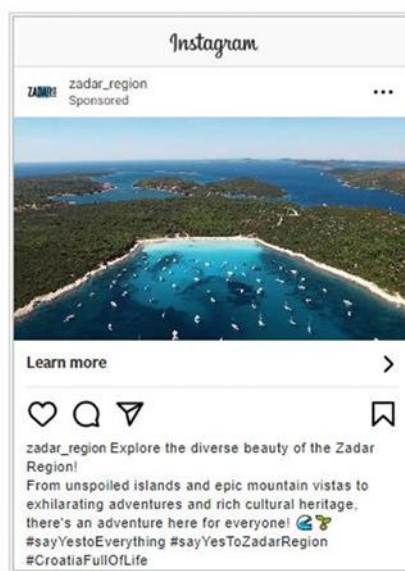
I za kraj, na skandinavskom tržištu, županija je predstavljena na popularnom švedskom portalu svd.se. Native članak je obuhvaćao predstavljanje Zadarske županije kroz sub-destinacije, njihove karakteristike, zanimljivosti i top proizvode koje svaki posjetitelj treba probati i doživjeti tijekom posjete županiji.

Također, uz storytelling formate, kampanja je obuhvaćala i display formate koji su se sastojali od atraktivnih vizuala različitih formata i native oglasa. Display formati su bili objavljeni na svih 12 tržišta, te su dosad bili prikazani više od 13.900.000 puta te su ostvarili 131.059 klikova prema službenoj stranici Turističke zajednice Zadarske županije.

On-site kampanja

Kampanja „**On-site activities**“ bila je aktivna u srpnju i kolovozu 2024. godine, a za cilj je imala promovirati konkretne aktivnosti i različite ponude (ture, izleti, itd.) turistima koji su u periodu trajanja kampanje bili na odmoru u Zadarskoj županiji.

Oglasi na društvenim mrežama sastojali su se od atraktivnog videa, a klikom na *Learn more* korisnici se vodilo na *Explore*, službenu podstranicu web stranice Turističke zajednice Zadarske županije, gdje su mogli istražiti detaljno opisane konkretne aktivnosti i iskustva na otvorenom. Oglasi su bili prilagođeni tržištu s kojeg su turisti došli. Kampanja je pokrenuta 3. srpnja i trajala je do 31. kolovoza, a tijekom tog razdoblja postignuti su sljedeći rezultati: oglasi na društvenim mrežama zahvatili su **više od 190.000 korisnika/turista** koji su se nalazili na području Zadarske županije i u okolnim županijama. Oglasi su ostvarili **više od 9.000 posjeta** službenim web stranicama Turističke zajednice Zadarske županije, a prikazani su **više od 1.700.000 puta**. Ovakvi rezultati svjedoče o velikoj zainteresiranosti turista za promovirani sadržaj te pokazuju da je sadržaj privlačan i relevantan njihovim interesima.



Kampanja „**See you Soon!**“ Turističke zajednice Zadarske županije bila je aktivna u prosincu 2024. i siječnju 2025. godine, a za cilj je imala pozicionirati Zadarsku županiju kao nezaobilaznu destinaciju za odmor. Kampanja je bila strateški usmjerena na tri ključna tržišta – **Njemačku, Švicarsku i Austriju** – prepoznati po putnicima koji unaprijed planiraju svoja putovanja i to u periodu prosinac-siječanj. Fokus kampanje je bio na storytelling formatima – advertorialima i teaser oglasima koji su vodili na članke. Ovi članci su na emocionalan i informativan način oslikavali prirodne ljepote, kulturnu baštinu, gastronomiju te razne aktivnosti na otvorenom koje Zadarska županija nudi tijekom cijele godine. Ključni cilj bio je ne samo informirati i educirati potencijalne posjetitelje već i pobuditi u njima želju za dolaskom te ih inspirirati za planiranje savršenog odmora u županiji.

Tijekom trajanja kampanje postignuti su izvanredni rezultati:

Njemačka

- Članak o Zadarskoj županiji objavljen je na popularnom njemačkom portalu *gmx.net* te je dosegnuo široku publiku, s više od 4.300 čitanja, s prosječnim vremenom čitanja od gotovo dvije minute.
- Istovremeno teaser oglasi koji su vodili na članak ostvarili su više od 2,3 milijuna prikazivanja, generirajući preko 5.600 klikova na članak.

Švicarska

- Na popularnom portalu *gmx.ch* objavljen je članak o ljepotama Zadarske županije, a interes publike u Švicarskoj bio je izuzetno izražen – članci su pročitani više od 1.300 puta, uz nevjerojatno visoko prosječno vrijeme čitanja od više od pet minuta, što potvrđuje iznimno veliku zainteresiranost čitatelja.
- Teaser oglasi imali su preko 1,1 milijun prikazivanja, ostvarivši više od 2.000 klikova prema članku.

Austrija

- Austrijsko tržište pokazalo je iznimnu zainteresiranost za ponudu Zadarske županije – članak o baštini i gastronomiji objavljen je na *krone.at*, najpopularnijem austrijskom medijskom portalu, te je zabilježio više od 8.200 čitanja, s prosječnim vremenom čitanja od gotovo jedne minute.
- Teaser oglasi ostvarili su više od 1,5 milijuna prikazivanja, što je rezultiralo s preko 5.500 klikova prema članku. Važno je naglasiti da je više od 3.000 čitanja ostvareno organski, što potvrđuje da je sadržaj bio izrazito privlačan i vrijedan dijeljenja.

Ovi rezultati jasno pokazuju da je kampanja „See You Soon!“ uspješno komunicirala priču o Zadarskoj županiji kao destinaciji koja nudi nezaboravne doživljaje, privlačeći pozornost čitatelja i stvarajući konkretan interes za dolazak. Visoka razina angažmana, duljina vremena čitanja i značajan broj klikova dokaz su da je sadržaj bio autentičan, relevantan i atraktivan za ciljnu publiku.



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 profitiraju i lokalni komercijalni subjekti, jer posljedično raste potražnja za njihovim kapacitetima / proizvodima / ponudom.

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

Realizacija: 294.371,74 €

Glavna Awareness kampanja: 265.498,50 €

On site Explore kampanja: 6.374,94 €

Zimska kampanja See You Soon 22.498,30 €

Pojedinačne kampanje s top Inozemnim medijima – tisak i digitalno

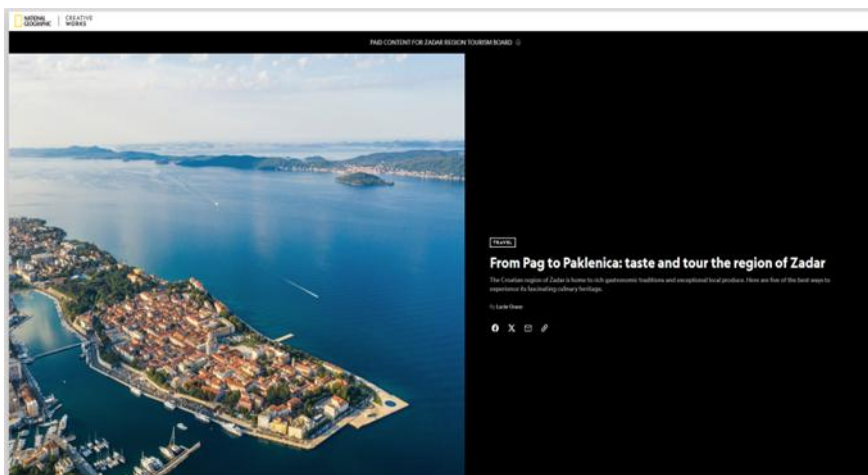
TZ Zadarske županije promovira Zadar i cijelu županiju u niz specijaliziranih i vodećih izdanja na ključnim emitivnim tržištima poput Velike Britanije, Njemačke, Austrije, Slovenije, Francuske, Italije i SAD-a.

National Geographic Traveler

National Geographic Traveler (UK) je jedan od najpoznatijih svjetskih brendova, poznat i po nagrađivanom novinarstvu, ekspedicijama, znanosti i obrazovanju, pri čemu publiku potiče na putovanja uz isticanje održivih putovanja iz lokalne i kulturne perspektive. Kampanja TZ Zadarske županije u obliku brendiranog sadržaja, oglasa, banneri, članaka započela je početkom veljače tržištu Velike Britanije (ali i šire jer čitanošću pokrivaju gotovo cijeli svijet). Visokokvalitetnim i jedinstvenim sadržajem Zadarska regija promovirana je kao "dom" izuzetne eno- gastro ponude u kojem lokalna kultura ima značajnu ulogu. Poseban akcenat stavljen je na domaćine koji se strastveno bave gastronomijom i žele svoju kuhinju dijeliti s posjetiteljima. Članak donosi preporuku top pet izvrsnih izleta koji se mogu ukomponirati sa jedinstvenim gastro iskustvima kao što su degustacija sira na otoku Pagu, kušanje maslinovog ulja i vina na nekom od OPG-ova zadarskog zaleđa ili uživanje u tradicionalnim jelima od plodova mora u jednom OPG-ova zadarskih otoka.

Izvješće o radu za razdoblje I - XII 2024.

Kampanja uključuje oglas na cijeloj stranici, brendirani online članak koje izrađuje NGT team pisaca i dizajnera prema NG standardima. Online članak [From Pag to Paklenica: taste and tour the region of Zadar \(nationalgeographic.com\)](#) dolazi s traffic driver bannerima preko stranice na www.nationalgeographic.co.uk/travel i direktnom poveznicom na web stranicu TZ Zadarske županije. Trajanje online članka je 12 mjeseci, a banneri ostvaruju preko 25.000 impresija.



1. Taste the celebrated cheese of Pag

The island of Pag is renowned for its Paški sir – or Pag cheese. Positioned parallel to the Croatian mainland, Pag is a thin island characterised by its rocky terrain. The island's location is in the path of an Adriatic wind known as the *bura*, which blows directly over the sea to the island. This unique climate contributes to the distinct flavour of Pag cheese, making it the their signature delicacy. Sheep roam freely here, grazing on the grass, rosemary and sage that are made more saline by the *bura*, which in turn enriches the flavour of the milk they produce that's used to make Pag cheese.

Visitors to the island should explore the celebrated *Gligora Dairy*, where they can sample different ages of Pag cheese on a brilliant wine and cheese tour guided by knowledgeable Zadar locals.



A trip to the Zadar region wouldn't be complete without a visit to the island of Pag to taste its famous cheese, enriched with salt from the sea. [Read More](#)



Pag is known for its lunar landscapes, a result of the unique stone terrain that covers much of the island.

5. Savour the region's exceptional seafood

A trip to the Zadar region wouldn't be complete without trying at least one or two of the many delicious seafood platters of northern Dalmatia – the smaller fish of the northern Adriatic are said to be more flavoursome than those in the Mediterranean. A fun way to do this is to rent a car or moped from Zadar and make the quick ferry hop to the stunning island of Ugljan, where the picturesque fishing town of Kali awaits. The area is surrounded by dazzling waters, and the shores are populated with locals who take their gastronomy very seriously.

Visitors should visit the *Pierini Family's Agrotourism Restaurant* for its catch of the day (often prepared in a *peka* pot) and if a trip here can coincide with Kali's Fish Festival, which takes place in July, or one of the newly launched Blue Fish Days in June, all the better, where amazing seafood dishes created by leading chefs can be enjoyed.



The Veli Kat Lighthouse is the tallest lighthouse in the Adriatic, located on the north-western edge of Dugi Otok, the largest of the North Dalmatian islands.

Independent – The Travel Guide

Početkom veljače na UK tržištu Zadarska regija predstavljena je u posebnoj produkciji Independentovog vodiča za putovanje kao jedan od **top 11 partnera**. Independent je jedan od relevantnijih britanskih portala koji pokriva vijesti i značajke iz Velike Britanije, SAD-a i svijeta. Osim aktualnih informacija o politici, pruža i informacije o putovanjima i zabavi s više od 87 milijuna mjesečnih digitalnih korisnika, pretežno korisnika ABC1 (obrazovaniji, više platežne moći). Uz urednički [članak](#) koji je promoviran u vremenskom periodu od 8 tjedana, dodatna promocija je ostvarena koristeći preko milijun nativnih teasera kao i traffic driver banneri sa direktnom poveznicom na web stranicu www.zadar.hr/eng. Članak je objavljen na "Travel" i "Life-style" stranicama, te je imao preko 1 milijun impresija medijskih native teasera što je posljedično rezultiralo sa više od 12.000 čitanja po članku.

ASTA – Worldwide destination guide 2024/2025.

Početak godine TZ Zadarske županije oglasila se na dvije stranice u godišnjem vodiču poznatog američkog udruženja putničkih agenata ASTA – Worldwide destination guide 2024/2025. Ovaj vodič služi svim profesionalcima u turizmu, a distribuira se svim članicama ASTA-e diljem SAD-a. Također, e-verzija i print verzija šalju se svim ASTA Adviserima, dok se e-newsletter šalje direktno na više od 82.000 ASTA članova.

INDEPENDENT

OUR MOST ACTIVE EVER

11 not to be missed travel experiences to book this year

Discover the perfect destination for nature-lovers

The Zadar region of Croatia, surrounded by diverse settings and landscapes, is the place where natural and cultural heritage coexists in perfect harmony. UNESCO protected and home to the Sea Organ and the Sun Salutation, the city of Zadar, with its rich cultural heritage is an open-air museum, and often the starting point of visits to the region.

Charming coastal resorts, national and nature parks, islands, woods, fields, bays and beaches make a great story that captures the heart and intrigues the mind. The stunning natural scenery of Zadar Region offers various activities and tours – cycling, hiking, birdwatching, rock climbing, water-based activities and more.

Say yes to the Zadar region and start exploring.

Book today

Adventure awaits

The Zadar region in Croatia is a haven for those seeking to explore the great outdoors. Days can be spent visiting nature parks or secluded islands before dining in beautiful Mediterranean restaurants.

1 Indulge in unspoiled islands. The Zadar archipelago is an area of unspoiled beauty, featuring crystal clear waters and hundreds of unvisited islands and islets. Whether traveling by ferry or on foot, visitors can reach these islands with relative ease. From the heart of the island of Dugi Otok, visitors can reach the island of Brač, and from there, the island of Hvar. The island of Brač is a beautiful island with a rich cultural heritage. It is a wonderful place to visit, and it is a wonderful place to visit. The island of Brač is a beautiful island with a rich cultural heritage. It is a wonderful place to visit, and it is a wonderful place to visit.

2 Explore the city of Zadar. Zadar is a beautiful city with a rich cultural heritage. It is a wonderful place to visit, and it is a wonderful place to visit. The city of Zadar is a beautiful city with a rich cultural heritage. It is a wonderful place to visit, and it is a wonderful place to visit.

3 Sample world-class cuisine. The Zadar region is a wonderful place to visit, and it is a wonderful place to visit. The region is a wonderful place to visit, and it is a wonderful place to visit.

4 Get active with outdoor pursuits. The Zadar region is a wonderful place to visit, and it is a wonderful place to visit. The region is a wonderful place to visit, and it is a wonderful place to visit.

5 Enjoy the scenic beauty of the Zadar region. The Zadar region is a wonderful place to visit, and it is a wonderful place to visit. The region is a wonderful place to visit, and it is a wonderful place to visit.

Zadar Region Tourist Board

Based in Zagreb, the Zadar Region Tourist Board is responsible for the promotion of Zadar and its surroundings, providing visitors with information and ensuring they see the best of the region.

Contact details:
T: +385 (0) 51 311 316
E: info@zadar.hr
W: www.zadar.hr

ZADAR

Reci DAI svemu

Petit Futé

U izdanjima renomiranog izdavača Petit Futé TZ Zadarske županije se oglašava kroz bogati promotivni paket koji osim objave u vodiču i magazinu uključuje i oglašavanje putem digitalnog "silver" paketa.

Vodič *Petit Futé* jedan je od najcjenjenijih izvora preporuka za putovanja još od 1976. godine. Ovaj čuveni vodič distribuira se na francuskom govornom području (Francuska, Belgija, Švicarska, Kanada), te se tiska se u 27.500 primjeraka (print+ digital). Dostupan je i kao interaktivni vodič s 5 milijuna posjetitelja godišnje. Ove godine TZ Zadarske županije se dodatno istaknula u vodiču sa oglašom koji se nalazi na unutrašnjosti naslovne stranice.

Petit Futé magazin je drugi najutjecajniji magazin za putovanja u Francuskoj. Tiska se u više od 110.000 primjeraka, te se distribuira na najvažnijim turističkim sajmovima u Francuskoj (Lyon/Toulouse, Paris, Strasbourg, Nantes). Osim oglasa, na tri stranice advertorijala promovirane su brojne mogućnosti aktivnog provođenja slobodnog vremena kao i gastronomskih izleta u Zadarskoj regiji.

Digitalni silver paket uključuje dva advertoriala (travanj i srpanj) i tri objave na društvenim mrežama (FB i IG). U vremenskom periodu od mjesec dana travanjski on line članak "[Les 10 bonnes raisons de visiter la région de Zadar en 2024](#)" je ostvario više od 25.000 čitanja s prosječnim vremenom čitanja od 3 minute i 13 sekundi što pokazuje veliki interes korisnika za naš članak na ovom mediju.

Izvjeste o radu za razdoblje I - XII 2024.

Facebook i Instagram objave također su ostvarile veliki doseg i interakciju, pa je tako Facebook objava iz travnja mjeseca ostvarila doseg od 146.680 korisnika od kojih je više od 2.400 njih klikom pokazalo daljnji interes.

ZADAR I SES ENVIRONS

SEJOUR GASTRONOMIQUE ET NATURE

REPORTAGE CROATIE



LA CUISINE MEDITERRANÉENNE, DONT FAIT PARTIE LA CUISINE CROATE, FIGURE SUR LA LISTE DU PATRIMOINE IMMATÉRIEL DE L'UNESCO

Les plats de la cuisine méditerranéenne, dont fait partie la cuisine croate, figurent sur la liste du patrimoine immatériel de l'UNESCO. Cette cuisine est caractérisée par l'utilisation de produits locaux et de techniques de cuisson traditionnelles. Elle est reconnue pour sa diversité et sa richesse culturelle.

LES PLUS

- La cuisine méditerranéenne est reconnue pour sa diversité et sa richesse culturelle.
- Elle est reconnue pour son utilisation de produits locaux et de techniques de cuisson traditionnelles.

LES MOINS

- La cuisine méditerranéenne est parfois considérée comme trop traditionnelle.
- Elle est parfois considérée comme trop coûteuse.

INFOS FUTURES

QUAND

Le festival se tiendra du 15 au 25 mai 2024.

DURÉE

Le festival durera 11 jours.

BUDGET

Le budget total du festival est de 100 000 euros.

PUBLIC

Le festival est ouvert à tous les publics.

LES PLUS

- Le festival est reconnu pour sa diversité et sa richesse culturelle.
- Il est reconnu pour son utilisation de produits locaux et de techniques de cuisson traditionnelles.

LES MOINS

- Le festival est parfois considéré comme trop traditionnel.
- Il est parfois considéré comme trop coûteux.

LA NATURE À PORTÉE DE MAIN

La nature est à portée de main à Zadar. Les visiteurs peuvent profiter de la vue sur la mer Adriatique et des paysages côtiers. Les activités de plein air sont nombreuses et variées.

Y ALLER

Il est facile d'accéder à Zadar. Les transports publics sont bien développés. Les routes sont bien entretenues.

UTILITÉ

Il est utile d'avoir une carte de Zadar. Les services de location de voitures sont nombreux.

PARENTHESE INULNAIE

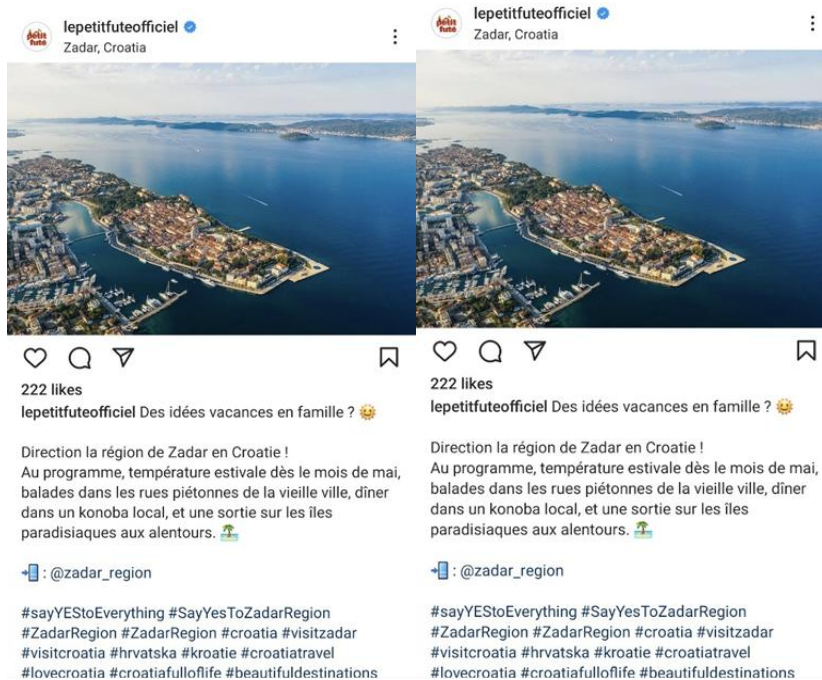
Il est intéressant de noter que Zadar est une ville ancienne. Elle a une longue histoire et une culture riche.

REGION ZADAR

Dites OUI! aux nouvelles expériences



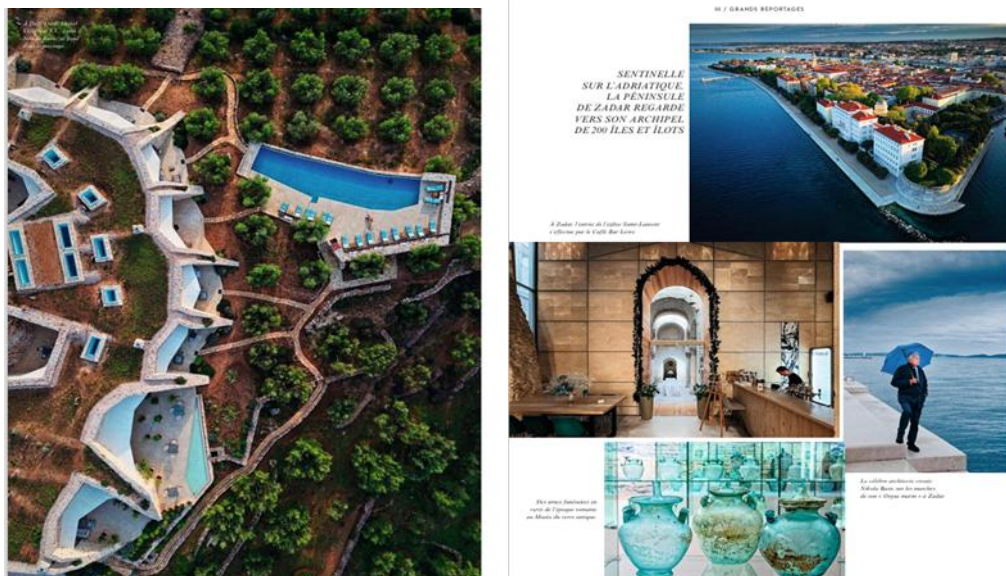
Explorez la région de Zadar et découvrez de nouvelles expériences. Les paysages sont magnifiques et les activités sont variées. Ne manquez pas de visiter les sites historiques et culturels.



Le Figaro

Le Figaro Voyages (Croatie) zasigurno će naći mjesto među brojnim zainteresiranim Francuzima za dolaske u Hrvatsku ove sezone pa je predstavništvo HTZ-a u Parizu osiguralo posebno izdanje ovog prestižnog nakladnika. Sve ključne teme časopisa + naslovnica ovog travel izdanja koje izlazi samo dva puta godišnje, rezervirani su ekskluzivno za Hrvatsku. Radi se o prestižnom premium travel izdanju sa ukupno 148 stranica sadržaja, zanimljivih članaka o hrvatskoj turističkoj ponudi pod uredničkom palicom Benedicte Menu, glavne urednice za turizam u najčitanijem magazinu u Francuskoj Le Figaro Magazine (upravo su njezini novinari dosad dva puta osvojili Grand Prix Zlatnu penkalu HTZ-a za najbolje objavljene reportaže o Hrvatskoj). Naklada priloga Le Figaro Voyages je 50.000 primjeraka + PDF verzija za 250.000 premium pretplatnika. U okviru velikog predstavljanja Zadarske županije na desetak stranica, osim opsežne reportaže (odrađena kroz studijsko putovanje) na desetak stranica prisutan je i vrlo atraktivan destinacijski oglas na jednoj stranici.





ID Riva

Na najemitivnijem njemačkom tržištu, TZ Zadarske županije se predstavila u katalogima ID Riva Toursa - vodećeg specijalista za putovanja u Hrvatsku na DACH tržištima. Katalogi **Hoteli, Ferienanlagen und Mobilheime, Ferienhäuser und Ferienwohnungen** i **Kreuzfahrten** naklade su 300.000 primjeraka, te se distribuiraju u više od 300 ureda partnera. Također, katalogi se distribuiraju i na svim sajmovima nacionalne promocije u Njemačkoj, Austriji i Švicarskoj u suradnji sa HTZ-om, kao i direktnim slanjem zainteresiranim putnicima u Hrvatsku. Iznimno atraktivnim oglasom veličine 1 stranice TZ Zadarske županije se predstavila u čak dva kataloga: **Hoteli, Ferienanlagen und Mobilheime** (katalog sadrži informacije o raznim hotelima, odmaralištima i mobilnim kućicama u Hrvatskoj) te **Kreuzfahrten** (za ljubitelje krstarenja, katalog sadrži informacije o putovanjima između tisuću otoka).



Das Bild

Izvešće o radu za razdoblje I - XII 2024.

Ožujsko izdanje njemačkog Bilda obogaćeno je posebnim prilogom o Hrvatskoj u sklopu kojega se predstavila i TZ Zadarske županije. Ovo posebno "travel izdanje" promoviralo je najnovije trendove i aktualne ponude hrvatskog turizma u 2024 godini. Inače Das Bild su jedne od najtiražnijih novina u Bavorskoj, tiskaju se u nakladi od skoro 60 000 primjeraka sa 428 .00 čitatelja. Poseban oglašivački paket osim jedne stranice oglasnog prostora uključivao je i PR članak čija je objava iz tiskanog izdanja prenesena i na www.bild.de. Ova internetska stranica ima 1,8 milijuna korisnika, a trajanje [on-line članka](#) je bilo 4 tjedna.



Lust auf Kroatien

TZ Zadarske županije oglasila se u njemačkom turističkom časopisu za ljubitelje Hrvatske **Lust auf Kroatien** koji je početkom svibnja izašao iz tiska. Riječ je o predsezonskom izdanju popularnog i najvećeg turističkog magazina o Hrvatskoj u kojem je Zadarska regija predstavljena na dvije stranice atraktivnim fotografijama i informacijama o prirodnim ljepotama, autohtonoj gastronomskoj ponudi i bogatoj kulturno-povijesnoj baštini. Magazin se distribuira na njemačkom i austrijskom tržištu (+ dio Švicarske) u tiraži od 50.000 primjeraka i 10.000 on-line pretplatnika.

DALMATIN - ZADAR
ADVERTORIAL

REGION ZADAR
Tag für
zu erleben

KROATIEN
Wohlfühlen

Natur und Geschichte einatmen

Die Region Zadar, ein magischer Ort mit über 3.000 Jahre alter Geschichte, wartet mit einem faszinierenden Mix aus Kulturerbe, unberührter Natur und kulinarischen Genüssen auf Sie.

Eingebettet in die Schönheit der Natur ist die Region Zadar für ihre wertvollen kulturhistorischen Denkmäler, die herrliche Gastfreundschaft ihrer Bewohner, exquisite Delikatessen und hervorragende Weine.

Kulturlandschaft mit weltberühmten Sommerfesten
Die uralte Stadt ist im Zentrum dieser reichen Kulturlandschaft. Zadar ist die Heimat der antiken Kirchen der Heiligen Ana und des Heiligen Donatus sowie moderner Kunstbauten wie das Museum für zeitgenössische Kunst und das Zentrum für zeitgenössische Kunst.

Ein Spaziergang entlang der historischen Stadtwälle, die seit Jahrhunderten die Stadt schützen und heute zum UNESCO-Weltkulturerbe gehören, lässt unvergessliche Eindrücke.

Kulinarische Entdeckungsreise
Die Gastronomie in Zadar und Umgebung basiert auf der mediterranen Küche, die bekannt ist für ihren frischen Fisch, Meeresfrüchte und das unvergleichliche Öl. Der preisgekrönte Paster (Pasta) ist zusammen mit einer Auswahl anfeinster Weine, die seit über 3.000 Jahren in dieser Region angebaut werden, waschen an unvergesslichen Geschmackserlebnissen. Eine über 1.000-jährige, traditionelle Gesteht, das in der Glt unter einer Glocke zubereitet wird, sollen auf keiner kulinarischen Entdeckungsfahrt fehlen.

Traumhafte Natur erleben
Nicht zu vergessen, die über 200 Inseln, Inselchen und Riffe entlang der Küste, ein Paradies für Entdecker und Fotografen. Die Inseln vor Zadar bieten ideale Bedingungen, die Natur zu Land und zu Wasser zu erleben. Die Rad- und Wanderwege führen durch unberührte Landschaften.

Erlebe die Outdoor-Abenteuer
Ob Radfahren entlang der malerischen Küstentwege, Bergsteigen im Nationalpark Paklenica oder Kajakfahren durch spektakuläre Schluchten - Zadar ist ein Eldorado für Outdoor-Begeisterte. Rad- und Wanderwege und die Möglichkeit zum Felsklettern bieten Herausforderungen für jedes Niveau. Zadar beeindruckt nicht nur mit seiner Geschichte und Kultur, hier tauchen Besucher in die Schönheit unberührter Natur ein, genießen kulinarische Höhepunkte und erleben unvergessliche Outdoor-Abenteuer. Eine reizvolle Urlaubsidee, die Körper und Seele befreit.

ZADAR REGION TOURIST BOARD
info@zadar.hr
www.zadar.hr

Turismo Itinerante

Ovogodišnje oglašavanje na portalu Turismo Itinerante obuhvatilo je ekskluzivni rotirajući banner na www.turismoitinerante.com u trajanju od godine dana, postavu promotivnog videa na home page portala u trajanju od 12 tjedana (mjesечно po jedan tjedan na razini cijele godine). Također u on-line magazinu „Turismo all'aria aperta“ objavljene su četiri stranice editorijala, a u tiskanom izdanju oglas na pola stranice. Svakoga mjeseca 35.000 korisnika posjeti portal, a časopis Turismo all'aria aperta koji je na 26 godina na tržištu može se pohvaliti sa više od 60.000 čitatelja u Italiji i inozemstvu.



Dnevnik

I u 2024. godini Hrvatska za goste iz Slovenije predstavlja prvi izbor destinacije za ljetovanje. Zbog izuzetne važnosti slovenskog tržišta za zadarsku regiju, prihvaćena je oglasna kampanja s 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 Nedeljskom dnevniku. "Nika" je prilog koji izlazi 4 puta godišnje u nakladi od 70.000 primjeraka također kao prilog časopisu Nedeljski dnevnik. Internetska stranica dnevnik.si ima 302.057 unique users i 5.875.609 impresija na mjesec. Ovom kampanjom aktivno se komunicirala raznovrsnost ponude izvan glavne turističke sezone tj. brojne mogućnosti aktivnog boravka u destinaciji, netaknuta priroda i eno-gastro ponuda. Objavljeni su sljedeći članci: PR članci u izdanju "Hrvatska" (objavljeno 3. travnja), Dnevnik PČ (objavljeno 17. travnja i 5. lipnja), Nika (objavljeno 27. ožujka i 29. svibnja), DNEVNIK od ponedjeljka do subote (05. srpnja, 30. kolovoza i 13. rujna) kao i PR članak na dnevnik.si (u razdoblju 20.-27. rujna)



Recite DA! družinskemu dopustu v zadrski regiji

Zaradi bližine kar petih narodnih parkov in dveh naravnih parkov je zadrska regija priljubljena destinacija za družin starodavno mesto Zadar z Morakimi organi in Podravsko soho pa je izjemna zanimivost za otroke in odrasle. Užiti lahko v številnih dejavnostih, med najpriljubljenejšimi pa

Park je primeren za otroke, starejše od šest let, prehodite pa ga v 45 minutah v skupini, ki šteje največ deset ljudi. V regiji je več adrenalinskih parkov, eden je pet minut od Zadra v smeri Nina, drugi pa na obrobju Biograda. V adrenalinu lahko uživate tudi v Nanarum parku Telačica na Dugem otoku.

Center odličnosti Cerovačka jama, Narauri park
Cerovačka jama so na obrobku južnega Velebita, v razloženem položaju hriba Cirovac, na zavrhanu medu Narauru parka Velebit. Nalazišče mesto je le je oddaljeno 4 km. Za turistično stisk sta 290 m in Zgornja Cerovačka jama, vsaka dolga okoli 700 m je mogoče obiskati v vseh letih. Z gradnje infrastrukture, razvojem vseh in vlogam izobrazbe strokovnih specializiranih programov za obiskovalce vzpostavljajo osnovno za odgovorno in dolgoročno upravljanje kompleksa Cerovačkih jam, dolžina 8.000 metrov.

Dalmatinci je vrhunski tematski park v Biogradu na moru s čudovitim pogledom na jadransko obalo. Razdeljen je na tri tematske sklope: Versoje, Gysarsko mesto in Divji zahod. Na voljo so panoramsko kolo in drugo adrenalinske vožnje, predstave Čarolnikov in cirkusovsko ter številne druge zabavne aktivnosti za vse družino. Vsevekar sbršite igrarico in doživite virtualno vožnjo na atrakciji XD Dark Ride. Uživate lahko tudi v največjem vodnem parku v Dalmaciji s kar 14 vodnimi atrakcijami in največjim toboganom na Hrvaškem!

Lov na zaklad
Le kdo ne mara lova na zaklad? Iskanje, ki ga organizirajo certificirani vodniki, je interaktivno in zahrbliva aktivno sodelovanje udeležencev. Pri tem lovu na zaklad refuzije različne igranje v Nivu in Zadrto ter spoznavate lokalno kulturo in zgodovino. To je odlično izlet za vse, ki se želijo zabavati in hkrati tudi nekaj naučiti – idealen je za otroke, zabavne taborne vrnitve in družinske izlete, ki so v aktivnosti.



Recite DA! otkom
Čudoviti svet zadarskih otokov je otkrovenje neodkrivenih
lepih. Zbog toga morate isprobati naše putovanje. Puti, Ulijan

Recite ADI hrani in pijači

Sežemsko-maščena prehrana je nepogrešljiva izsova lokalne kuhinje. Ribe, školjke in drugi morski sadeži, preto z olivnega olja, zelenjave, zelenjake, gume, Dalmacije, obilnost drevnih jedilnic, Paški sir, ki se ponada s svetovnimi nagradami, porušajo vse restoracije, na otoku Paga pa lahko obiščete tudi sirarne. Sir se odlično poda z nekaterimi oporovini mi ji jih tam pridružuje že več kot 3000 let. Manj znano pa je dejstvo, da je zadarsko vinodolno območje prava ekološka oaza Hrvaške. Kar 30% proizvajalcev na tem območju se ponada z organsko ekološko, zaradi česar je ta regija v samem vrhunske svetovnem vrhu. Tradicionalno se na tem območju proizvaja več vrst hrvaškega vina: 60% suho, pa so tudi v roki. Prava gurmanski morajo poskusiti peko - masline, bobničarje, ali štetino z komarčevci in zelenjavo.

Palman, Dugi otok, Sibba, Oših, Molat, Premuda, Ist. 12. Sestrinj, Ravna, Rava, Zverinac, Vin, Vrgada so ne leketi od več kot 200 otokov, otokov in čer, ki se raztezajo v litih vrstah vzporedno z obalo, so najrazličnejši otoki in velikosti, naselejeni ali opušteni, turistično razviti ali nedotakniti. To območje je idealno za vse vrste aktivnosti na morju in pod morjem, vaše plovilo ga bo naloženo zaradi več kot 200 pristanišč in lukaj, na organiziranih ali neodvisnih sidriščih in zalozitvenih zalivih. Nekatere otoki so najprej spoznavati plet po sprehajalnicah, pohodniških in kolesarskih poteh, kaj se boste nadišli čistejša zrak, vonjem bogate sredozemske flore. Odkrijte modre zalivske in beloge skalne jame, med valovi in kajakom.



pa so na vajo tudi za ljubitelje pohodništva in planinarjenja. Sprehajalne poti – lungomare – v obalnih mestih so idealne za konec dneva. Za bolj ambiciozne je najbolj znana pohodniška destinacija na tem območju zagotovo Narodni park Paklenica, ki ponuja za vsakega nekaj – od lahkih do zahtevnih poti. Lahko pa raziščete tudi spektakularni kačnikov in slapov rek Zrmanje in Krugo, in to



Recite DA! dejavnostim
Ne glede na to, ali se vozite na dveh kolesih, hodite, raftate po brzicah reke, plezate po stenah ali plezku-

s kanjem ali splavom? Čudoviti svet zadarskih otokov je območje neodoljive lepote, čistega morja in neokrnjene narave. To območje je idealno za vse vrste aktivnosti na morju in pod morjem, natančnoj stopki pa je najbolje spoznavati: peš po sprehajalnih, pohodniških in kolesarskih poteh, kjer se boste nadihali čistega zraka z vonjem bogate sredozemske flore.



7ADAR www.radar.hr

U suradnji sa agencijom Sinco TZ Zadarske županije predstavila je svoju ponudu na slovenskom tržištu. Budući da su slovenski gosti vrlo česti konzumenti hrvatske turističke ponude i u prvom dijelu godine tj prvi veliki turistički val sa ovog tržišta dolazi za prvomajске praznike, kada se spajaju praznik 27.4. i prvomajski praznici (1. i 2. 5.), kampanja je pokrenuta početkom travnja mjeseca. Veliki izbor brojnih aktivnosti na otvorenom kao i najava predsezonskih događanja promovirane su kroz oglašivački paket koji je uključivao:

- 64

Izvešće o radu za razdoblje I - XII 2024.



Mailing je kliknulo i pročitao 59.120 različitih čitatelja (jedinstvena otvaranja). Također, mailing i s tim kratak tekst te link do članka je bio prikazan više od 64.859 puta. Članak je kliknulo i pročitao 2.043 različitih čitatelja. Objave na FB stranicama Potnik.si, LikeOut.net i Objemi Hrvaško dosegnule su preko 22.124 korisnika i više od 108 klikova.

U razdoblju od 4. do 19. prosinca provedena je zimska kampanja kojom je predstavljena adventska ponuda zadarske regije i grada Zadra. Oglašivački paket uključivao je online članak na stranici potnik.si, mailing koji je poslan na najkvalitetniju turističku bazu u Sloveniji – Potnik.si (trenutno ima 205.000 primatelja), te objave na Facebook i Instagram stranicama LikeOut.net, Objemi Hrvaško i Potnik.si.



Media 24

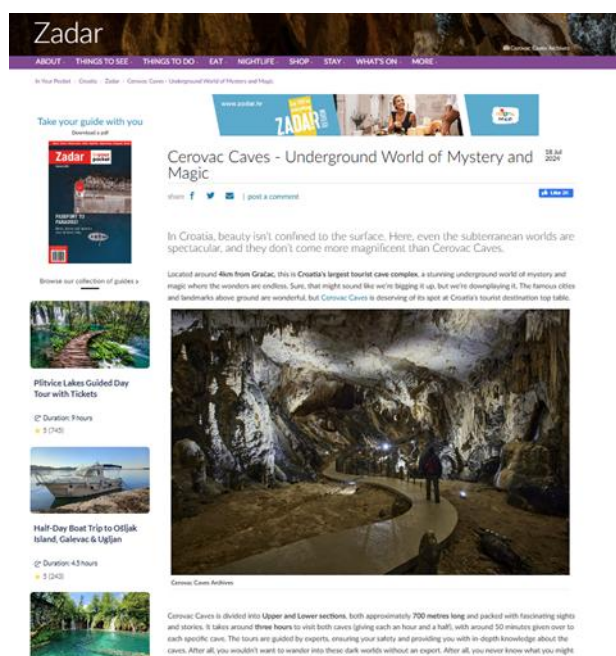
Grupacija Media24 posjeduje sve veći broj različitih tiskovina na području Slovenije. U dnevnom prilogu Hrvaški turizam koji je izašao 12. travnja i besplatno se distribuirao (ukupna naklada 70.000) uz dnevne novine Novice Svet24 (naklada 48.000) te sportske dnevne novine koje su objedinile slovensku Ekipa i hrvatske Sportske novosti pod nazivom Ekipa SN – sportski dnevnik (naklada 22.000) TZ Zadarske županije je bila zastupljena kroz promo članak na cijeloj stranici. Zadarska regija

Izješće o radu za razdoblje I - XII 2024.

predstavljena je kao idealna destinacija za ljubitelje prirode i aktivnog odmora zbog brojnih mogućnosti koje nudi kao npr bicikliranje, planinarenje, rafting, SUP, vožnja čamcem, ronjenje i dr.

In your pocket

I u 2024. godini TZ Zadarske županije je nastavila sa sudjelovanjem u projektu turističke publikacije ZADAR IN YOUR POCKET. Kampanja se odnosi na zajedničko oglašavanje TZG Zadar i TZŽŽ u publikaciji Zadar in Your pocket, kao i on-line oglašavanje pozicioniranjem fiksnog banner-a od siječnja do prosinca 2024. godine. Cilj projekta upoznavanje šire publike s turističkom ponudom županije i grada u obliku vodiča i prepoznatljivog kanala inyourpocket.com. Kao potpora projektu, ugovoreno je on-line oglašavanje destinacije na webu [In your pocket](http://inyourpocket.com) i u drugim tiskanim izdanjima (Zagreb In Your Pocket). Projekt je planiran i odrađen u suradnji s TZG Zadra na način da se troškovi oglašavanja dijele u omjeru 50%-50%. Kroz advertorial na zadarskoj naslovnici web stranice inyourpocket.com prezentirana je ponuda Cerovačkih špilja, prirodnog bisera koji privlači posjetitelje netaknute prirode i neotkrivenih lokacija. Advertorial osim teksta i fotografija sadržava linkove na web stranice kao kratki video, te je bio aktivan u razdoblju od 18. srpnja do 30. listopada.



Hanza Medija - LIKE Hrvatska-Slovenija

U izdanju specijalnog Like magazina posvećenom hrvatskom i slovenskom turizmu, TZ Zadarske županije predstavila se kroz bogati partnerski paket. Dvije vodeće medijske kuće Hanza medija i Delo zajedno su putem svojih najjačih dnevnih izdanja Delo i Jutarnji list po prvi puta u povijesti medija u Hrvatskoj i Sloveniji publicirale zajednički magazin posvećen turizmu. Magazin je tiskan 28. veljače u kompletnoj nakladi Dela i Jutarnjeg lista i to na oba jezika – u Hrvatskoj na hrvatskom, a u Sloveniji na slovenskom jeziku ukupne tiraže 40.000 primjeraka. Sav sadržaj magazina objavljen je i digitalno. U suradnji s najboljim reporterima kao i najboljom praksom storytelling novinarstva ispričane su najbolje priče o destinacijama, ljudima koje treba upoznati i hrani koju treba probati, a s ciljem osiguranja dodatne vrijednosti za sve čitatelje. Tako je na 236 stranica predstavljeno dvadesetak

velikih reportaže iz Hrvatske i Slovenije, koje su obuhvatile turističke krajeve i na moru i na kontinentu, kao i opsežan vodič sa 104 destinacije na kojima se može provesti vikend u Hrvatskoj i Sloveniji. Dodatna medijska vidljivost osigurana je i prilikom same promocije magazina 28. veljače 2024. u Ljubljani.

Partnerski paket je uključivao:

- Objava promotivnog članka partnera u magazinu na formatu 2/1 stranica (HR i SLO izdanje)
- Objava image oglasa partnera u magazinu na formatu 1/1 stranica (HR i SLO izdanje)
- Prijenos sadržaja promotivnog članka partnera na jutarnji.hr/ putovanja te delo.si u sklopu specijalnog reporta + prijenos na naslovnicu jutarnji.hr + share na FB i IG jutarnji.hr
- 20 primjeraka magazina u hrvatskoj i slovenskoj varijanti za potrebe partnera + PDF putem maila
- isticanje partnera logotipom u promo-kampanji/Jutarnji list, Slobodna Dalmacija, Delo i Delo Subota
- isticanje partnera logotipom u promocijskoj online kampanji /desktop i mobile banner kampanja, najavni promo članci, social "paid partnership"/jutarnji.hr, novac.hr, globus.hr, slobodnadalmacija.hr, delo.si

Benefiti oglašavanja u ovom specijaliziranom izdanju magazina su višestruki: bogat medijski paket na dva tržišta, promocija proizvoda posebnih interesa s velikim tržišnim razvojnim potencijalom, priče i teme koje će poticati dolazak u pred i posezoni i drugi.

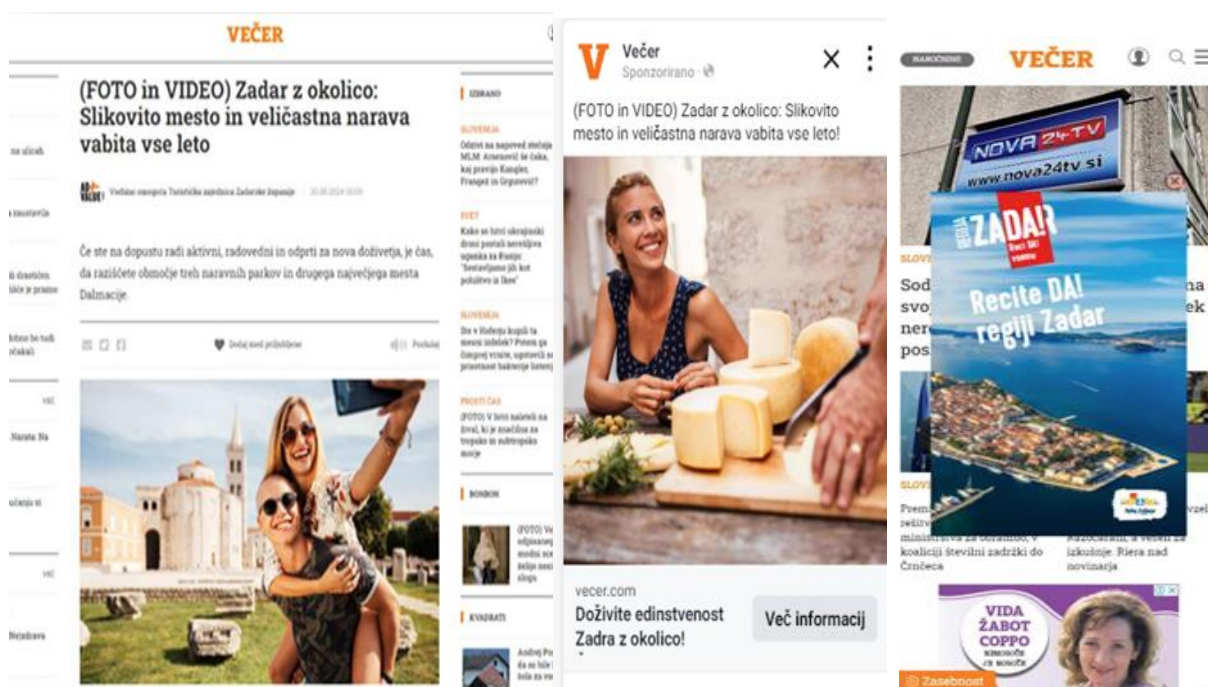
Jutarnji list - Nacionalni parkovi, otoci, šume i druge prirodne atrakcije dio su Zadarske županije koja osvaja na prvu

<https://www.delo.si/gospodarstvo/like/nestvarna-lepota-narave-v-srcu-hrvaskega-jadrana/>



Izješće o radu za razdoblje I - XII 2024.

Kroz bogati medijski paket na slovenskom portalu **večer.com** predstavljene su brojne mogućnosti aktivnog odmora u post sezonskom periodu. Osim iznimnog interesantnog [članka](#) koji je objavljen 30. kolovoza u trajanju od 7 dana i koji je ostvario više od 2.400 čitanja, dodatna medijska vidljivost ostvarena je i kroz objave na društvenim mrežama (FB i IG), newsletteru i atraktivnom baneru.



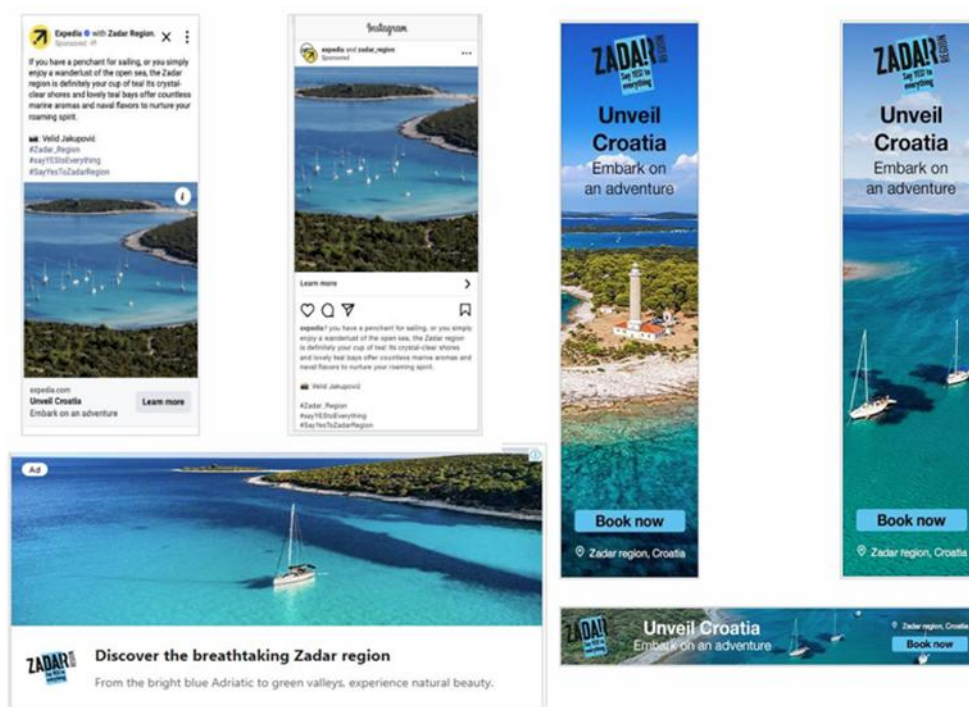
Expedia

U ovogodišnjoj Expedia USA kampanji uz Hrvatsku turističku zajednicu, TZ Splitsko-dalmatinske županije, TZ Dubrovačko-neretvanske županije i TZ grada Dubrovnika sudjelovale su i TZ grada Zadra i TZ Zadarske županije. Kampanja odvijala se od ožujka do rujna 2024. godine u SAD-u te je postigla izvrsne rezultate povećavajući broj posjetitelja i rezervacija kako za Hrvatsku, tako i za grad Zadar i Zadarsku županiju.

Cilj kampanje bio je nadahnuti posjetitelje o ljepotama Hrvatske, informirati i educirati ih te podići svijest o raznolikoj i bogatoj ponudi Zadarske županije, s krajnjim ciljem poticanja i povećanja broja dolazaka i rezervacija iz SAD-a.

Ovogodišnja kampanja fokusirala se na bannerima različitih formata koji su na atraktivan način predstavili ljepote grada Zadra i Zadarske županije. Banner oglasi su prikazani više od 380.000 puta. Istovremeno, promocija je obuhvaćala i native oglase koji su dočarali poznate lokacije grada Zadra i Zadarske županije. Native oglasi su bili prikazani više od 160.000 puta, a osim display formata, promocija grada Zadra i Zadarske županije uključivala je i promociju na društvenim mrežama. Pod imenom snažnog i moćnog brenda Expedia, objavljena su dva posta na društvenim mrežama. Jedan post je predstavljao grad Zadar, a drugi Zadarsku županiju – zajedno su bili prikazani više od 200.000 puta.

Kampanja je rezultirala značajnim povećanjem ključnih pokazatelja uspješnosti tijekom 2023. i 2024. godine, a u razdoblju trajanja kampanje Hrvatska je zabilježila primjetan rast u broju rezervacija, premašivši rezultate iz 2023. godine. Tijekom trajanja kampanje, u gradu Zadru i Zadarskoj županiji ostvareno je više od tisuću rezervacija noćenja na Expedia US platformi što je rezultiralo s gotovo milijun dolara vrijednosti bookinga.



Signature

Na tržištu SAD-a ostvarena je suradnja sa Signature Travel Network. Radi se o članstvom vođenoj zajednici putničkih agencija i partnerskih dobavljača osnovanoj 1956. godine.

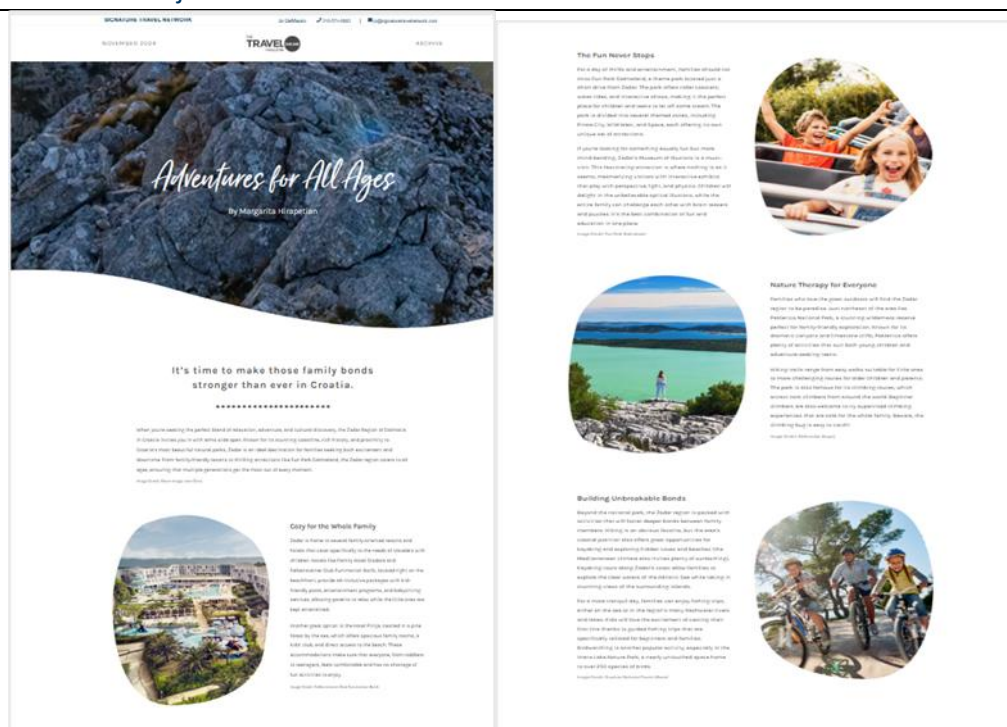
Danas mreža obuhvaća više od 15.000 savjetnika za putovanja u Sjedinjenim Američkim Državama, Europi, Australiji, Brazilu, Meksiku, Novom Zelandu i na Karibima, s godišnjim prometom od 11 milijardi dolara.

Kako bi inspirirali putnike i pružili im vrijedne informacije, Signature Travel Network objavljuje nekoliko publikacija:

-The Travel Experience: Digitalni magazin koji sadrži članke, slideshowove i videozapise s ciljem poticanja čitatelja na ostvarenje njihovih putničkih snova.

-Hotels & Resorts Collection Magazine: Godišnja publikacija koja služi kao vodič kroz više od 1.200 pažljivo odabranih hotela, odmarališta, loža, toplica i jedinstvenih smještajnih objekata diljem svijeta. Na primjer, izdanje za 2024. godinu ima 164 stranice i dostupno je u digitalnom formatu.

Početkom studenog mjeseca u Online Travel Magazin objavljen je [članak](#) o Zadarskoj regiji. Članak je posvećen obiteljskom odmoru, te na vrlo informativni način donosi informacije o hotelskim kapacitetima koji imaju bogatu ponudu sadržaja za obitelji s djecom kao i brojne sugestije za provođenje slobodnog vremena: od posjeta zabavnom parku Dalmaland do posjete Nacionalnim parkovima i parkovima prirode, sportskim aktivnostima na otvorenom i sl.



REALIZACIJA:	104.364,40 €
NATIONAL GEOGRAPHIC TRAVELLER	13.894,40 €
INDEPENDENT	5.131,19 €
ASTA	6.875,00 €
PETIT FUTE	16.450,00 €
LE FIGARO	6.875,00 €
ID RIVA KATALOG	3.125,00 €
BILD	6.470,00 €
LUST AUF KROATIEN	2.187,50 €
TURISMO ITINERANTE	1.250,00 €
DNEVNIK	6.875,00 €
SINCRO	937,50 €
HANZA I DELO	8.125,00 €
MEDIA 24	1.000,00 €
ZADAR IN YOUR POCKET	3.343,75 €
ZADAR IN YOUR POCKET Cerovačke špilje	500,00 €
VEČER JESEN	1.012,50 €
EXPEDIA	15.000,00 €
SIGNATURE	4.623,21 €
TEČAJNE RAZLIKE	689,35 €

3.2.2. Posebne tematske kampanje po turističkim proizvodima i prigodne kampanje

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

U 2024. godini TZ Zadarske županije dodatno je intenzivirala aktivnosti oglašavanja posebnih proizvoda i prigodnih kampanja posebice u pred- i post sezoni, a za razliku od kampanja za promociju destinacije, ove kampanje su više personalizirane i usmjerene prema točno određenom segmentu tržišta. Zahvaljujući selekciji medija (biramo one koji imaju što veći utjecaj) dobivamo autentične i kvalitetne objave koje sugeriraju čitateljima zbog kojih vrijednosti i doživljaja vrijedi posjetiti Zadarsku regiju.

Oglašivačke kampanje targetirane su u prvom redu na naša najznačajnija emitivna tržišta, ali smo također prisutni i na tzv. sekundarnim emitivnim tržištima (Expedia za američko tržište).

Također i domaće tržište koje zbog blizine mjesta stanovanja i poznavanja destinacije sve više počinje pokazivati svoj značaj i potencijal sa trendom kraćih putovanja, vikend putovanja, jednodnevnih izlete u pred i post sezoni.

Oglašavanja se provode u dnevnom i specijaliziranom tisku, vodičima i sl., a fokus oglašavanja je stavljen na promociju pojedinih segmenata turističke ponude i proizvoda, kao i novitete u samoj destinaciji. Tu smo istaknuli naše komparativne prednosti: nacionalne parkove i parkove prirode, aktivni odmor, nautiku, eno-gastro ponudu, itd. Dodatni sinergijski učinak postiže se i sve kvalitetnijom online promocijom budući da je internet ključni medijski kanal za istraživanje, kao i kasniju odluku o samoj destinaciji koja se želi posjetiti.

Inozemni mediji

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

Gault&Millau

Gotovo 60 godina prisutan na međunarodnoj gastronomskoj sceni, Gault&Millau jedan je od vodećih svjetskih gastronomskih vodiča, pouzdan je i cijenjen zbog svoje objektivnosti. Restorane ocjenjuju anonimni inspektori, koji sami plaćaju svoje račune, a princip ocjenjivanja jedinstven je za sve zemlje u kojima je Gault&Millau vodič prisutan. Međunarodno priznat i poznat, od iznimne je važnosti za promociju hrvatske gastronomije na međunarodnoj sceni i uvelike pridonosi brendiranju Hrvatske kao atraktivne gastronomske destinacije.

Šest godina nakon objave prvog izdanja, Gault&Millau Croatia postao je jedan od najrelevantnijih gastronomskih vodiča za Hrvatsku, prepoznat od strane hrvatske ugostiteljske zajednice, a prije svega od međunarodnih poklonika dobre hrane i vina, odnosno turista i posjetitelja koji sve više putuju u destinaciju zbog gastronomije i enologije. Inozemni gosti najčešće se ravnaju prema recenzijama objavljenim u renomiranim vodičima, od kojih je jedan Gault&Millau Croatia, jer im nudi širok i pouzdan izbor ugostiteljskih objekata u cijeloj Hrvatskoj. Posebno ga cijene gosti iz Austrije, Njemačke, Švicarske, Slovenije, Beneluxa i, naravno, Francuske, dalekog Japana, a odnedavno i iz Ujedinjenih Arapskih Emirata. To su samo neke od 23 zemlje u kojima nacionalni Gault&Millau vodiči uživaju veliki ugled, te pružaju cjelovitu i objektivniju informaciju o eno gastronomskoj ponudi Hrvatske.

Sedmo izdanje vodiča Gault&Millau Croatia izašlo je u travnju 2024. Broj recenziranih restorana sve je veći iz godine u godinu, u izdanju za 2023. recenzirano je 270 restorana, 100 vina, 20 maslinovih ulja i 100 POP mjesta iz cijele Hrvatske. Što se tiče Zadarske županije, u ovogodišnje izdanje uvršteno

Izvešće o radu za razdoblje I - XII 2024.

je 26 restorana, sedam više nego prošle godine. Restorani nemaju nikakvu financijsku obvezu prema vodiču, svoje uvrštenje u vodič ne mogu kupiti, dok turističke zajednice, proizvođači hrane i pića te hoteli mogu zakupiti oglasni prostor u vodiču, kao i promociju na online izdanju te putem društvenih mreža.

ZADARSKA ŽUPANIJA

Paški sir i janjetina

Vrhunske sirane otoka Paga osvajaju prestižne svjetske nagrade za kvalitetu, a nadeleke čuveni Paški sir nosi zaštićenu oznaku izvornosti na razini Europske unije. U vodenim turama po paškim siranama možete naučiti kako se radi sir, zašto je ovaj tako poseban, te doznati kako mu vjetar, grmovi kadulje i majčine dušice, prekriveni morskom soli daju posebnu aromu. Janjetina je jedna od najslovnijih hrvatskih delicija, a Paška janjetina nosi zaštićenu oznaku izvornosti EU. Specifičnog je okusa jer ovce žive i hrane se na kršu, kamenjaru na kojem raste ljekovita bilja i silna trava obasuta posolicom koju nose zimski bure. Brojni su načini pripreme janjetine, a najpopularniji su na žaru, pod pekom, na ražnju ili "lešo" - kuhane s povrćem.



ZADAR COUNTY

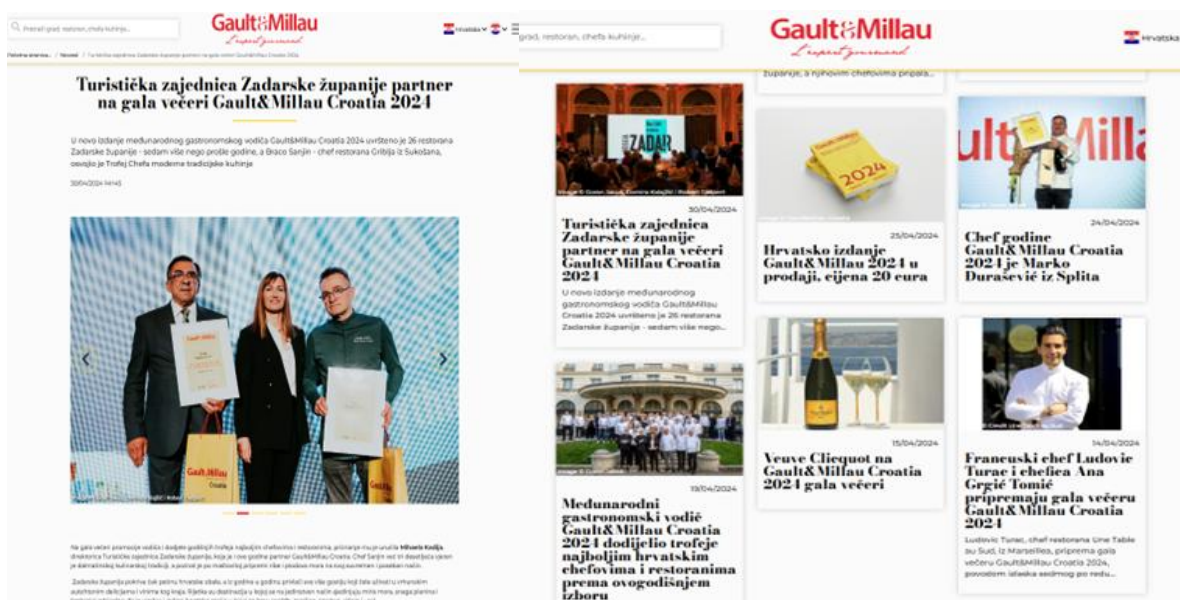
Pag cheese and lamb

Top-quality cheeses from the island of Pag keep winning prestigious awards around the world, and the famous Pag cheese has received the EU protected designation of origin. In guided tours of Pag's cheese dairies, you can learn how cheese is made, why sheep cheese is so special, and find out how the wind and sage and thyme bushes covered in sea salt give it a special aroma. Lamb is one of the most famous Croatian delicacies, and Pag lamb has also received the EU protected designation of origin. It has a specific flavour because the sheep live and feed on the karst, a rocky area where medicinal herbs and grass grow, sprinkled with salt carried by winter winds. Lamb can be prepared in many ways, but the most popular ones are grilled, baked, skewered or lešo – boiled with vegetables.



Eno gastro ponuda Zadarske županije na platformi Gault&Millau Croatia 2024. uključila je tiskano izdanje vodiča, web stranica 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.
- 3 oglasa na formatu 1/1 stranice i 2/1 duplerice unutar vodiča u nakladi od 3.000 primjeraka. Sama duplerica pozicionirana je ispred bloka teksta i fotografija, dok je 1/1 stranica oglasa na kraju bloka teksta. 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.gauultmillau.com s linkom na zadar.hr osigurava snažni međunarodni G&M network i promociju u inozemstvu. G&M International web stranice imaju 2.000.000 korisnika i 6.000.000 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 2024.



JRE vodič

Oglašavanjem u JRE vodiču za 2024. godinu TZ Zadarske županije postala je nacionalni partner ove udruge. JRE - Jeunes Restaurateurs, poznato je međunarodno udruženje ugostitelja koje objedinjuje mlade chefove i vlasnike iz više od 350 restorana i 160 hotela iz 15 različitih zemalja. U Hrvatskoj je ovo udruženje prisutno od 2009. godine, te je gotovo odmah okupilo neke od vodećih restorana u zemlji. U kratici JRE J predstavlja joining innovation and imagination (spoj inovativnosti i mašte), R respecting source and sustainability (poštivanje kvalitetnih izvora namirnica i održivosti), a E evoking emotion and inspiration (buđenje osjećaja i inspiracije). Cilj JRE udruge je pomoći mladim chefovima u razvoju i brušenju kulinarskih vještina, kao i pri razmjeni iskustava i znanja, ali i ponuditi gostima jedinstvena iskustva uživanja u vrhunskim specijalitetima pripremljenih od strane strastvenih zaljubljenika u hranu. U 2024. Godini JRE-Hrvatska broji 15 članova, od kojih su mnogi u preporuci ili imaju Michelinovu zvjezdicu.

U ovogodišnjem vodiču koji je kreiran kao gastronomska karta i može poslužiti kao putokaz za istraživanje restorana, TZ Zadarske županije se predstavila oglasom na jednoj stranici.

Michelin

U suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom i kroz zajedničko sudjelovanje TZ Splitsko-dalmatinske županije, TZ Šibensko kninske županije i TZ Dubrovačko-neretvanske županije TZ Zadarske županije je po prvi put sudjelovala u projektu promocije lokalne gastronomije kroz Michelinove restorane u Hrvatskoj. Suradnja s Michelinom umnogome pridonosi prepoznatljivosti hrvatske/lokalne gastronomije u svijetu jer je riječ o udruživanju s prepoznatljivim i jakim brendom koji simbolizira izvrsnost u svakom pogledu.

Navedena promocija uključuje niz marketinških aktivnosti čiji je cilj prezentacija autentičnog i jedinstvenog gastro iskustva naše županije, promocija destinacije, lokalne kulinarske scene i sastojaka te podizanje kvalitete gastro ponude.

Kroz PR članak detaljno je opisano putovanje 5 influencera (utjecajnih osoba) u području hrane i putovanja/životnog stila, a članak je podijeljen na [guide.michelin.com](https://www.guide.michelin.com)

DINING OUT 4 minutes 24 JULY 2024

Four iconic stops on the Dalmatian coast

Crystal-clear waters, unspoilt natural landscapes and fascinating historical sights are the images that come to mind when you think of the Dalmatian coast, a Croatian jewel with endless appeal for visitors.

Discover Edit this Post Michelin Guide Tweet



Share



The region boasts small towns with medieval walls and cobbled streets of Roman origin, rivers, lakes and an increasingly high standard of varied cuisine. We would like to introduce you to four iconic stops in this region, on an itinerary that will highlight the region's unique artistic and cultural sights, as well as the best places to stay and gourmet restaurants for food-lovers, whether you're in search of a simple rural inn or a fine-dining address overlooking the sea.

Zadar

A city full of passion and character, Zadar is also one of the best places in the world for beautiful sunsets. Famous for its Roman and Venetian ruins, the city's emblematic sights include the Church of St Donatus, with its characteristic circular shape, and the Roman and medieval walls from which several gates lead into the city.

Equally iconic are two works – the Sea Organ and the Greeting to the Sun – by the architect Nikola Bašić. The organ consists of large steps that lead down to the sea, below which 35 pipes are placed: different sounds are produced thanks to the air created by the waves which then escapes through holes placed below visitors' feet. The Greeting to the Sun, meanwhile, comprises a circle of 300 photovoltaic solar panels which aims to simulate communication with nature in the form of light. The perfect place to stay in Zadar is the *Almayer Art & Heritage Hotel*, one of the best boutique hotels in Croatia.

Thanks to its location in the historic centre of the city, this small family-run hotel is perfectly placed for visiting all the city's main sights. The hotel offers 16 exclusive double rooms, all different and all with a chic, contemporary design, and is inspired by art and named after the inn in the novel 'Ocean Sea' by Alessandro Baricco. Its architecture, art-gallery ambience, interior design and personalised service all combine to give it the warm atmosphere of a private home rather than a classic hotel.

Video (potpuni) u formatu 9:16 strukturirani je kao odvojeni segment digitalne kampanje u sekciji videa, te kao objava na Instagram profilu MICHELIN vodiča, a **15-sekundna najava** u formatu 9:16 podijeljena je kao story objava na MICHELIN Guide Instagram profilu.

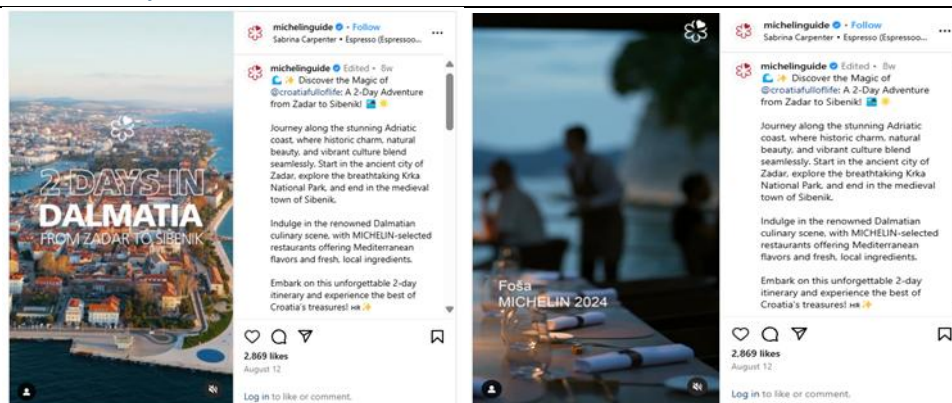
☰ YouTube ^{HR} Pretraživanje

2 Days in Croatia - from Zadar to Sibenik

MICHELIN Guide
36,2 tis. pretplatnika

Pretplati me

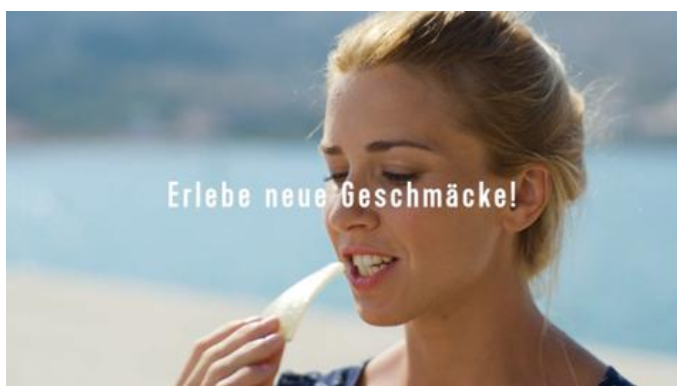
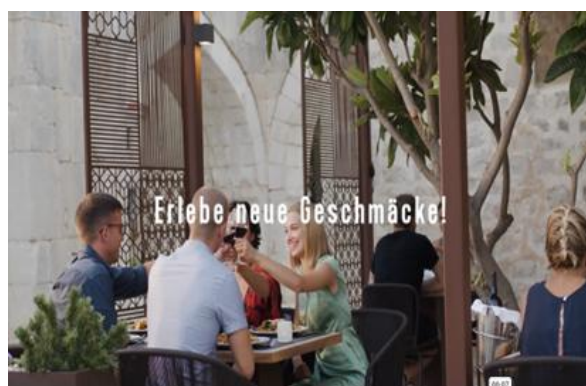
17 Podijeli



Kratki video s Instagrama je podijeljen i na službenim profilima Hrvatske turističke zajednice: [Instagram](#), [TikTok](#) i [Facebook](#).

Silvia kocht & ORF TV

Na austrijskom tržištu TZ Zadarske županije osigurala je značajnu medijsku promociju u suradnji sa iznimno popularnom TV kuharicom, Silvijom Schneider i njezinom emisijom **Silvia kocht** (Silvija kuha). Cilj ovog popularnog kulinariskog showa je promicanje raznolike i bogate gastronomske ponude destinacije, ali i njezine kulturno povijesne baštine. Ovu popularnu emisiju na nacionalnoj austrijskoj TV mreži ORF2 inače redovno prati preko 150 tisuća Austrijanaca, a prikazuje se od ponedjeljka do petka u popodnevnom terminu (oko 14 h) s reprizom sljedeći dan ujutro. U sezoni 4 snimljeno je ukupno 126 epizoda koje su se prikazivale do konca lipnja 2024., dosežući do milijun kućanstva tjedno. Također, od srpnja 2024. do rujna 2024. emitirale su se reprize prethodnih sezona. U mjesecu lipnju, tjedan od 17. do 21. lipnja (ponedjeljak-petak) bio je u znaku Hrvatske i Zadarske regije. Prva četiri dana u studiju ORF-a su se kuhale delicije iz Hrvatske/Zadarske regije uz chefove Markus Rath i Mario Bernatović, a u petak je emitirana posebna emisija koja je snimljena u travnju mjesecu za vrijeme boravka produkcijskog tima „Silvia kocht“ u Zadrskoj regiji. Svaka emisija je najavljena i odjavljena [De Lux openerom/closerom](#) u trajanju od 10 sekundi. Iako se radi o vrlo kratkom najavnom/odjavnom formatu, atraktivnim i upečatljivim kadrovima dodatno je naglašena iznimno bogata gastro i povijesna baština destinacije.



Izvešće o radu za razdoblje I - XII 2024.



Planet TV

Medijsko predstavljanje eventa na slovenskom tržištu koje se održao u Ljubljani 14. svibnja u društvenom centru Rog i na kojem je TZ Zadarske županije prezentirala svoju bogatu eno-gastro ponudu, realizirano je u suradnji sa Planet TV. Naime radi se medijskoj/novinskoj kući koju uglavnom prati moderna i urbana populacija, i koja emitira 3 programa: Planet, Planet 2 i Planet Eva. Opširno praćenje samog eventa kroz bogati sadržaj realizirano je kroz sponzorski paket koji se sastojao od priloga u emisiji - PLANET 18 NEWS, priloga u emisiji - Društvena Kronika kao i priloga objavljenog na web stranici.

Prilog sa samoga eventa emitiran je iste večeri kao dio [Vijesti](#) (do 3 minute), kao kratki sažetak sljedeći ponedjeljak na [Lifestylju](#) (1,5 minuta) i dodatno kao prilog iz Vijesti na [web stranici](#).

U velikom uspjehu same prezentacije svjedoči i velik broj objava u drugim slovenskim medijima kao što su: [Delo-Odprta kuhinja](#), [Svet24](#), [Večer-Prosti čas](#), [Dnevnik-Prosti čas](#), [Slovenske novice](#) i dr.

Za uspeh so zaslužni zagnani domaćini

Hrvaški turizam razumljivo veliko pozornosti posveća slovenskemu trgu, pri tem pa se v zadnjem času osredotoča na predstavitev širših regij, ki s svojo pestrostjo privabljajo različne profile obiskovalcev. »Obiskovalcem želimo predstaviti pristnost okolja, v katerem se raznolike vsebine povezujejo z lokalno kulturo, naravnimi lepotami, pestro zgodovino, izjemno kulinariko. Pri tem so ključni ljudje, domačini, ki so edino pravo jamstvo za kakovostno ponudbo,« je v uvodnem nagovoru poudaril Bruno Bonifačič, direktor Hrvaške turistične skupnosti v Sloveniji.



Mihaela Kadija, Bruno Bonifačič

Odprta Kuhinja

Tudi paški baškotini še danes nastajajo za zidovi samostana sv. Margarite. Njihov recept za to po dostopnih podatkih najstarejšo paško sladico je skrivnost, ki jo benediktinke skrbno hranijo že vsa ta leta.

»Benediktinke jih pečejo že več kot 300 let. Domačini na Pagu jih nadvse cenijo – v preteklosti so goste pričakali z baškotini in belo kavo, ta sladki prigrizek pa ni manjkal niti na družinskih praznovanjih,« so o tradicionalnem prigrizku, ki spominja na velike kose sladkega prepečenca, povedali na otoku Pag, kjer ga postrežejo tudi z mliekom.

Domačini so nam povedali, da imajo še danes v shrambi baškotine, ki jih radi postrežejo obiskom. Tisti, ki jih v mestu Pag pečejo benediktinke, nosijo naziv Izvorno Hrvaško in imajo znak, ki označuje hrvaški otoški izdelek.



Paške baškotine sestre benediktinke pečejo 300 let. (Foto: Spela Ankež)

Wandermagazin

U cilju promocije na značajnom njemačkom tržištu TZ Zadarske županije je predstavila brojne mogućnosti koje ova destinacija nudi ljubiteljima prirode i aktivnosti na otvorenom. Za sve entuzijaste i ljubitelje aktivnosti na otvorenom Wandermagazin je najznačajniji magazin na njemačkom tržištu, a prvi broj je objavljen 1984. godine. Sam podatak da više od 40 milijuna Nijemaca rado pješači i boravi na otvorenom govori o velikom potencijalu ovog tržišnog segmenta. Uz visokokvalitetne fotografije i autorske članke, magazin pruža informativan i inspirativan sadržaj, kao i detaljne opise tura i samih destinacija. U proljetnom izdanju koje je objavljeno sredinom ožujka objavljena je reportaža na 2 stranice. Naglasak je stavljen na očuvanoj prirodi i brojnim aktivnostima na nekim od mnogobrojnih otoka zadarskog arhipelaga. Izdanje je tiskano u preko 35.000 primjeraka, a doseg čitatelja je preko 90.000.



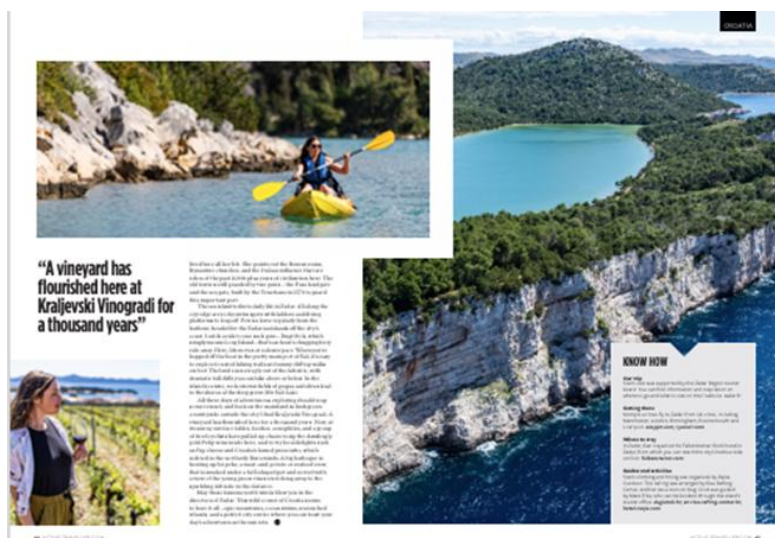
Active Traveller

TZ Zadarske Županije je u 2024. godini osigurala suradnju s medijem **Active Traveller** kroz bogati oglašivački paket čiji će focus biti na aktivnom odmoru u Zadarskoj regiji. Sama kampanja započela je posvećenim putovanjem (od 15. do 19. travnja) jednog od senior-pisaca i profesionalnog snimatelja budući da je fokus kampanje bio na stvaranju visokokvalitetnog videa, slika i uredničkog sadržaja. Sve se izvodilo u formatu prilagođenom SEO-u na activetraveller.com, mpora.com i outdoorsmagic.com (ukupno 16 milijuna godišnjih pregleda stranica), kao i u tiskanom obliku u izdanju časopisa Active Traveler za 2024. Za kampanju se koriste računi društvenih medija (doseg 1,7 milijuna) i baze podataka biltena (175.000 primatelja).

Bogati promotivni paket uključuje:

- 3 videa (platforme: Mpora, Active Traveller, Outdoors Magic) sa 200.000 pregleda
- 6 stranica editorijala u magazine Active Traveller
- Prijenos editorijala na online (platforme: Mpora, Active Traveller, Outdoors Magic)
- Minimalno 9 objava na društvenim mrežama/stories (platforme: Mpora, Active Traveller, Outdoors Magic)
- Minimalno 3 promotivna newslettera (platforme: Mpora, Active Traveller, Outdoors Magic)

- Licenciranje fotografija (besplatna licenca za trajno korištenje fotografija na bilo kojoj platformi uključujući komercijalnu), ukupno 50 fotografija
- Nagradnu igru (prikupljanje podataka za buduće marketinške kampanje)



Wanderlust

Suradnja s Wanderlustom, najutjecajnijim UK travel-medijem čije tiskano izdanje se distribuira i u 70 zemalja, obogaćeno je kroz suradnju s PR agencijom Aviareps koja je ovome kanalu i kampanji dala dodatnu vidljivost i konzistentnost. Radi se o marketinškoj kampanji na raznim kanalima, od printa, weba, socijala i newsletter, koja promovira ključne značajke zadarske regije. Dinamična promocija trajala je 12 tjedana, od početka svibnja do kolovoza, a široki reklamni interes osim aktivnog odmora, prirodne baštine uključio je i iznimno bogatu eno-gastro ponudu naše regije. Navedenom se dodaje i influencersko partnerstvo za povećanje utiska društvenih medija Zadarske regije, i to [video](#) sadržajem, online prilagođenim [člankom](#) i promocijom na društvenim mrežama. Internetski sadržaj promovirat će se na web stranici Wanderlust (preko 18 milijuna posjetitelja), ali i zasebno putem Wanderlust e-biltena (poslanih 185.000 pretplatnika) i plaćene kampanje na društvenim mrežama. Online izdanje: [A gastronomy guide to Zadar - Wanderlust \(wanderlustmagazine.com\)](#) Video: [Find your own adventure in Zadar \(youtube.com\)](#)



Find adventures of all kinds in ZADAR

From a rich urban heritage to a tapestry of landscapes that also act as a natural larder, Zadar can lay claim to being one of Croatia's most diverse regions. There's an adventure here for everyone...

On water

Fans of waterports are spoilt for choice in this maritime region of about 240 islands and islets. One of the most beautiful places for sailing, swimming, canoeing and kayaking is Telača Nature Park, which dangles off the island of Dugi Otok. Surrounded by 13 islets, Telača Bay – which also harbours 25 coves and six islets – is a haven for anyone who wants to explore these turquoise waters at their own pace. Carry on a bit further south and you reach the wild islands of Kornati National Park for a truly off-grid, sustainable adventure.

If you really want an adrenaline rush, try windsurfing and kitesurfing in some of Zadar Region's best spots. Take the coast from Zadar's northern beaches all the way down to the Biograd River, then head inland to the shores of Vrana Lake. There are more thrills in store at the beaches on Pag island, as well as along the wide sandy shorelines that sweep in front of it. You'll also find diving clubs in most of these resorts, where you can explore the magical underwater world of reefs, caves and shipwrecks.

Discover the dramatic beauty of the hinterland by kayaking, canoeing and rafting on the Zrmanja River. Hold on tight as you manoeuvre your way along the river's waterfalls and deep into the Zrmanja canyon, surrounded by towering limestone hills and pristine blue-green waters.

On your plate

If your taste for adventure is more culinary than hair-raising, prepare for a feast. Seafood lovers will be in heaven – wander Zadar's fish market, heaving with the day's catch, for a flavour of what to expect. See Adriatic Bluefish here, sea bass, dentex and sea bream, as well as mussels from Novigrad, cultivated in the sheltered waters of the island Novigrad Sea. It goes perfectly with the olive oil that's produced all around Zadar County. And where you find olive groves, you'll often see vineyards. Follow Zadar's wine routes to sample top-quality cabernet, merlot, pinot and primitivo along with indigenous Dalmatian whites like malvazija and pošip. Near the coastal village of Peti Čanak is the picturesque winery Kaljuda Vinograd, where you can taste its award-winning wines.

Where there's wine there's cheese, specifically the delicious *posip* or sheep's milk cheese from Pag island. This is also where you get some of Croatia's most succulent lamb – spit-roasted or cooked slowly in a cast-iron pot called a *peko*.

Not surprisingly, with such a rich hinterland, Zadar's local food festivals. Savor the taste of fresh mussels at the Novigrad Mussel Festival in June, or head to Mali on Ugljan for summertime fish festivals. Spring and autumn knit the region's best Remen at the Zadar Street Food Festival. Delicious.

Nature's majesty

Take a landscape of dramatic mountains, canyons, rivers and lakes, add about 240 islands and some ancient cities, top it all with rich gastronomy and you get a feast of the adventures in store in and around Zadar. Whether on land, on water or on the plate, there's an unforgettable experience waiting for you.

On land

The magnificent limestone Velebit mountains that loom over Zadar hold the key to countless active adventures. Hikers head to Paklenica National Park, whose Velebita and Mala Paklenica canyons feature nearly 200km of hiking trails for all levels, with elevations up to 1,750m. You'll also find some of the most exhilarating rock climbing in Croatia. Follow the trail to Manita Puc cave, whose stalagmites and stalactites you can see from April to October. These are the curtain caves for the Cernovc Caves, Croatia's largest cave complex and less than an hour's drive from Paklenica. This underground marvel includes two 700m-long caves that are open to visitors. Once you're back in the open air, get to know Zadar Region on two wheels. Try a challenging hinterland route past Ravnice Kotar towards the inland Novigrad Sea and Zrmanja River and back via Sukorčan and the coastal road to Zadar. Go further south for fabulous sea views along the Biograd River. Take your bike on the ferry to the connected islands of Ugljan and Palman for scenic bike rides past olive groves. One of the most delightful areas to explore – either on two feet or two wheels – is Vrana Lake Nature






For more information, head to www.zadar.hr/en

www.zadar.hr/en

UHPA

U cilju podizanja prepoznatljivosti i povećanja vidljivosti destinacije i njezine ponude na globalnom i domaćem tržištu, UHPA je u sklopu svojih izdavačkih aktivnosti, odnosno publikacija **UHPA Directory** (englesko izdanje) i **UHPA Stručna revija** (hrvatsko izdanje) izdala poseban prilog pod nazivom Follow Active Croatia koji je posvećen promociji ponude aktivnog turizma, kao jednog od najtraženijih post pandemijskih turističkih trendova. Naime, gosti sve više biraju destinacije u kojima će moći uživati u različitim aktivnostima na otvorenom. Ovo drugo izdanje posebnog priloga pod nazivom Follow Active Croatia imalo je cilj skrenuti pozornost kreatorima i budućim kupcima turističkih programa s inozemnog i domaćeg tržišta na atraktivnu ponudu aktivnog turizma u Zadarskoj županiji. Osim dviju stranica u UHPA Directory i dviju stranica u UHPA Stručnoj reviji, TZ Zadarske županije osigurala je također online separat „Follow Active Croatia“ na hrvatskom i engleskom jeziku za daljnju promociju i distribuciju, postavljanje na mrežnu stranicu ili kao promotivni materijal za mogući dotisak za vlastitu promociju. Publikaciju UHPA Directory već dugi niz godina podržava i Hrvatska turistička Zajednica kroz zajedničko kreiranje prepoznatljivog imidža Hrvatske kao destinacije posebnih interesa, te aktivaciji turističkih resursa i kreiranju novih motiva dolazaka gostiju u destinaciju. Naklada za ovu publikaciju je 2.000 primjeraka i neizostavan je dio promotivnih materijala na svim sajmovima na kojima HTZ nastupa, kao i u svim predstavništvima diljem svijeta.



Top Camping

Promocijski paket sa Top kamping udrugom iz Poreča obuhvaća oglas u Top kamping brošuri, distribuciju iste na sajmovima te internet oglašavanje. Zakupljen je oglas veličine 1/1 stranice kao podrška svim našim najvećim subjektima kamping segmenta. Naklada je 10.000 komada plus dotisak sa mutacijama na engleskom, njemačkom i talijanskom jeziku.

TOP Camping brošura distribuira se kroz niz kanala:

- sajmovi: 13 sajмова na kojima nastupa HTZ ; 5 sajмова/samostalno izlaganje: Stuttgart, Utrecht, Dusseldorf, Padova, Parma; 12 sajмова u Njemačkoj putem ID Riva Tours Munchen: Chemnitz Dresden, Hamburg, München_Free, Nürnberg, Tülin, Mannheim, München_Die 66, Erfurt, Leipzig, Regensburg Reisebörse; predstavništva HTZ-a
- online: digitalna brošura koja se putem linka distribuira na portalima FICC.ORG, FEDERCAMPEGGIO, DCC, PINCAMP.DE; Email marketing u suradnji sa IGL Werbedienst; banneri, društvene mreže; SEO optimizacija za web portala sa ciljem postizanja veće vidljivosti.

Kamping udruga Hrvatske

Budući da je brošura Croatia's Best Campsites izrazito dobro prihvaćena i uz HTZ-ovu brošuru Camping Croatia, postala nezaobilazan informativni materijal za sve ljubitelje kampiranja i u 2024. godini dogovoren je promocijski paket sa KUH-om.

Promocijski paket je uključivao:

- Objavu 1 oglasa na unutarnjoj stranici brošure Croatia's Best Campsites 2024 koja se tiskala u preko 20.000 primjeraka u 5 jezičnih varijanti (njemački, talijanski, engleski, nizozemski i slovenski jezik)
- Fizičku distribuciju brošure Croatia's Best Campsite 2024 u specijaliziranim kamping trgovinama, firmama za najam kampera, na svim sajmovima na kojima u 2024. godini KUH nastupa samostalno ili u sklopu nastupa HTZ-a, i ostalih odabranih partnera (u Njemačkoj Fritz Bergera, Knaus Tabberta i ostalih).

Izješće o radu za razdoblje I - XII 2024.

- Objavu banneru TZ Zadarske županije u rotaciji na naslovnici portala www.camping.hr, u trajanju od 1 godine (objava na svih 6 jezičnih varijanti portala)
- Objavu brošure za download na centralnom web portalu hrvatskog kampinga (web sekcija Croatia's Best Campsites u sklopu kamping portala www.camping.hr)
- Predstavljanje TZ Zadarske županije u sklopu partnerske stranice unutar portala www.camping.hr – prikaz partnera s direktnim poveznicom na web stranicu Turističke zajednice Zadarske županije



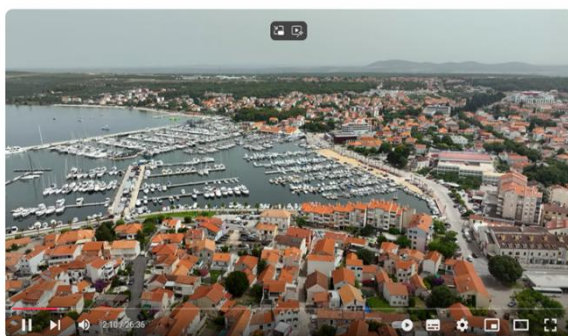
Sailing in Croatia 2024

Zbog izrazitog značaja nautike za zadarsku regiju i ove godine je nastavljena suradnja sa izdavačkom kućom Morski Vodiči koja izdaje višezjezičnu popularnu brošuru "Sailing in Croatia". Zakupljen je oglas u engleskom, njemačkom i talijanskom izdanju vodiča uz mogućnost slobodnog pregleda na www.sailingcroatia.eu kao i s linkom na web oglašivača u aplikaciji za Ipad i Android platformu FREE EDITION. Ljetno izdanje magazine MORE u sva tri jezična izdanja sadrži reportažu na više od 15 stranica na temu otoka Paga, otoka koji je izvan glavnih nautičkih ruta, poznatog po siru, čipki, soli, janjetini, kontrastima prirodnih pejzaža, ali i po krasnim portima i plažama. Izdanje se distribuira na nautičkim sajmovima, marinama i u charter agencijama. Izdanje je realizirano početkom 2024. godine.



Nautical Channel

I u 2024. godini nautička ponuda zadarske regije prezentirana je na britanskom Nautical Channel-u u sklopu TV serijala „WIND MASTERS CROATIA“ kojeg podržava i HTZ. Nautical Chanel je jedina 24/7 globalna TV kuća posvećena nautici, nautičkom turizmu i sportu (jedrenju, surfanju, itd) te lifestylu. Dostupan je za više od 20 milijuna pretplatnika u 44 zemlje na engleskom, francuskom i njemačkom jeziku na više od stotinu međunarodnih TV i satelitskih kanala, digitalnih zemaljskih, MMDS i kabelskih TV platforma. U suradnji sa produkcijom Amali Doare ukupno je snimljeno 10 emisija u trajanju od 26 minuta od kojih 2 emisije predstavljaju nautičku ponudu zadarske regije kroz otoke Ugljan, Pašman i Pag, te gradove Biograd i Zadar. I ovom prigodom zadarska regija je predstavljena kao sigurna i poželjna nautička destinacija. Budući da je plovību nemoguće odvojiti od gastronomije predstavljen je i dio gastronomske ponude regije. Danas su nautika i gastronomija povezane na puno ljepši način, čak do te mjere da se plovībena ruta određuje prema restoranima koji nude specijalitete podneblja. Za sve moreplovce koji plove otocima zadarske regije, neki od predloženih restorana su nezaobilazna destinacija. Materijali su snimani u mjesecu lipnju i srpnju, a emitiranje serijala je započelo 20. listopada u 21.00h na kanalu Nautical Channel koji gledatelji u Hrvatskoj mogu gledati na više IPTV platformi. U idućih 10 tjedana u istom nedjeljnom terminu emitirana je po jedna nova epizoda serijala uz brojne reprize tokom ostalih dana. Epizode o Zadarskoj županiji emitirane su 24.11.: epizoda 6 – Biograd i Pag <https://youtu.be/-LiO54MhFck>, te 01.12. epizoda 7 – Zadar i Ugljan/Pašman <https://youtu.be/mdF-ohf1h2E>. Svaka emisija je emitirana minimalno 30 puta u razdoblju od dva mjeseca od prvog emitiranja.



WIND MASTERS CROATIA 2024 - Episode 06 Biograd - Pag



WIND MASTERS CROATIA 2024 - Episode 07 Zadar - Ugljan - Pašman

Domaći mediji

Hanza Medija

Like More

Kroz kroz specijalizirano izdanje Hanza Medije u srpanjskom magazinu Like Nautika zadarska regija je promovirana kao iznimno atraktivna nautička destinacija. Radi se o luksuznom izdanju, na preko 200 stranica koje donosi najbolje priče i reportaže s Jadrana u nakladi 20.000 primjeraka, a distribuira se besplatno uz Jutarnji list kao dar čitateljima. Bogati oglašivački paket sastojao se od oglasa na formatu 1/3 stranice, 1/1 stranice promo advertorijala u Jutarnjem listu te prijenosu sadržaja na jutarnji.hr i društvene mreže FB i IG, kao i [PR članka](#) unutar posebne promo pozicije na jutarnji.hr/Ljeto sa Jutarnjim.



I ove godine TZ Zadarske županije promovirala je svoju bogatu eno-gastro ponudu u sklopu Festivala vina i delicija - Vinski podrum koji se održao 17. i 18. svibnja 2024. Ovaj prestižni festival vina i delicija, u organizaciji Slobodne Dalmacije, deseti put je domaćin vrhunskim vinarima. Za ovu prigodu TZ Zadarske županije predstavila se kroz sponzorski paket i to promo člankom u tiskanom specijal izdanju Slobodne Dalmacije (od 16. svibnja 2024.), image oglasom u promotivnoj brošuri sa svim podacima festivala, te image oglasu koji je insertiran u cjelokupno izdanje Slobodne Dalmacije u nakladi od 50.000 primjeraka. Sadržaj iz tiskanih medija prenesen je i na online izdanja slobodnadalmacija.hr i zadarski.hr. Navedenim objavama kroz medijske kanale Hanza medie/ Slobodne Dalmacije, kroz promociju vina, vinara konoba i kušaonica županije, TZ Zadarske županije doprinijela je sustavnoj promociji eno-gastro ponude Zadarske regije.

Slobodna Dalmacija - Čak 30 posto proizvođača vina Zadarske regije posjeduje ekomarkicu, što je svrstava u sam svjetski vrh



Nacional – Tematski prilog Gastro & Wine

I u 2024. godini dogovorena je suradnja s medijskom kućom Nacional News Corporation kroz oglašavanje u specijalnom magazinu Gastro&Wine i na portalu nacional.hr. Ovaj specijalni magazin izlazi četiri puta godišnje uz Nacional i to u nakladi od 10.000 primjeraka. Prvi od predviđenih četiriju [PR članka](#) objavljen je krajem travnja mjeseca, a naglasak je stavljen na gastro festivale u Zadarskoj županiji koji slave ovu najraznovrsniju hrvatsku regiju kroz dalmatinski stil života, bogatstvo ukusa, dobru hranu, vrhunska lokalna vina i brojne druge delicije. Kroz [drugi PR članak](#) u srpnju mjesecu dodatno su istaknuta morska jela i mediteranski okusi, dok je mjesecu soli - rujnu posebni [PR članak](#) posvećen ovom "bijelom zlatu". Oglašavanje za 2024. 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 članka na portal **nacional.hr**.

Reci DA! gastro festivalima Zadarske županije

U porastu je i gastronomski interes, a u Zadarskoj županiji su se u posljednje vrijeme pojavili novi gastro festivali. Događanja koja slave hranu i vino, kao što su ZADAR Street Food Festival i Blue Fish Festival na Ugljanu, Okusi novigradskog dagnje i Kvaljske ribarske noći, obogatit će Vaš boravak u Zadarskoj županiji te vam stvoriti nezaboravne uspomenes

Dvostrani festival posvećen plavoj ribi, adrijskoj kuhinji i vinu, održava se 25. i 26. lipnja na malom otoku Ugljanu. Na festivalu će biti i razna sadržaja, od koncerta do izložbe. Festival će biti otvoren svima, a ulaz je slobodan. Na festivalu će biti i razna sadržaja, od koncerta do izložbe. Festival će biti otvoren svima, a ulaz je slobodan.

Okusi novigradskog dagnje događanje je koje se održava u Zadaru. Festival posvećen je dagnju, a na festivalu će biti i razna sadržaja, od koncerta do izložbe. Festival će biti otvoren svima, a ulaz je slobodan.

Kvaljske ribarske noći - Turnirna natjecanja

Bogatstvo polja soli na otoku Pagu i u drevnom Ninu

Proces berbe i proizvodnje soli postao je jedna od turističkih atrakcija Zadarske županije pa Paška solana organizira i Miseć paške soli, a Solana Nin ima Muzej soli i Dane otvorenih vrata

Soli, drevna vrijemna proizvodnja i kao "bijelo zlato", jedna je od prvotnih bogatstva Republike Hrvatske, a u Zadarskoj županiji ovaj magični proizvod se u čak dvije solane Paški solani i Solani Nin. Berba soli kao i sama proizvodnja soli postala je jedna od turističkih atrakcija Paga i Nina pa se tako na Pagu tijekom cijelog mjeseca održava Meseć paške soli i solana Nin. Na Pagu se održava i Meseć paške soli, a na Solani Nin održava se Meseć paške soli.

Ostvareni cilj aktivnosti:

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

Nositelji aktivnosti i partneri: TZ Zadarske županije, razni mediji

Realizacija:

G&M

JRE

WANDERMAGAZIN

UHPA

TOP CAMPING

KUH

NAUTIČKI VODIČI (eng, itl, njem) SAILING IN CROATIA

ČASOPIS MORE

HANZA VINSKI PODRUM

75.529,38 €

12.500,00 €

1.250,00 €

5.012,50 €

1.077,50 €

1.293,75 €

1.250,00 €

3.495,63 €

1.125,00 €

2.500,00 €

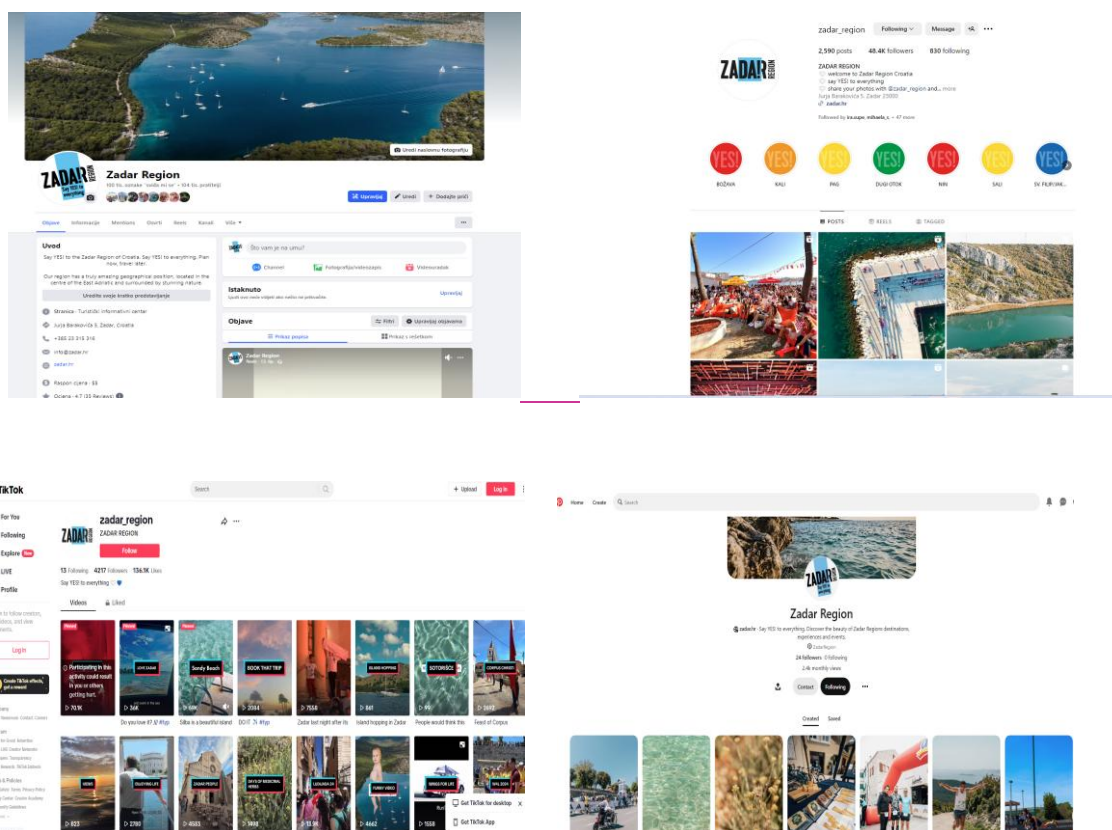
Izvešće o radu za razdoblje I - XII 2024.

HANZA SPEC NAUTIKA	3.750,00 €
NACIONAL	6.650,00 €
SINCR	937,50 €
MICHELIN	30.000,00 €
NAUTICAL CHANNEL	4.687,50 €

Troškovi aktivnosti za Silvia kocht, Wanderlust i Active Traveller prikazuju se u naravi adekvatnoj stavci Programa rada – 3.3.1. Globalni PR, a za Planet TV na stavci 3.5.2.

3.2.3. KOMUNIKACIJA NA DRUŠTVENIM MREŽAMA

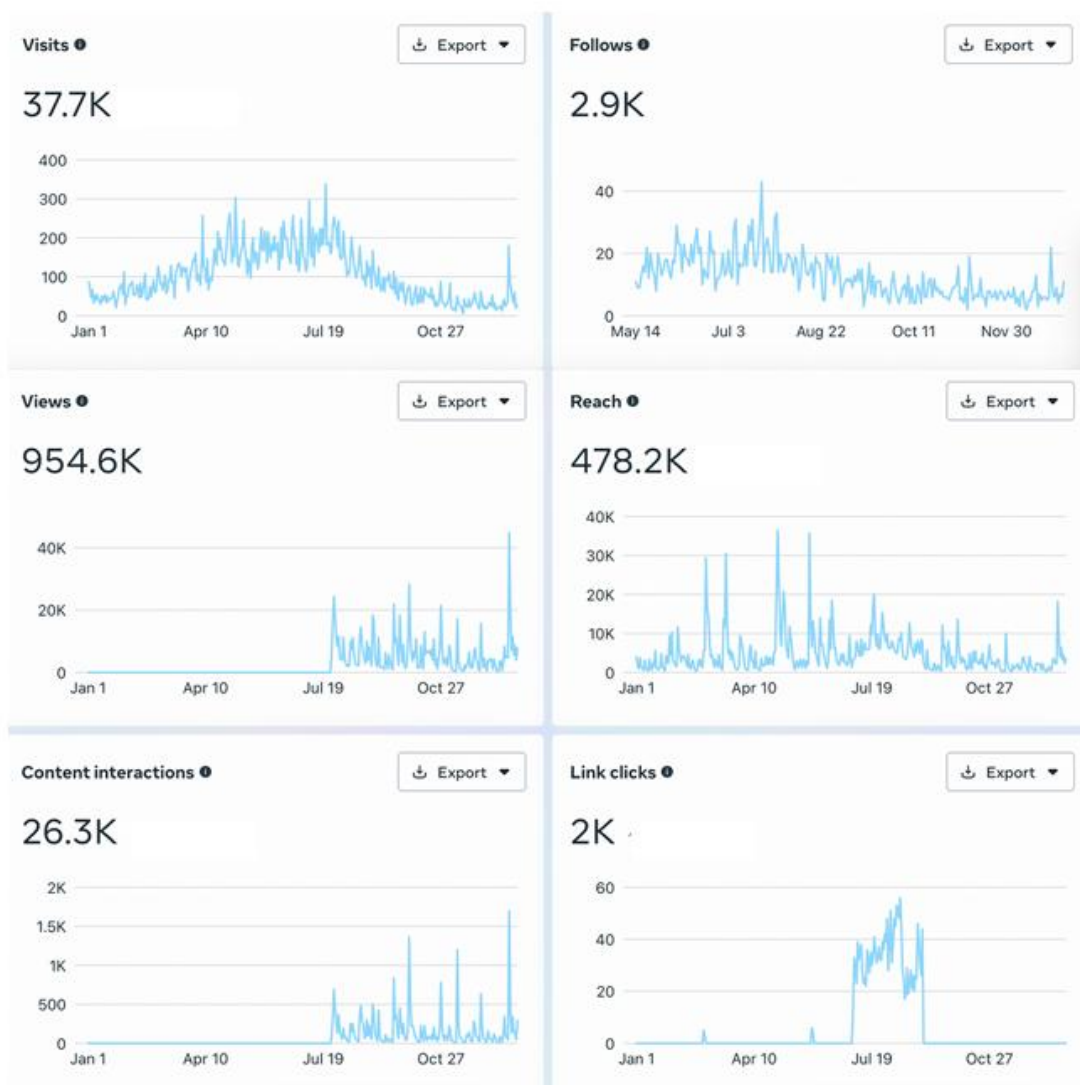
Turistička zajednica Zadarske županije je u 2024. godini nastavila s aktivnostima na društvenim mrežama i to Facebooku, Instagramu, Tik-Toku, te Pinterestu.



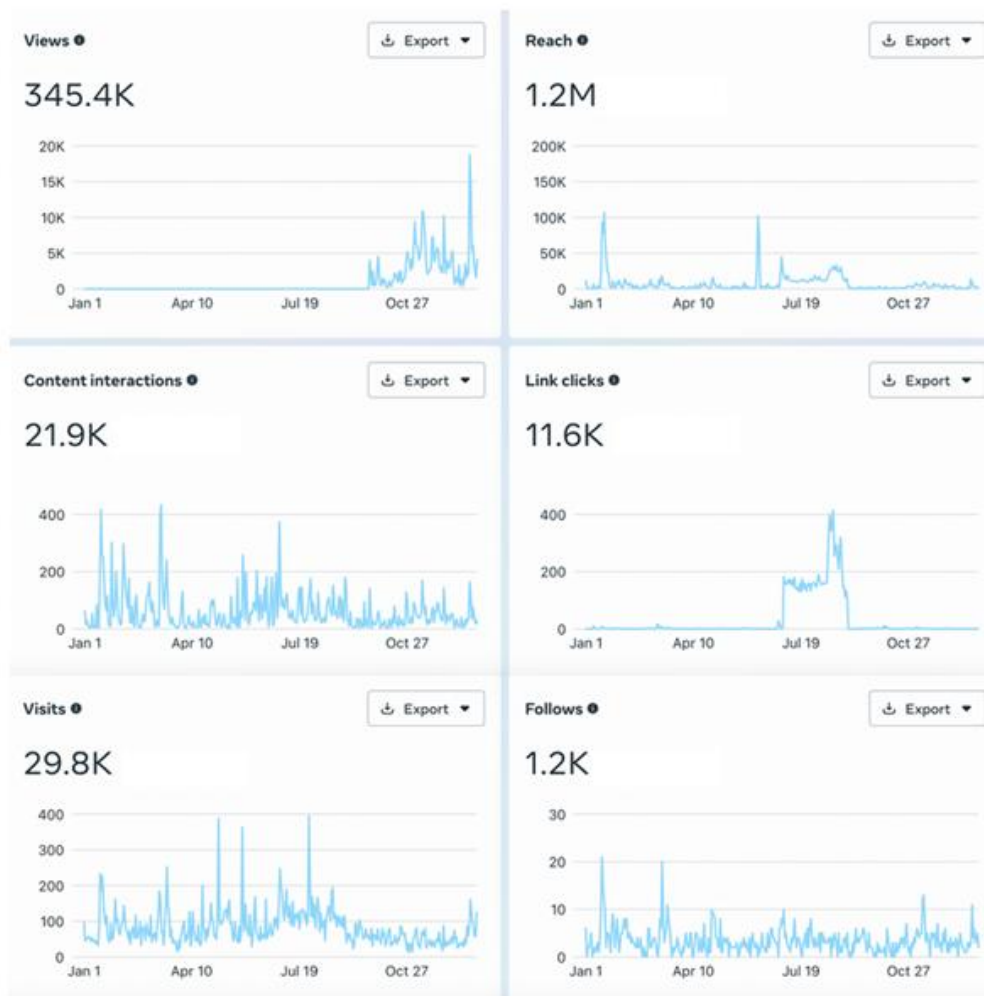
Nastavila se održavati dnevna komunikacija na ranije otvorenim *Zadar Region* profilima na Instagramu i Facebooku, a i nadalje se ciljaju primarno dobne skupine milenijalsi i GenZ koje obuhvaćaju osobe 25-50 godina.

Profil *Zadar Region* na Instagramu u 2024. godini bilježi više od 48,6 tisuća pratitelja. U tom je razdoblju bila 131 objava, među kojima 251 fotografija i 73 značajki reelsa. Ukupni pregled postova je u 2024. godini bio preko 954 tisuća dok je doseg prešao 378 tisuća.

Izvešće o radu za razdoblje I - XII 2024.

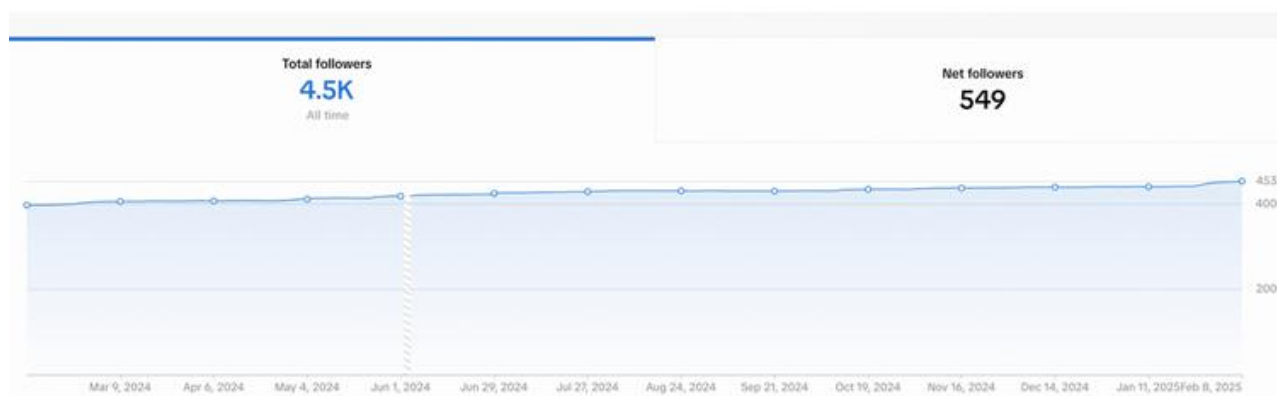
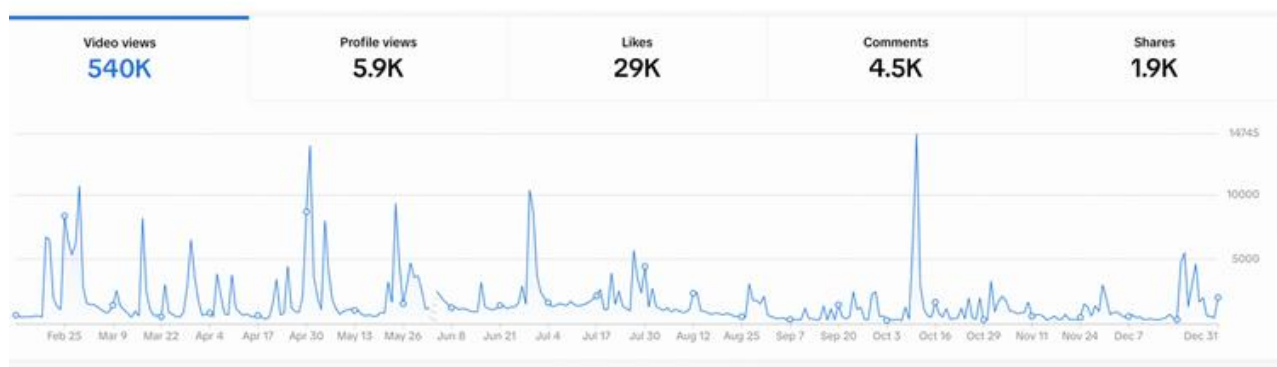


U 2024. godini profil *Zadar Region* na društvenoj mreži Facebook broji više od 100 tisuće pratitelja od kojih je 1.215 novih. Objavljeno je 152 postova s ukupno namjenski izrađenih 1.072 fotografija pojedinačno ili u galeriji. Objavljeno je i 24 videa, 14 linkova i 3 „live“-a. Najveći doseg ostvaruju objave galerija slika, a tijekom 2024. godine na Facebooku je ostvaren doseg bio iznad 1,2 milijun, sa skoro 30 tisuća posjeta i gotovo 22 tisuće interakcija.



Izvešće o radu za razdoblje I - XII 2024.

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 od postojanja preko 4,3 tisuća pratitelja, a objave na profilu su u potpunosti prilagođene tom mediju i interakciji s korisnicima. Profil *Zadar Region* na Tik-Toku je dosegnoo ukupno više od 151.000 oznaka sviđanja, dok je najgledaniji video pregledan preko 34 tisuća puta. Ukupno je u 2024. godini objavljeno 113 tik-tokova, a prikupljeno je ukupno više od 540 tisuća pregleda profila.



Izvešće o radu za razdoblje I - XII 2024.

Relativno novi profil, 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 2.100 pregleda dok je profil ostvario preko 25 tisuća impresija. Na profilu je objavljeno ukupno više od 1.880 pinova.



Overall performance

Metrics updated in real time except for audience.

Impressions ⓘ	Engagements ⓘ	Outbound clicks ⓘ	Saves ⓘ	Total audience ⓘ	Engaged audience ⓘ
25.1k	704	56	95	17.38k	515

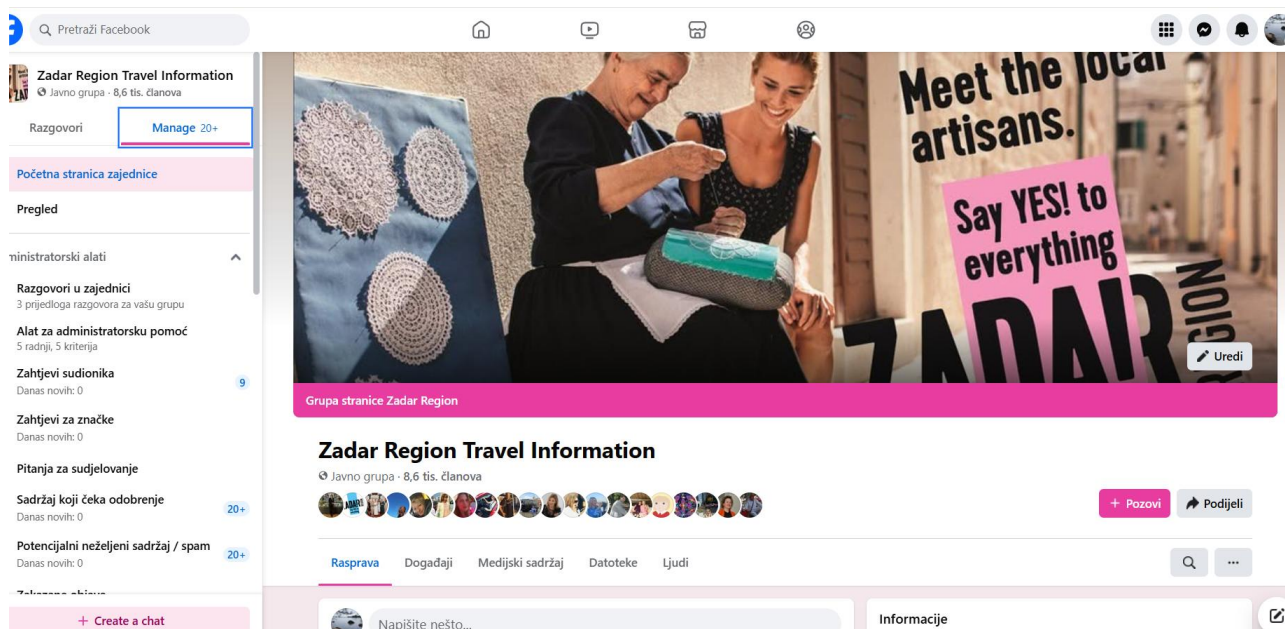


Komunikacija koja se sa korisnicima također održava i kroz javnu grupu na Facebooku Zadar Region Travel Information, u 2024. godini broji 8,6 tisuća članova. Dodatak je to osnovnom profilu kroz koji se omogućuje korisnicima da lakše i direktno komuniciraju te objavljuju svoje dojmove, a kako bi i kod drugih potaknuli interes za Zadarsku županiju.

Ostvareni cilj aktivnosti:

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



Na realizaciju projekta 3.2. „OGLAŠAVANJE DESTINACIJSKOG BRANDA, TURISTIČKE PONUDE I PROIZVODA“ utrošeno je ukupno 505.765,52 € prema računovodstvenoj strukturi:

• Usluge promidžbe i informiranja INO mrežne stranice	41.865,05 €
• Usluge promidžbe i informiranja TUZ mrežne stranice	352.550,91 €
• Usluge promidžbe i informiranja INO TV	6.500,00 €
• Usluge promidžbe i informiranja TUZ TV	4.687,50 €
• Usluge promidžbe i informiranja INO tisak	43.318,13 €
• Usluge promidžbe i informiranja TUZ tisak	18.862,92 €
• Troškovi prezentacija i sajмова INO	31.875,00 €
• Troškovi prezentacija i sajмова TUZ	4.166,66 €
• Usluge vodiča	1.250,00 €
• Provizije i tečajne razlike	689,35 €

3.3. ODNOSI S JAVNOŠĆU (GLOBALNI I DOMAĆI PR)

AKTIVNOSTI	Plan za 2024.	Rebalans 2024.	Realizacija 2024.	Udio % u realizaciji	Indeks realizacija / rebalans
Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR	170.000,00 €	155.000,00 €	143.315,46 €	6%	92
Globalni PR	125.000,00 €	110.000,00 €	102.569,59 €	4%	93
Domaći PR	25.000,00 €	25.000,00 €	19.048,45 €	1%	76
Studijska putovanja za predstavnike medija u suradnji sa sustavom TZ	20.000,00 €	20.000,00 €	21.697,42 €	1%	108

3.3.1. GLOBALNI PR

Turistička zajednica Zadarske županije je i u 2024. godine nastavila učinkovitu suradnju prvenstveno sa svim predstavništvima Hrvatske turističke zajednice u inozemstvu. Tako se putem kanala predstavništava na značajnim tržištima plasiraju novosti, zanimljive vijesti i druge informacije iz Zadarske županije, a kojima se promovira destinacija i postiže veća vidljivost Zadarske županije. Na zahtjev raznih međunarodnih medija, a također i turističkih subjekata TZ Zadarske županije je dostavljala tražene materijale.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZ Zadarske županije, lokalne TZ, mediji i gospodarski subjekti

Suradnja sa ÖRF

Na preporuku predstavništva HTZ-a u Austriji, TZ Zadarske županije je u suradnji s popularnom TV kuharicom, Silvijom Schneider osigurala značajnu medijsku promociju na austrijskom tržištu i to kroz kanal ÖRF2 koji dominira medijskim prostorom TV-a u Austriji.

Silvia Schneider, koja je iznimno popularna medijska ličnost u Austriji, u travnju mjesecu je sa suradnicima posjetila Zadarsku županiju, te snimila materijale za potrebe jedne epizode svoje TV emisije *Silvia kocht* (Silvija kuha). Ovu popularnu emisiju kulinarskog showa sa Silviom Schneider i najboljim kuharima Austrije na nacionalnoj austrijskoj TV mreži ORF inače redovno prati preko 150 tisuća Austrijanaca, a prikazuje se od ponedjeljka do petka u popodnevnom terminu s reprizom sljedeći dan ujutro. 5 emisija, od koje su četiri studijske i jedna koja je snimana u destinaciji, prikazane su u terminu 17.- 21. lipnja 2024.

Suradnja sa Wanderlust

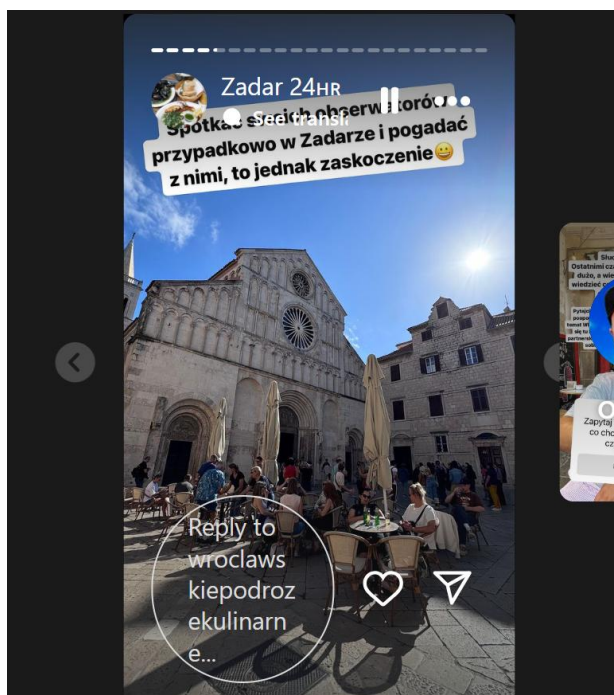
Poseban fokus dodatno je stavljen na UK tržište kroz suradnju sa Aviareps PR agencijom koja je ujedno HTZ-ova UK PR agencija. S obzirom na dostupne zračne linije sa ovog tržišta željeli smo ostvariti još kvalitetniju medijsku vidljivost kroz suradnju sa Wanderlustom - najutjecajnijim travel medijem. Kampanja je osim printa uključivala i online advertorial, video, objave na društvenim mrežama, newsletter, a dodatno je pojačana angažmanom influencerice Ms Elise Tanriverdi, specijalizirane za putovanja i hranu. Ms Tanriverdi ovogodišnja je dobitnica nagrade Zlatna Penkala. Promotivna kampanja je trajala 12 tjedana, od početka svibnja do kolovoza 2024.

Suradnja s Active Traveller

S izuzetno pozitivnim iskustvom iz prethodnih godina nastavljena je suradnja sa Active Traveller, visokokvalitetnim putopisnim magazinom. Poseban fokus u ovoj suradnji dodatno je stavljen na kreiranje novih motiva kompetitivnosti i atrakcija a samim time i motiva dolaska u destinaciju kroz periode pred- i post sezone. Suradnja je započela posvećenim putovanjem jednog od senior-pisaca i profesionalnog snimatelja, te su producirani visokokvalitetnog materijali u obliku videa, slika i uredničkog sadržaja. Video materijali i online advertoriali preneseni su na platforme Mpora, Active Traveller i Outdoors Magic, a ukupno 50 iznimno atraktivnih i kvalitetnih fotografija ustupljeno je na trajno korištenje TZŽŽ.

Poljski influenceri

U sklopu PR projekta kojeg je Turistička zajednica Zadarske županije pokrenula radi dolaska **poljskih influencera**, a u suradnji s kolegicom Agnieszkom Puszczewicz, koja je niz godina bila direktorica predstavništva HTZ-a u Poljskoj i izuzetno je dobro povezana na tržištu, Zadarsku je županiju posjetilo 5 influencera, kojima je je u pratnji bila produkcija, snimatelji i predstavnik PR agencije. Partner je u prihvatu bilo hotelsko poduzeće Falkensteiner koje je osiguralo smještaj ekipi od 9 članova za 4 noći. Za snimanje u Zadarskoj županiji u razdoblju **27. rujna do 1. listopada**, Turistička zajednica Zadarske županije im je organizirala program koji je uključio cjelodnevno snimanje atrakcija u Zadru, zatim u Ninu, na Dugom otoku i u PP Telašćici, te u NP Paklenici. Upriličeno im je niz aktivnosti i to vožnje biciklom, kajakom, jeep safari, penjanje, jedrenje itd.



Realizacija:

Projekt ORF-a „Silvia Kocht“
TV snimanje eno-prezentacije u Ljubljani
Projekt Wanderlust
Projekt Active Traveller
Poljski influenceri
Tečajne razlike

102.569,59 €

27.496,48 €
1.875,00 €
29.158,04 €
19.461,25 €
22.513,94 €
2.064,88 €

3.3.2. DOMAĆI PR

Turistička zajednica Zadarske županije je i u 2024. godini nastavila s promotivnim aktivnostima snažnije usmjerenim na domaće tržište, a kroz PR članke, oglašavanje i posebna prigodna izdanja. Značajan dio medija s kojima se sklopi suradnja na oglašavanju, omogućuje dio besplatnih PR objava u znak dobrog partnerstva, te činjenice da TZŽ ima dobre i zanimljive materijale. Tako su ostvarene PR objave kroz platformu tiskanih izdanja Hanza medije, kao i na portalu nacional.hr.

Kroz uobičajene kanale komuniciranja kao što su priopćenja za medije koja generiraju objave u tiskanim, online, TV i radijskim medijima te na društvenim mrežama, ali i redovitim i ažurnim odgovorima na medijske upite, izjave (tisak, TV i radio) i drugo, lokalnim ali i nacionalnim medijima učestalo se komuniciraju aktivnosti Turističke zajednice Zadarske županije, te razni noviteti i stanje turizma u destinaciji, a kako bi javnost i sektor bili upoznati s istima.

TZ Zadarske županije je redovno surađivala s Glavnim uredom i lokalnim turističkim zajednicama, a na prikupljanju niza podataka u cilju ažuriranja značajnih informacija i objedinjavanja cjelokupne ponude. Također, TZ Zadarske županije redovito dostavlja vijesti, najave i zanimljivosti iz Zadarske županije za potrebe objava na mrežnim stranicama Hrvatske turističke zajednice. Nastavljena je suradnja i s brojnim turističkim agencijama s područja RH, kao i raznim drugim institucijama i organizacijama, te dostavljala sve potrebne informacije.

U protekloj godini TZ Zadarske županije je odgovorila na niz upita vezanih za izrade seminarskih, završnih, diplomskih i doktorskih radova, te anketa i istraživanja. Na navedene upite odgovara se u najkraćem mogućem roku, te se dostavljaju sve informacije i podatke s kojima se raspolaže. 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 redovito ustupa sve tražene informacije, a također je i nastavila proces proaktivnog objavljivanja potpunih i točnih informacija na internetskim stranicama. TZ Zadarske županije je pravovremeno ispunila svoju obvezu te Izvešće o provedbi Zakona o pravu na pristup informacijama za 2023. godinu dostavila Povjereniku za informiranje kao što je propisano.

Projekt Moja.hr

U 2024. nastavio se projekt Večernjeg lista i HRT-a pod nazivom „Moja.hr“, a kojeg su podržali Ministarstvo turizma i sporta te Hrvatska turistička zajednica. Multimedijalni projekt Moja.hr inicijalno je zamišljen kao natjecanje mladih kreativaca u iskazivanju pripadnosti i privrženosti županijama u kojima žive, u obliku jednogminutnog videa. Projekt obuhvaća niz promocijskih aktivnosti:

1. Reportaže na HRT-u (Dobro jutro Hrvatska)
2. Objave u printu – duplerica u Večernjem listu
3. Online objave na micrositeu moja.hr

Kao predstavnik Zadarske županije odabran je Domagoj Horak, a prezentacija svih županija i završnica projekta ove godine održala se 7. lipnja 2024. u Pleternici, uz prijenos na HRT-u. Zadarska je županija u sklopu najave projekta posebno istaknuta u tiskanom izdanju Večernjeg lista.

Monografija Planine

Povodom 150 godina organiziranog planinarstva u Hrvatskoj TZ Zadarske županije sudjelovala je u sponzorstvu monografije „Planine“. Na 256 stranica monografija obuhvaća detaljan prikaz hrvatskih

Izvešće o radu za razdoblje I - XII 2024.

planina, obilježja planinarstva i planinarskih djelatnosti na našim prostorima, ekspedicijske podvige hrvatskih planinara po vrhovima svijeta, kao i informacije značaju i ulozi Hrvatske gorske službe spašavanja. Jedan od urednika monografije je i proslavljeni alpinist Stipe Božić. Logotip i zahvala TZ Zadarske županije istaknuti su na zadnjoj stranici knjige i koricama. Budući da je sav tekst preveden na engleski jezik, knjiga će biti zanimljiva i čitka i za čitatelje iz inozemstva koji žele upoznati hrvatske planine te tradiciju i postignuća organiziranog planinarstva u Hrvatskoj.

Hanza Medija

Uz Dane hrvatskog turizma koji su se ove godine održali 21. i 22. studenog Jutarnji list je svoje posebno izdanje **Like Premium – magazina** posvetio budućnosti hrvatskog turizma. Intencija ovog posebnog izdanja je kroz priče, reportaže, analize i intervjue prikazati u kojem će se smjeru razvijati turizam, koji su trendovi u industriji trenutno dominantni, kako će nove tehnologije i umjetna inteligencija utjecati na razvoj turizma, koji su najbolji primjeri održivosti i kako te primjere implementirati u prakse. Na dvije stranice advertorijala (uz prijenos i na web [Jutarnji list - Reci DA! čarobnoj prirodi Zadarske županije, smještene u središtu istočnog Jadrana](#)) predstavljena je zadarska regija kao primjer destinacije koja već cijelo desetljeće radi na razvoju i promidžbi proizvoda i programa više dodane vrijednosti, cjelogodišnjih sezonski neosjetljivih proizvoda kao i na stvaranju autentičnog iskustva kroz očuvanu kulturnu i prirodnu baštinu.

LIKE partner



Nacionalni park Paklenica
Foto: Aleksandar Grgić



Cerovačka špilja
Foto: Davorin Stojan

**RECI DA!
ČAROBNOJ PRIRODI
ZADARSKE
ŽUPANIJE**

Dugačka i navedena obala nestvarne
ljepote te veličini vrhovi veličanstvenih
planina pomoći će vam da zaboravite na sve
svoje brige



Grpačak
Interpretacijsko-
edukacijski
centar u Parku
prirode Telašćica
Foto: Filip Brčić

S

mišljena u iznimno izda-
nog Jadrana i okružna
prirodnom prirodnom
potama velika raznolikost
zadarska se regija odlikuje
iznimno posebnom geografski
okolišom. Ovdje su prirodna i kulturna
baština u savršenoj skladu, dok atrakcija
primorja i jadranskog prirode
redne vrpce za aktivni odmor, ali i za opušteno
odmor i rekreaciju.

Zadar, grad star 3000 godina, kao središte
regije i nekadašnji glavni grad Dalmacije, službi kao
povijesna točka za mnoge radne projekte
turizma. Dugačka i navedena obala nestvarne
ljepote te veličini vrhovi veličanstvenih
planina pomoći će vam da zaboravite na sve
svoje brige, ostavite vas zadivljenja
kaskadama i raznolikostu prirodnih ljepota
koje vas okružuju. Nacionalni parkovi, parkovi
prirode, staze, rezervati, šume, polja, vinice,
zlatni plaže do su veličanstvene baštine koja
će zasigurno osvojiti vaše srce i podijeliti vam
svoje čudo. Ovdje su vam se otvorile zatvorene
troude i trauca posjetitelja neprestano vraćaju
u potrazi za neizmisljivim i nezaboravnim
dnešnji iskustva u Zadarskoj regiji! Poslovanje
preporučujemo nove posjetiteljske centre u
parkovima prirode Zadarske županije i na
dnešnji s ciljem održivog upravljanja bogatim
prirodnim baštinom.

**"PODZEMNI GRAD PAKLENICA",
NACIONALNI PARK PAKLENICA**
Spektakularni "Podzemni grad Paklenica",
moderni i interaktivni posjetiteljski centar
koji je uređen kao dio velike evropske
projekta "Podzemni grad u srcu Velebita"
nacionalnog parka prirode i šumskog
turizma u NP Paklenica i šumskog
područja. Projekt koji omogućava i
edukativnom odmorom i naprednom



Zadar, grad star 3000 godina, službi kao povijesna točka za mnoge radne projekte turizma. Foto: Filip Brčić

prezentaciju planine Velebit, predstavljajući
prirodne fenomene i povijest života ljudi,
ustoličuju Paklenicu kao jedinstveno središte
u svom dijelu Europe, a odatle pronašao
jedno od najprestižnijih organizacija
na svim prostorima. Hrvatskog gorskog
službi upravljanja.

**INTERPRETACIJSKO - EDUKACIJSKI
CENTAR "GRPAČAK", PARK
PRIRODE TELAŠĆICA**
Nekadašnja vjerna utvrdna na Dugom otoku
proizlazi se u modernom interpretacijsko-
edukacijskom centru Grpačak. Smještena
unutar zaštićenog područja Parka prirode
Telašćica na najvišem vrhuncu u Jadranskom
morskom, uhvata Grpačak, okružena
jedinstvenom prirodom i autentičnim
kaj će svakog posjetitelja ostaviti bez

**OVDE SU PRIRODNO I KULturna
BAŠTINA U SAVRŠENOM SKLADU,
DOK ATRAKTIVNA PRIMORSKA
LJETOVALIŠTA PRUŽAJU GOSTIMA
IZVANREDNE UVJETE ZA AKTIVNI
ODMOR, ALI I ZA OPUSHTENO
OBITELJSKO LJETOVANJE**

dahnu tišti i izložbe s ciljem edukacije
posjetitelja i razvoja zajednice na principima
održivog turizma.

**CENTAR IZVRSNOSTI "CEROVAČKE
ŠPIJE", PARK PRIRODE VELEBIT**
Cerovačka špilja smještena su na obronku
južnog Velebita, na sjeverozapadnoj strani
brda Črncica, u zaštićenom području "Parka
prirode Velebit". Najbliži grad je Grpačak,
udaljen 4 km. Za turistički projekt su obnove
Donja i Gornja Cerovačka špilja, svaka u
dužini od cca 700 m, a obilaze se u visokim
topografskim posjetiteljske infrastrukture,
razvojem sadržaja te provedbom edukativnih
i stručnih projekata programa za
posjetitelje stvorila se izvrsna odgovornost
i dugoročno upravljanje kompleksom
Cerovačkih špija u dugim sat 1000 metara.

Uspjeh hrvatskog turizma 2024. godine

Turistička zajednica Zadarske županije zakupila je u 2024. godini stranicu u tradicionalnom premium izdanju Uspjeh hrvatskog turizma 2024. godine koji se uobičajeno objavljuje krajem rujna. Specijal je izašao u tri vodeća tiskana i web izdanja u snažnim turističkim regijama - Novi list, Glas Istre i Zadarski list. Prilog izlazi povodom Svjetskog dana turizma, a donosi rekapitulaciju poslovnih rezultata sezone i planove za budućnost kroz razgovore s ključnim ljudima hrvatskog turizma. Na više od 80 stranica Uspjeh hrvatskog turizma donosi pregled realiziranih aktivnosti, preporuke i

Izvešće o radu za razdoblje I - XII 2024.

planove razvoja čelnih ljudi hrvatskog gospodarstva, direktora turističkih zajednica, predstavnika hotelskih kuća, prometnih, financijskih, zdravstvenih ustanova te predstavnika trgovine, ugostiteljske djelatnosti, kulture i zabavne industrije.

Turistička zajednica Zadarske županije je u izdanju Uspjeh hrvatskog turizma 2024. godine predstavila Zadarsku županiju kao destinaciju pogodnu za cjelogodišnji turizam, a posebno su istaknute provedene aktivnosti na jačanju i promociji poslovnog turizma. Također je naglasak stavljen na premium ponudi kao autentičnoj, lokalnoj i autohtonoj.

NASLOVNICA NOVOSTI RIJEKA & REGIJA SPORT LIFE MOZAIK MULTIMEDIJA OSTALO

10. izdanje Zornati

Zadarska županija je destinacija koja turiste privlači i izvan glavne turističke sezone

Nikolina Ladić
23. lipnja 2024. 08:00



Marc Jacobs & Coach Torbice!

Luksemburške torbice na popustu! Otkadnik svoj model uz 20% popusta - akoja nije kratki

Foto: Miroslav Slavnić

U Turističkoj zajednici Zadarske županije sve se više okreću kvalitetnoj promociji MICE turizma. Foto: LUKA JELIČIĆ

MICE turizam

– U travnju su uspjeli smo dovesti i pokazati transportnu infrastrukturu, kao i povijesni Zadar, četiri stotine profesionalca iz MICE industrije, dok smo u svibnju bili domaćini **Break The Ice Forum** – u podsjetili su u TZ – u.

Jesen i zima vrijeme su kada na turističko tržište tradicionalno su vrijeme kada na turističku scenu stupaju poslovna i kongresna putovanja, koja za sobom ne povlače samo veliku organizaciju, već i brojne prilike za dodatna razgledavanja i upoznavanje s destinacijom, a s time i veću izvan pansionersku potrošnju.

– U Turističkoj zajednici Zadarske županije **kontinuirano radimo na informiranju gostiju** o iznimno velikom broju prilika za doživljaje van Zadra ili drugih popularnih destinacija kako bismo smanjili pritisak.

Također, da bismo smanjili amplitudu sezonalnosti, kontinuirano radimo na osvještavanju tržišta kako na području cijele Zadarske županije može tijekom cijele godine uživati u suncu i moru, ali i u dobroj hrani i piću, zaštićenoj prirodi i brojnim **outdoor** aktivnostima ili pak obilaziti brojne otoke, pojasnili su, dodavši kako je, bez sumnje, održivi turizam postao nužnost.

Svakako je interes cijelog sustava turističkih zajednica moći provesti i voditi destinaciju u smjeru održivosti, posebice razvijati turizam ne na štetu već na zadovoljstvo stanovnika, te očuvati našu divnu zemlju, okoliš i zajednicu koja tu živi.

Meridijani

Povodom 30 godina izlaza časopisa Meridijani u jesenskom broju je objavljena reportaža o rijeci Krupi (na ukupno osam stranica). Reportažu potpisuju putopisci inženjer Faruk Islamović i fotograf Nikola Cetina, a upotpunjuje je prigodan oglas TZ Zadarske županije formata 1/1 stranice. Časopis izlazi 5 puta godišnje u nakladi između 5.000 i 6.000 primjeraka. Procijenjeno je da svaki broj časopisa Meridijani pročita više od 100.000 osoba jer osim pretplatnika časopis čita i cijela obitelj. Zbog svog popularnog, ali i edukativnog karaktera časopis je posebno omiljen među ljubiteljima putovanja.



Oglašavanje/suradnja s turističkim portalima

Oglašavanje u domaćim tiskanim medijima

Projekt Moja.hr

19.048,45 €

1.013,00 €

17.506,25 €

529,20 €

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.

Turistička zajednica 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 dolasku. 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 2024. godini TZ Zadarske županije je na 35 različitih studijskih putovanja ugostila ukupno 97 novinara, blogera i influencera iz 14 zemalja i to Njemačke, Poljske, Ujedinjenog Kraljevstva, Austrije, Francuske, Češke, Slovačke, Mađarske, Danske, Nizozemske, Belgije, Italije, SAD-a i Brazila.

Kristin Vukovic, američka spisateljica i novinarka, dobitnica nagrade Zlatna penkala 2017. godine koju dodjeljuje Hrvatska Turistička Zajednica, a za istu je nagradu bila nominirana i ove godine u

Izvešće o radu za razdoblje I - XII 2024.

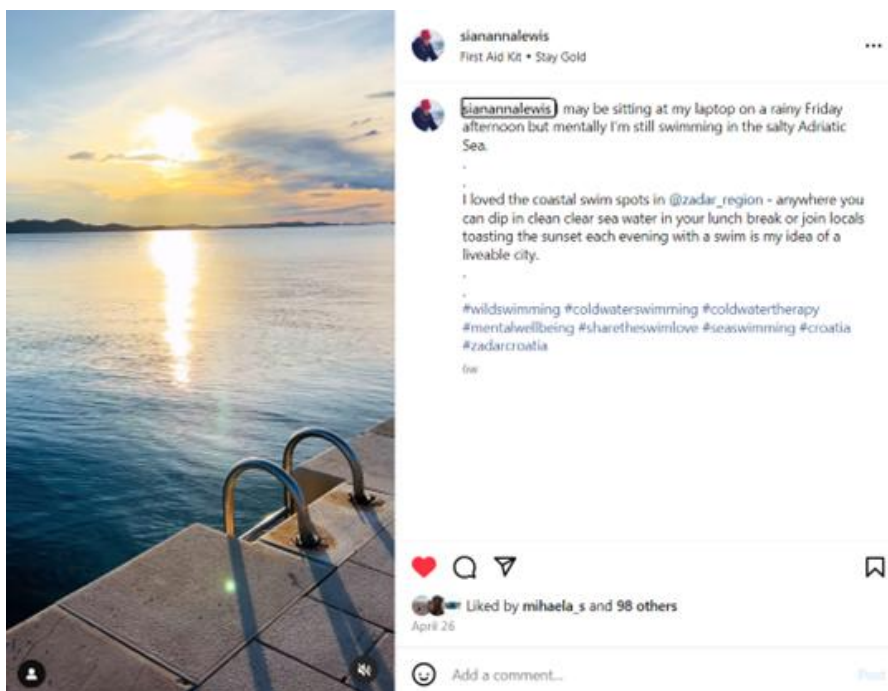
Zadarskoj je županiji boravila u razdoblju **12. do 15. ožujka** i tom je prigodom obišla nekoliko restorana u Pagu i Zadru. Pisala je za BBC, New York Times, Conde Nast Travel, Travel + Leisure, Culture Cheese Magazine. Na Sveučilištu Columbija završila je smjer književnosti i pisanja, a autorica je i romana „Cheesemaker's daughter“ koji izlazi 6. kolovoza 2024. i inspiriran je Pagom. Živi u New Yorku i piše o hrani, kulturi i putovanjima, s fokusom na Hrvatsku.

U razdoblju od **14. do 20. ožujka** u Zadarskoj je županiji boravio **američki novinar John Lothrop Motley**, a koji objavljuje u niz izdanja kao što su BBC, Matador, Paste, InsideHook... Novinar je za vrijeme boravka u Zadarskoj županiji obišao Zadar, NP Paklenicu, Vransko jezero, Maškovića han, vinariju Škaulj, Pag, Nin i Dugi otok. Odmah nakon povratka, objavio je članak u online časopisu Paste.

Na grupnom putovanju u Zadarskoj je županiji od **10. do 12. travnja** boravilo četvero novinara iz **Njemačke, Johannes Peter Dorndorf, Nicol Schmidt, Stephanie Kreuzer i Johanna Tyska**. Novinari Top Tier 1 medija u Njemačkoj tom su prigodom obišli Vransko jezero i Maškovića Han, grad Zadar, NP Paklenicu, a organiziran im je i Velebit jeep safari.

Albin Marciniak i Rafał Zięba, poljski novinari boravili su u Zadarskoj županiji od **15. do 18. travnja 2024.** i u okviru boravka prošli rutu Pegasus na Velebitu koju je koristio Highlander. Novinari žele u Poljskoj promovirati manje poznata područja naše županije.

U okviru suradnje s medijem Active Traveller u Zadarskoj su županiji od **15. do 19. travnja** boravili **Sian Lewis i Dave Macfarlane**, influencerica i profesionalni snimatelj. Budući da im je fokus bio na aktivnom odmoru u Zadarskoj županiji organiziran im je posjet i penjanje u NP Paklenici, pješačenje u PP Telašćica, kajakarenje na Dugom otoku, te rafting na rijeci Zrmanji. Također su snimali i obišli brojne lokacije u gradu Zadru, a posjetili su i Kraljevske vinograde.



Od **16. do 19. travnja** u Zadarskoj je županiji boravila američka ekipa u sastavu **Mirena Bagur, Win Burke** – uvoznici vina u SAD, **Chef Johnny Shehan**, Salt Restaurant i **Charles Nilosek**, Plymouth Rock

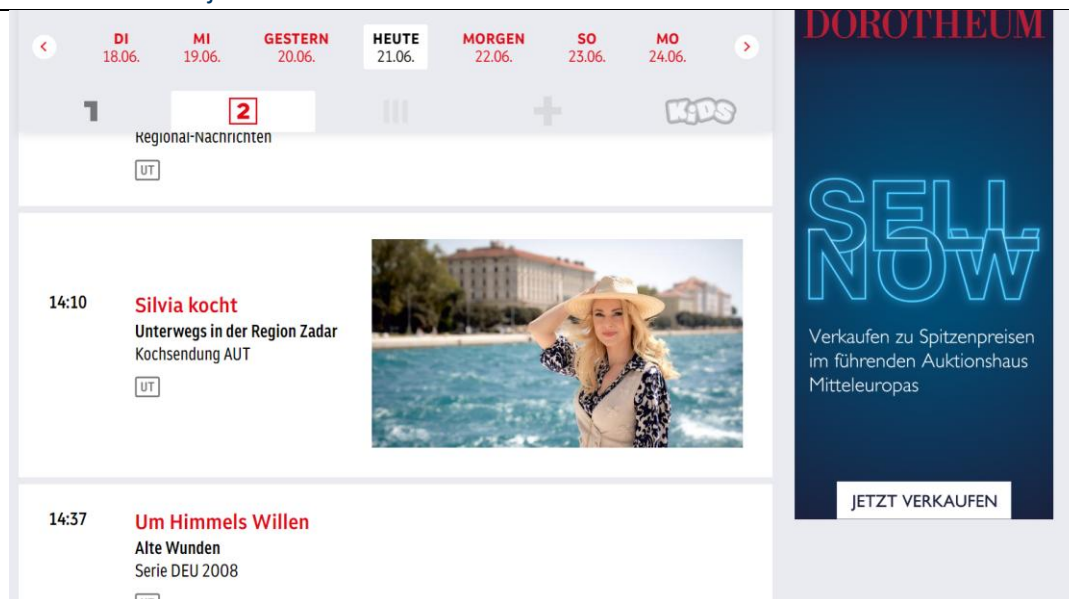
Izvešće o radu za razdoblje I - XII 2024.

TV, a u okviru programa *USA-Croatia Gourmet Horizons: 4-Hands Dinners*. Kako je to bila odlična prigoda da se uvoznici predstave naša vina, kao i gastro mogućnosti županije, a pored toga obavi i snimanje za Plymouth Rock TV-u, TZ Zadarske županije im je pripremila program obilaska koji je uključio obilazak Zadra, Nina i Paga, a u Kraljevskim vinogradima su im prezentirana vina Zadarske županije.

Turistička zajednica Zadarske županije je u travnju 2024. godine ostvarila sjajnu suradnju s **austrijskom** popularnom TV kuharicom, **Silvijom Schneider** koja je u od **16. do 19.4.** sa suradnicima posjetila Zadarsku županiju, a za potrebe snimanja epizode svoje TV emisije **Silvia kocht** (Silvija kuha). Ovu popularnu emisiju na nacionalnoj austrijskoj TV mreži ORF inače redovno prati preko 150 tisuća Austrijanaca, a prikazuje se od ponedjeljka do petka u popodnevnom terminu s reprizom sljedeći dan ujutro. Kao rezultat ove suradnje, cijeli tjedan krajem lipnja bit će u znaku Hrvatske i Zadra: od ponedjeljka do četvrtka u studijskoj kuhinji kuhat će se delicije iz Dalmacije i Zadra, a u petak će se emitirati program iz zadarske regije sa Silviom usmjeravajući pozornost na hranu, kulturu i prirodne ljepote Zadarske županije.

Program snimanja koji je pripremila TZŽ, obuhvatio je niz zanimljivih tema i to na otoku Pagu kadrove paškog mosta i tvrđave Fortica, izradu paške čipke, zatim krajolik s pastirima i ovcama, a također i proces proizvodnje čuvenog paškog sira. U Zadru je TV ekipa snimala tržnicu i ribarnicu, eksponate u Muzeju stakla, kao i proces puhanja stakla, te moderne instalacije Pozdrav Suncu i Morske Orgulje na zadarskoj rivi. Pored toga, TV ekipa obavila je i snimila niz razgovora s lokalnim stanovništvom. Vrhunac snimanja predstavljalo je kuhanje voditeljice Silvije Schneider s dva chefa iz Zadarske županije koje je obavljeno u slikovitoj lučici Foša u kojoj dominiraju Kopnena vrata, dio zadarskih bedema pod zaštitom UNESCO-a. Chefovi Saša Began i Milan Grbac pripremili su svaki po jedno jelo u kojem su korištene lokalne namirnice iz Zadarske županije.





Na prijedlog Predstavništva Hrvatske turističke zajednice u Parizu Turistička zajednica Zadarske županije je sudjelovala u projektu oglašavanja u travel izdanju **Le Figaro Voyages (Croatie)** koje je u cijelosti posvećeno Hrvatskoj. U okviru velikog predstavljanja Zadarske županije na desetak stranica, obrađeno je i studijsko putovanje s preporukama uredništva na temu turističke ponude Zadarske županije. Novinarica i fotograf iz **Francuske Bérénice Debras i Eric Martin** su na studijskom putovanju bili u razdoblju **26. travnja do 5. svibnja**, a obilazili su hotele, restorane, kafiće, barove, umjetnike, muzeje i sl. Tako su za opsežnu reportažu za Le Figaro Voyage u nekoliko dana obilazili Zadar, detaljno obišli Pag i Dugi otok, a između ostalog su posjetili i Kraljevske vinograde.

Na studijskom putovanju u Zadarskoj županiji **od 1. do 5. svibnja** boravile su **njemačke novinarke Heidi Elisabeth Wanninger Maximiliane Josefa Wanninger Vogt** koje pišu za 2 časopisa - „LastSecrets.de & DCC Magazin“. Prilikom boravka u Zadarskoj županiji obišle su Zadar, Pag, Nin i Zaton, te NP Paklenicu, Dugi otok i PP Telašćicu.

Novinari iz renomiranih medija **Češke i Slovačke**, ukupno njih 7, boravili su u Zadarskoj županiji **od 13. do 16. svibnja**, a u pratnji direktora predstavništva u Pragu. Ovo je studijsko putovanje organizirano u suradnji s hotelskim poduzećem Falkensteiner, a TZ Zadarske županije je za novinare organizirala razgled grada Zadra kao i kušanje vina u Kraljevskim vinogradima, a također i brodski izlet u PP Telašćicu i NP Kornati.

Matt Charlton, britanski novinar i televizijski voditelj koji radi za TOP TIER 1 medij – Radio Times UK, boravio je u Zadarskoj županiji **od 17. do 19. svibnja**. Novinar je stigao u RH pokriti priču o lokacijama na kojima se snimao špijunski triler „Day of the Jackal“, serijal od 10 dijelova. Ovaj kulturni remake planiran je za prikazivanje u Velikoj Britaniji krajem 2024. i očekuje se višemilijunsko gledateljstvo. Novinar je dobio zadatak pokriti priču o raznolikosti Hrvatske kao destinacije za snimanje filmova i serija, a posjetio je Pag i područje Vrsi.

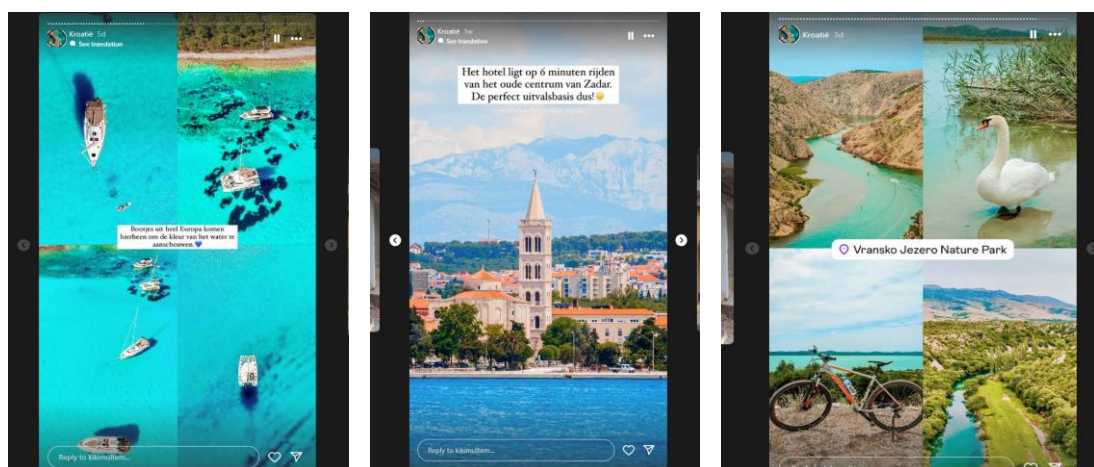
Na studijskom putovanju u Zadarskoj županiji **od 24. do 27. svibnja** boravila je popularna blogerica iz **Njemačke Claudia Beitsch** koja obrađuje aktivni turizam. Prilikom boravka u našoj županiji blogerica je posjetila Velebit i NP Paklenicu gdje joj je organiziran razgled, bicikliranje i jeep safari.

Izvešće o radu za razdoblje I - XII 2024.

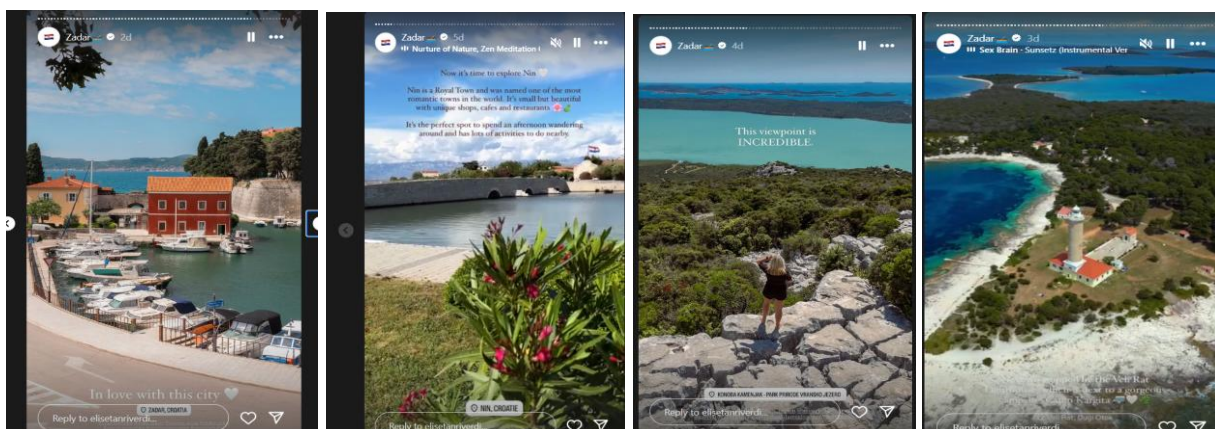
Također je obišla PP Vransko jezero, a na Zrmanji joj je organizirana vožnja kajakom. Pored toga, obavila je i razgled grada Zadra u pratnji stručnog vodiča.



Skupina od **4 novinara iz Nizozemske** u pratnji direktora Predstavništva HTZ-a za Benelux u razdoblju od **25. do 29. svibnja** boravili su u Zadarskoj županiji. Tom su prigodom posjetili Dugi otok i PP Telašćicu, u PP Vransko jezero im je organizirano bicikliranje, a na Zrmanji vožnja kajakom. Pored toga, obavili su razgled grada Zadra u pratnji stručnog vodiča.



Britanska influencerica Elisa Didem Tanriverdi u okviru studijskog putovanja boravila je u Zadarskoj županiji od **28. do 31. svibnja**. Prilikom boravka u županiji, posjetila je Kraljevske vinograde, vinariju Degarra i grad Nin kao i Solanu. Obišla je PP Vransko jezero, Maškovića Han, a također joj je organiziran razgled grada Zadra. Provela je cijeli dan na Dugom otoku gdje je obišla otočke ljepote na čelu s PP Telašćica.





Elise Tanriverdi:

Message to Zadar Regional Tourist Board



"Thank you! The week was incredible. Such a wonderful trip. Such a beautiful area of Croatia. I absolutely loved exploring it. The nature in Zadar region is just amazing. It just feels like such a hidden gem of Croatia, and I wish more people knew about it, and I hope with my help that they will! Absolutely incredible time. Thank you for putting together such an amazing itinerary.

The guides were amazing. I spent one of the days with Vlatka, and she was such an angel. She is so sweet. We had such a lovely time together. We clicked immediately. We had such an amazing time, and she was so supportive. Especially understanding of having to take a bit of extra time to take photos and videos. She was so helpful with anything I needed, as well, aside the guided tour which was really nice.

I also spent time with Mate on the islands. He is such a kind person. So helpful and very accommodating. Absolutely everybody I spoke to were some of the nicest people that I ever spoke to, whilst travelling. I really noticed that through the entire trip. The hotel was beautiful, absolutely loved it. Everyone there were so kind as well, and so helpful. It was in the perfect location as well. It was very nice to be based there.

Also, I loved my really nice car, and loved driving it. And even Vlatka got permission to drive it, when I was looking at the map to see where I am exploring, and I also got to relax which was really really sweet of her. I didn't ask her at all, and she kept offering. Thanks to you all I got loads of content and really enjoyed editing it over the weekend. It proved to make sense to post stories, grids and posts around the same time, so they work well together.

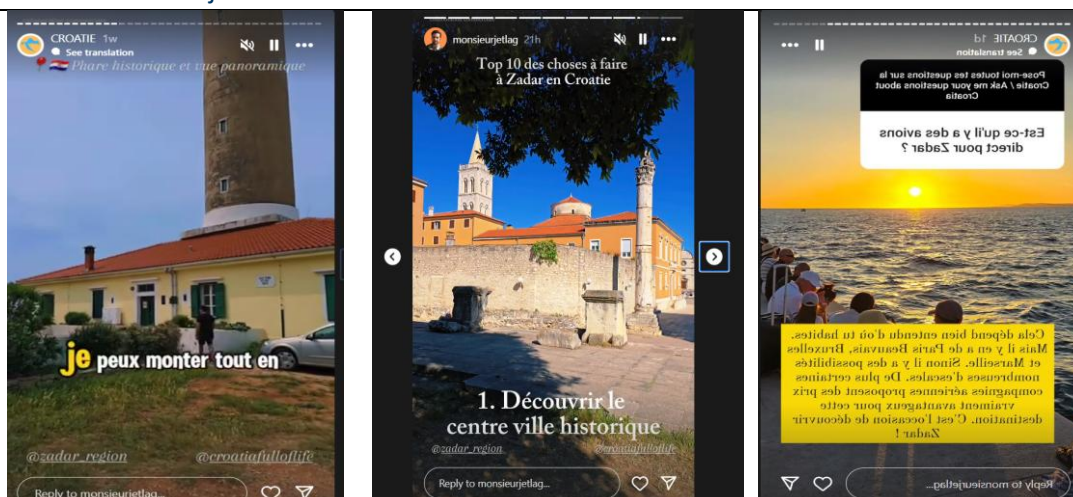
Thank you all so much for everything!"

Danski novinar Tom Nørgaard u Zadarskoj je županiji boravio u razdoblju **30.5.-1.6.** te tom prigodom posjetio Dugi otok i PP Telašćicu, a organiziran mu je razgled grada Zadra u pratnji stručnog vodiča. Urednik danskog dnevnog lista JP i Politiken Tom Nørgaard je u više navrata objavljivao članke o Hrvatskoj, a već je ranije boravio u Zadarskoj županiji.

U razdoblju od **30. svibnja do 3. lipnja 2024.** u Zadarskoj su županiji boravili novinarka i fotograf iz **Italije Isabella Grassano i Antonio Carmine Calbi** koji kao freelanceri objavljuju za dnevni list La repubblica, magazine za žene Confidenze, Intimita i Dress Code Magazine. Posjetili su Dugi otok i PP Telašćicu, PP Vransko jezero i Maškovića Han, a organiziran im je i razgled grada Zadra u pratnji stručnog vodiča.

Talijanski novinari Paolo Giocoso i Antonio Leggieri na studijskom putovanju u Zadarskoj županiji bili su od **30. svibnja do 6. lipnja**, a na temu otoka. Organiziran im je razgled grada Zadra u pratnji stručnog vodiča, a obišli su otoke Ugljan, Iž, Pag i Dugi otok kao i PP Telašćicu.

U Zadarskoj županiji u okviru studijskog putovanja u razdoblju od **1. do 4. lipnja** boravio je blogger iz **Francuske Ludwig Clegnac** - "Monsieur Jetlag". Jedna od njegovih glavnih tema bio je grad Zadar pa je blogger imao prošireni razgled grada s posjetama muzejima, a pored toga, obišao je Dugi otok i PP Telašćicu, te NP Paklenicu gdje mu je organiziran jeep safari.



Marco Parrino i Roya Saramarian, novinari iz **Italije** u Zadarskoj su županiji boravili od **4. do 6. lipnja**. Za vrijeme boravka u Zadarskoj županiji obišli su PP Vransko jezero i Maškovića Han te Kraljevske vinograde, a također gradove Pag i Zadar. Novinari su pisali reportažu u za ugledni talijanski mjesečnik Dove (više od 200.000 čitatelja), izdavač Corriere della Sera, a koja će biti objavljena u tiskanom i digitalnom izdanju.

Dana **5. lipnja** u okviru studijskog putovanja na temu nautike u Zadarskoj je županiji boravilo **5 novinara iz Belgije** i to u PP Telašćica. TZ Zadarske županije im je omogućila ulaznice za Park i organizirala ručak.

Za **britansku** novinarku **Ellen Catrinu Manning** koja je u Zadarskoj županiji boravila u vlastitom aranžmanu, TZ Zadarske županije je **11. lipnja** organizirala razgled grada Zadra u pratnji stručnog vodiča i obroke u nekoliko restorana, a budući da je novinarka pisala i o gastro ponudi regije. Članak će objaviti u tiskanom i online izdanju i newspaper-a.

Novinarka/influencerica iz **Brazila Mariana Faria Palma** i fotograf **Willian Lopes Miranda** na studijskom putovanju u Zadarskoj županiji boravili su od **13. do 14. lipnja 2024.** Turistička zajednica Zadarske županije im je organizirala smještaj u Zadru, te omogućila razgled grada u pratnji stručnog vodiča. Novinarka Palma ima i veliki broj pratitelja na društvenim mrežama te svoju emisiju na CNN-u – CNN pop u kojoj razgovara s najpoznatijim zvijezdama i donosi različite zanimljive vijesti.

U okviru suradnje s **MICHELIN** vodičem u srpnju je za **5 influencera** iz područja hrane i putovanja/životnog stila organizirano putovanje na području Dalmacije. Namjera je bila sudionicima organizirati ekskluzivni boravak i gastronomski užitak u vrhunskim hotelima i odabranim restoranima te posjet „skrivenom blagu“ Dalmacije. Tom su prigodom influenceri boravili u Zadru gdje odsjeli u hotelu Almayer, večerali u restoranu Foša, a upriličen im je i opsežan razgled grada **1. srpnja 2024.** Kao rezultat, uslijedile su objave i to članak na web stranicama Michelin <https://guide.michelin.com/hr/en/article/dining-out/four-iconic-stops-on-the-dalmatian-coast>, a video je objavljen i na Instagramu, te na YouTube kanalu <https://www.instagram.com/michelinguide/reel/C-kqvU3qDFP/>, <https://www.youtube.com/watch?v=TDLCG12QVVE&t=6s>

Izvešće o radu za razdoblje I - XII 2024.

U razdoblju **18.-19. srpnja** u Zadarskoj su županiji snimali članovi **francuske televizijske ekipe TVF1** za potrebe emisije o Hrvatskoj na temu prirode, kulture, naslijeđa i gastronomije. Ekipa je snimala u Salima, a u Zadru su posebno snimali u restoranu gdje se pripremala tzv. Francuska salata. Epizoda je prikazana rijekom mjeseca kolovoza 2024.

Njemačka novinarka Julitta Ammerschläger u Zadru je boravila u razdoblju **2.-3. rujna 2024.** i tom je prigodom obavila razgled grada u pratnji stručnog vodiča, a organizirana joj je i večera. Novinarka piše za poznate bavarske dnevne novine Merkur/tz u kojima će reportaža biti objavljena u rujnu ili listopadu ove godine.

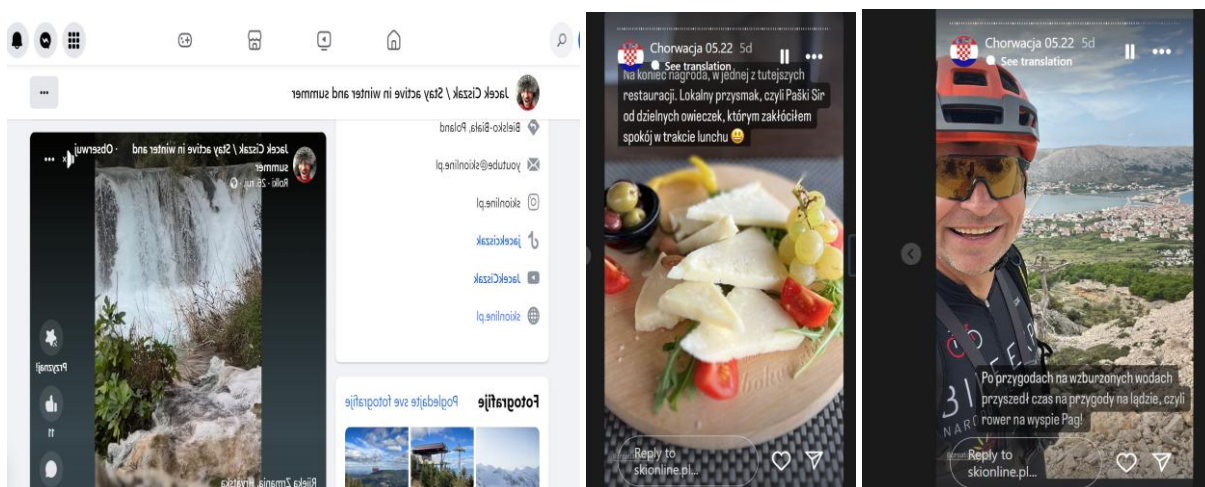
U suradnji s hotelskom kućom Falkensteiner TZ Zadarske županije je za skupinu **britanskih novinara** organizirala ručak u Kraljevskim vinogradima. Šestoro je novinara renomiranih britanskih izdanja također dana **13. rujna** obavilo i razgled grada Zadra.

Turistička zajednica Zadarske županije je za **troje mađarskih influencera** organizirala studijsko putovanje na temu nautike u razdoblju **20.-24. rujna 2024. godine.** Na jedrilici su obišli otoke Ugljan i Dugi otok, posjetili PP Telašćicu i NP Kornati, a na odlasku im je organiziran razgled grada Zadra u pratnji stručnog vodiča.

Poljski novinari Joanna Murawska i Marcin Jan Wieczorkowski u Zadarskoj su županiji boravili u razdoblju **23.-24. rujna 2024. godine.** Tom prigodom im je Turistička zajednica Zadarske županije organizirala razglede gradova Zadra, Paga i Nina. Novinari će objaviti reportaže u dva različita medija, Newsweek.pl i www.podroze.onet.pl.

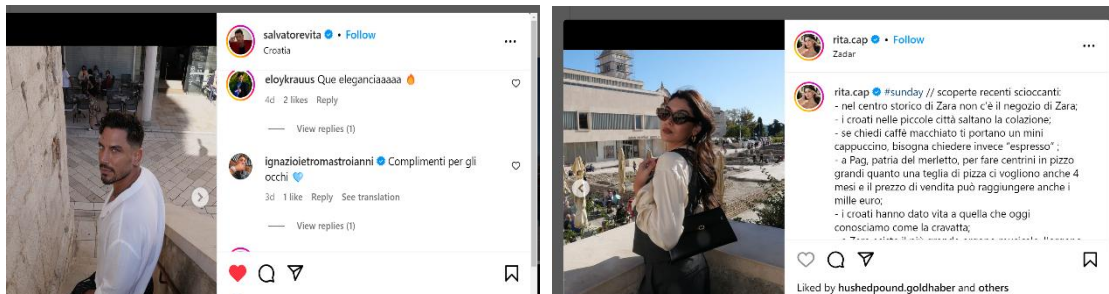
Novinar iz Nizozemske Michiel van Dam koji piše za časopis namijenjen motoristima www.motor.nl boravio je u Zadarskoj županiji u razdoblju 24.-27. rujna 2024. U tom je razdoblju posjetio Vransko jezero i Maškovića han, a obavio je razglede grada Zadra, Paga i Nina.

Jacek Cisyak, influencer iz **Poljske** u Zadarskoj je županiji boravio u razdoblju **25.-29. rujna 2024.** Turistička zajednica Zadarske županije mu je organizirala razgled grada Zadra u pratnji stručnog vodiča, a također i bicikliranje na otoku Pagu, te SUP na rijeci Zrmanji.



Izvešće o radu za razdoblje I - XII 2024.

Popularni talijanski lifestyle influenceri **Salvatore Vita i Rita Capparelli** na studijskom putovanju u Zadarskoj županiji boravili su **27.-30. rujna 2024.** U tom su razdoblju obišli Zadar, PP Vransko jezero, Maškovića han, Pag, Nin i Kraljevske vinograde. Influenceri su prošle godine sudjelovali na cooking show-u i prezentaciji TZ Zadarske županije u Milanu, a što im je bio i dodatni motiv za posjet Zadarskoj županiji.



Američka novinarka Jeanne Neylon Decker www.traveltawk.com koja je u vlastitom aranžmanu boravila u Zadarskoj županiji, u organizaciji Turističke zajednice Zadarske županije obavila je **30. rujna** razgled grada u pratnji stručnog vodiča.

U razdoblju od **6. do 11. listopada 2024. godine** u Zadarskoj je županiji boravila **ekipa belgijskog radija** na temu prirode, a za emisiju *Grandeur Nature*. U pratnji **peteročlanoj ekipi** bio je kolega Dalibor Soldan iz ureda Hrvatske turističke zajednice u Bruxellesu. *Grandeur nature* (Veličanstvena priroda) je radio emisija belgijske javne kuću RTBF u kojoj novinar istražuje 2 različita lica jedne regije, more i brdo (unutrašnjosti) ili sl., uz predstavljanje manje poznatih ljepota i zanimljivosti. Cilj je ovog studijskog putovanja putem emisije upoznati belgijsku javnost s bogatom prirodnom, kulturnom, turističkom, sportskom i gastronomskom baštinom regije. Prilikom boravka u Zadarskoj županiji novinari su obišli Cerovačke pećine, Vransko jezero, Maškovića han, Dugi otok, i PP Telašćicu, NP Paklenicu Zadar, Pag, Nin, Kraljevske vinograde i OPG Didini vrtovi. Obavili su i niz razgovora s raznim sugovornicima od rendžera, vodiča, enologa do svjetioničara.

Na studijskom planinarskom putovanju u Zadarskoj županiji u listopadu je boravila ekipa popularnog **mađarskog portala Telex.hu**. U razdoblju **15. Do 20. listopada tročlana je ekipa** obišla niz ruta na Velebitu i u NP Paklenici.

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

Na realizaciju projekta **3.3. „ODNOSI S JAVNOŠĆU (GLOBALNI I DOMAĆI PR)“** utrošeno je ukupno **143.315,46 €** prema sljedećoj računovodstvenoj strukturi:

- | | |
|---|--------------------|
| • Troškovi novinara/agenata u tuzemstvu | 19.344,40 € |
| • Usluge promižbe i informiranja INO-televizija | 27.496,48 € |

• Usluge promižbe i informiranja INO-knjige, novine, ost.pap	9.730,62 €
• Usluge promižbe i informiranja TUZ-knjige, novine, ost.pap	17.506,25 €
• Usluge promižbe i informiranja INO-mrežne stranice	61.402,61 €
• Usluge promižbe i informiranja TUZ-mrežne stranice	1.013,00 €
• Usluge promižbe i informiranja TUZ-TV	1.875,00 €
• Troškovi prezentacija i sajmovi TUZ	529,20 €
• Najam prijevoznih sredstava za osobni prijevoz	485,04 €
• Usluge vodiča	1.830,00 €
• Re prezentacija – ugostiteljske usluge	37,98 €
• Negativne tečajne razlike	2.064,88 €

3.4. MARKETINŠKE I POSLOVNE SURADNJE

AKTIVNOSTI	Plan za 2024.	Rebalans 2024.	Realizacija 2024.	Udio % u realizaciji	Indeks realizacija / rebalans
Marketinške i poslovne suradnje	600.000,00 €	570.000,00 €	535.371,81 €	21%	94
Udruž.oglašavanje u suradnji sa sustavom TZ i predstav.tur.ponude	200.000,00 €	200.000,00 €	185.871,81 €	7%	93
Strateški projekti i marketinške suradnje	330.000,00 €	300.000,00 €	280.000,00 €	11%	93
Posebni programi i projekti	70.000,00 €	70.000,00 €	69.500,00 €	3%	99

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 2024. 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 2024. utvrđeno je sljedeće:

1. Ukupan broj kandidatura	13
2. Ukupna vrijednost traženih sredstava potpore	318.274,53 €
3. Ukupna vrijednost predviđena za raspodjelu	200.000,00 €

Izvjешće o radu za razdoblje I - XII 2024.

Sukladno uvjetima Javnog poziva ukupno je 12 prijava zadovoljilo sve propisane uvjete te su ocijenjene sukladno dostavljenim podacima, saznanjima i unaprijed zadanim kriterijima. Utvrđeno je kako jedna prijava, tvrtke Nova Camping d.o.o. ne zadovoljava uvjetima Javnog poziva.

Javnim pozivom je propisano kako je glavni kriterij raspodjele sredstava za Udruženo oglašavanje broj noćenja u 2023. što male dionike čini nekonkurentnim u raspodjeli sredstava, a kako postoji intencija uključivanja malih dionika u sustav Udruženog oglašavanja, utvrdio se donji limit dodjele sredstava u iznosu 1.300,00 € za sve dionike ispod 1% udjela u noćenjima svih kandidiranih subjekata.

Na sjednici Turističkog vijeća koja je održana 17. veljače 2024. donesena je odluka uvjetima realizacije Udruženog oglašavanja u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora u 2024. na način da se provede ugovaranje udruženog oglašavanja temeljem prethodno raspodjele sukladno uvjetima Javnog poziva.

Stoga je izvršena raspodjela i ugovaranje kako slijedi:

NOSITELJSMJEŠTAJNEPONUDE	MEDIA PLAN	NOSITELJ 50%	TZZŽ BRUTO	LTZ BRUTO
TN ZATON	197.692,00 €	98.846,00 €	72.300,00 €	26.546,00 €
ILIRIJAd .d.	126.300,00 €	63.150,00€	36.900,00 €	26.250,00 €
BORIK d.d. (hoteli)	80.800,00 €	40.400,00 €	33.700,00 €	6.700,00 €
PUNTA SKALA d.o.o.	50.400,00 €	25.200,00 €	15.900,00 €	9.300,00 €
HOTEL PINIJA	30.800,00 €	15.400,00 €	10.000,00 €	5.400,00 €
PROFICIO d.d. (PINEBEACH)	27.000,00 €	13.500,00 €	10.500,00 €	3.000,00 €
SUNCE HOTELI d.d.	29.250,00 €	14.625,00 €	9.000,00 €	5.625,00 €
BOUTIQUE HOSTEL FORUM	4.600,00 €	2.300,00 €	1.300,00 €	1.000,00 €
PLANUS d.o.o. AUTO CAMP CRKVINE	6.600,00 €	3.300,00 €	2.100,00 €	1.200,00 €
NATURA ADRIATICA d.o.o.	10.600,00 €	5.300,00 €	2.600,00 €	2.700,00 €
MAŠKOVIĆA HAN	5.700,00 €	2.850,00 €	1.300,00 €	1.550,00 €
CRVENA LUKA	18.800,00 €	9.400,00 €	4.400,00 €	5.000,00 €
UKUPNO	536.042,00 €	268.021,00 €	200.000,00 €	91.710,97 €

S nositeljima ponude su sklopljeni Ugovori te se tokom godine vrši autorizacija dostavljenih oglasa prije samog oglašavanja.

Realizacija Udruženo oglašavanje:	185.871,81 €
Planus d.o.o.,	2.100,00 €
Maškovića Han	622,06 €
Borik d.o.o.	33.700,00 €
Turisthotel d.o.o. (Hostel)	1.299,96 €
Turisthotel d.o.o. (TN Zaton)	72.296,69 €
Crvena luka d.d.	4.119,03 €
Ilirija d.d.	23.734,07 €
Natura Adriatica d.o.o.	2.600,00 €

Punta Skala d.o.o.	15.900,00 €
Intermod d.d.	10.000,00 €
Sunce Hoteli d.d.	9.000,00 €
Proficio d.d.	10.500,00 €

3.4.2. STRATEŠKI PROJEKTI I MARKETINŠKE SURADNJE

Hrvatska turistička zajednica je i ove godine provela javni poziv usmjeren na odnose sa strateški važnim avioprijevoznicima i organizatorima putovanja u 2024.

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.

U 2024. za Zadarsku županiju stigle su prijave od 6 avioprijevoznika te od 19 touroperatora.

Nastavno na candidature partnera pristigle na Javni poziv za „Strateške projekte“ Hrvatske turističke zajednice za 2024., Turističko vijeće Turističke zajednice Zadarske županije je donijelo odluku o sredstvima kojima će podržati kampanje koje promiču avio-destinaciju Zadar.

Svjesni značaja avio-prometa za uspješnost turističke sezone, Turistička zajednica Zadarske županije je u Programu rada za 2024. osigurala sredstva u iznosu 331.807,02 €, odnosno 2.5 milijuna kuna.

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

- 190.000 €+PDV za medija-plan Ryanaira;
- 20.000 € + PDV za medija-plan Eurowingsa;
- 7.500 € + PDV za medija-plan Transavia Netherlands
- 3.000 € + PDV za medija plan TO HighLife Reisen
- 3.500 € + PDV za medija plan TO HighLife Reisen

UKUPNO: 224.000 € + PDV= 280.000,00 €

Ryanair

U 2024. Zadar se Ryanairom povezuje s 50 destinacija. Određeni broj linija u pred i posezoni su smanjene stoga je i ugovoreni iznos za marketinške aktivnosti u visini reduciranog prošlogodišnjeg. Marketinške aktivnosti su započele i odvijaju se ugovorenim dinamikom.

Ugovorene su sljedeće aktivnosti:

Online								
Media	Country	Ad type (banner, article, video...)	Planned main KPI	Start date	End date	Duration in days	Total regular rate net in EUR	Total special rate net in EUR
Destination Homepage Banner -Zadar County	UK	Banner	1,955,061 (views per week)	8.4.	01.9.	14 (1 week in April & August)	€117.303,66	€93.842,00

Izvešće o radu za razdoblje I - XII 2024.

Destination Homepage Banner -Zadar County	Denmark	Banner	59.152 (views per week)	8.4.	01.9.	14 (1 week in April & August)	€3.487,50	€2.790,00
Destination Homepage Banner -Zadar County	Poland	Banner	1.955.091 (views per week)	8.4.	01.9.	7 (1 week in April)	€22.013,75	€17.611,00
Destination Homepage Banner -Zadar County	France	Banner	628,551 (views per week)	8.4.	01.9.	14 (1 week in April & August)	€37.713,75	€30.171,00
Destination Homepage Banner -Zadar County	Ireland	Banner	555.086 (views per week)	8.4.	01.9.	14 (1 week in April & August)	€33.305,00	€26.644,00
Destination Homepage Banner -Zadar County	Sweden	Banner	131,339 (views per week)	8.4.	01.9.	14 (1 week in April & August)	€7.880,00	€6.304,00
Destination Homepage Banner -Zadar County	Austria	Banner	51.108 (views per week)	8.4.	08.9.	21 (1week in April & 2 in Aug)	€4.598,75	€3.679,00
Destination Homepage Banner -Zadar County	Czechia	Banner	22.7219 (views per week)	8.4.	08.9.	21 (1week in April & 2 in Aug)	€2.141,25	€1.713,00
Destination Homepage Banner -Zadar County	Belgium	Banner	168.564 (views per week)	8.4.		7 (1 week in April)	€5.057,50	€4.046,00
Social								
Media	Country	No of ads	Potential reach	Start date	End date		Total regular rate net in EUR	Total special rate net in EUR
Instagram - Zadar County	ALL	2	75,000 (per post)	13. May,	2. Sep,		€4.000,00	€3.200,00

Kampanja je uspješno realizirana te je isplaćen iznos od 237.500 €.

Eurowings

Predstavlja jednog od najvažnijih avioprijevoznika s njemačkog tržišta za Hrvatsku. U 2024. planira povezivanje Zadra s pet destinacija u Njemačkoj i to u razdoblju od 13.05. do 14.10. Stolići s vizualom Zadarske županije u zrakoplovu predstavljaju ugovorenu marketinšku aktivnost i to od lipnja do rujna 2024.



Izvešće o radu za razdoblje I - XII 2024.



Kampanja je uspješno realizirana te je isplaćen iznos od 25.000 €

Transavia NL

U 2024. povezuje Zadar s Rotterdamom i to u terminima 22. travnja do 28. listopada. Marketinšku aktivnost za navedeno tržište predstavlja banner na stranicama Transavie NL u ožujku i kolovozu 2024.

Bestemmingen > Kroatië

Zadar

Zadar, gelegen aan de Adriatische kust, is het maritiem centrum van Dalmatië. Boek je ticket naar Zadar, ontspan op prachtige stranden en geniet van de mooie zonsondergangen.

De kust is een perfecte plek voor zonaabidders. Duik in de kristalheldere zee of ontdek verschillende watersporten. Heb je gehoord van het Zadar Zeeorgel? Op het schiereiland is het geluid van elke golf een magische ervaring. Volgens sommigen kun je hier ook de mooiste zonsondergangen ter wereld zien!

De trots van Zadar: het stadscentrum

Als je de eeuwenoude cultuur van Zadar wilt ervaren, ga je naar het stadscentrum. De stad ademt geschiedenis en is de trots van Zadar. In de smalle romantische straatjes bewonder je kathedralen, middeleeuwse muren en indrukwekkende poorten. De hoofdstraat van Kalelarga zit vol met restaurants en kleine cafés. Heerlijk om te ontspannen en de Kroatische keuken te ontdekken.

Voor natuurliefhebbers

Zadar en haar omgeving bieden niet alleen een heerlijke kustervaring, maar zijn ook een paradijs voor natuurliefhebbers. Maak een wandeling in de indrukwekkende bergen of bezoek één van de honderden kleine eilandjes voor de kust van Zadar. Sla ook zeker de adembenemende nationale parken zoals Paklenica, Noord-Velebit en de Plitvicemerken niet over. Hier zie je kristalheldere meren en watervallen te midden van uitgestrekte bossen. Of verken de tien kilometer lange baai genaamd Telašćica en de eilandjes in de Kornati-archipel per zeilboot. Voor vogelliefhebbers is het natuurpark Vransko Jezero, het grootste meer in Kroatië, een prachtige plek. Kies je liever voor wat actie? Waag je dan aan avontuurlijke activiteiten zoals raften of abseilen in de canyons in de buurt van Zadar.

Boek je vliegticket naar Zadar

Rotterdam/Den Haag € 72

Vlucht boeken

Prijzen zijn vanaf-prijzen o.b.v. enkele reis en beschikbaarheid van het tarief.

Kampanja je uspješno realizirana te je isplaćen iznos od 9.375,00 €

High Life Reisen

S ovim touroperatorom je nastavljena suradnja u 2024. Naime, u prijavi se planiralo 10 charter letova iz St. Gallena za Zadar i to u razdoblju od 4. svibnja do 22. lipnja 2024. Ugovorena je suradnja s lokalnim hotelima, ponude za posebne skupine gostiju, angažiranje lokalnih vodiča i prodaja paketa od minimalno 7 noćenja.

Ugovorene aktivnosti su oglasi i advertorijali u časopisima Neue am Sonntag, VN Insert, za austrijsko tržište te Tagblatt PR i Liewo za švicarsko tržište.

?? | On Tour

Sonntag, 7. April 2024



Einzigartige Region Zadar

High Life Reisen fliegt vom 4. Mal bis 29. Juni jeden Samstag von bequemen ab Altenrhein in die vielfältige Region Zadar.

Die Region Zadar verspricht eine aufregende Reise voller geschichtsträchtiger Küstenstädte und kultureller Genüsse. Die vielseitige und wunderschöne Küstenlandschaft bereichert seit letztem Jahr das High Life Reiseprogramm mit einer anspruchsvollen Hotelpalette, sowohl für Paare als auch für Familien.

Die Küste ist geprägt von malerischen Buchten, Inseln und Nationalparks. Der Komati-Nationalpark mit zahlreichen kleinen Inseln bietet eine beeindruckende maritime Landschaft, während der Krka-Nationalpark mit seinen Wasserfällen und Flüssen ideale Möglichkeiten für Outdoor-Aktivitäten und Erholung bietet. Auch die Küstenstädte Zadar und Šibenik sollte man keinesfalls außer Acht lassen. Zadar lockt mit der einzigartigen Altstadt, in der sich römische Ruinen, Kirchen und moderne Kunstinstallationen vereinen. Die berühmte Meeres-

sorge und der Gruß an die Sonneten sind faszinierende Beispiele für die moderne Kunst, die sich hier mit der natürlichen Schönheit der Küste verbindet. Šibenik besticht durch seine gut erhaltene Festungsanlage und die majestätische Kathedrale des Heiligen Jakob. Währenddessen imponiert das Hinterland mit seiner eindrucksvollen Berglandschaft. Das Velebit-Gebirge bietet Wander- und Klettermöglichkeiten sowie spektakuläre Ausblicke auf das Adriatische Meer. Die Dörfer im Hinterland bewahren die traditionelle dalmatinische Lebensweise und

bieten eine idyllische Kulisse für entspannte Ferientage.

Reiseziel für alle Urlaubswünsche.

Die historischen Städte, die beeindruckende Natur und die reiche kulinarische Szene machen Nord-Dalmatien zu einem faszinierenden Reiseziel. Egal, ob man die Geschichte erkunden, die Natur genießen oder sich kulinarisch verwöhnen lassen möchte, diese Region bietet eine perfekte Mischung für unvergessliche Reisen. Ein Reiseziel, das alle Urlaubswünsche erfüllt und gleichzeitig unvergessliche Eindrücke hinterlässt. ANZEIGE



Daten & Fakten

Info/Buchung: High Life Reisen,
Im Buch I, Am Gammarkt, Götzis,
Tel. 05323/649500, www.highlife.at,
info@highlife.at



HIGH LIFE REISEN

Jetzt Plätze sichern & ab Altenrhein fliegen!

ZADAR AB ALTENRHEIN

Entdecken Sie die Region Zadar mit unseren Erlebnisreisen!

Erlebnisreise Zadar am 4.5.24 pro Person ab € 1.389

Busrundreise Dalmatien am 18.5.24 pro Person ab € 2.099

Inklusive grossem Leistungspaket: Flug ab Altenrhein, alle Transfers, deutschsprachige Reiseleitung, Unterkunft, Verpflegung und viele Ausflüge.

Beratung und Buchung in allen Reisebüros und in Götzis • +43 5523 649500

High Life Reisen. Ferienflüge ab Altenrhein

Kampagna je uspješno realizirana te je isplaćen iznos od 3.750 €

Luxair

S ovim touroperatorom je prvi put uspostavljena suradnja u 2024. Ugovorene su aktivnosti zajedno s HTZ-om i to Billboardi i OOH na stanicama u Luxemburgu.



Realizacija Strateški projekti i marketinške suradnje iznosi 280.000,00 €, a odnosi se na:

High life Reisen	3.750,00 €
Transavia NL	9.375,00 €
Luxair	4.375,00 €
Eurowings	25.000,00 €
Ryanair	237.500,00 €

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 te osiguravaju veliku medijsku vidljivost i doprinose podizanju atraktivnosti turističke ponude Zadarske regije.

Eventi za koje su sklopljeni Ugovori su:

1. ATP Challenger Zadar Open u iznosu 5.000,00 €

Teniski turnir je održan od 17. do 24. ožujka 2024. Na terenima sportskog centra resorta Punta Skale, Petrčane. Bilo je to četvrto izdanje Falkensteiner Punta Skala Zadar Open te je ono i ove godine bilo prvo natjecanje iz serije Croatian Tennis Pro Tournaments. Jačinu turnira nagovijestio je već i sam popis prijavljenih igrača, na kojemu su među ostalima bili i osvajač US Opena 2020. Austrijanac Dominic Thiem i jedan od najvećih talenata svjetskog tenisa, naš Dino Prižmić. Nagradni fond turnira iznosio je 74.825 €.



2. Europsko Seniorsko prvenstvo u karateu u iznosu 18.000,00 €

U Zadru je od 8. do 12. svibnja 2024. održano Europsko seniorsko prvenstvo u karateu i parakarateu koje je u Športskom centru „Višnjik“ ugostilo najbolje europske karatiste i parakaratiste. Hrvatska se plasirala na treće mjesto na tablici osvojenih odličja u karateu s ukupno četiri medalje (tri zlata i broncom), te na treće mjesto na tablici osvojenih medalja u parakarateu s osvojena tri odličja (zlatom i dva srebra). Prvenstvo je okupilo više od 670 natjecatelja i 1.500 službenih osoba iz više od 50 zemalja.



3. CEV Beach Volley Nations Cup, preliminarna faza, skupina D, u iznosu 15.000,00 €

U Bibinjama se od 10. do 12. svibnja 2024. održao kvalifikacijski odbojkaški turnir za Olimpijske igre u Parizu 2024 - CEV Beach Volley Nations Cup 2024. Republika Hrvatska i Hrvatski odbojkaški savez su zajedno s Litvom, Turskom i Španjolskom domaćini jednog od četiri turnira kvalifikacija za Olimpijske igre Pariz 2024 u ženskoj odbojci na pijesku, pod nazivom - CEV Beach Volley Nations Cup 2024. Hrvatske odbojkašice natjecale se u skupini D, protiv Ukrajine, Portugala, Škotske, Mađarske i Belgije.

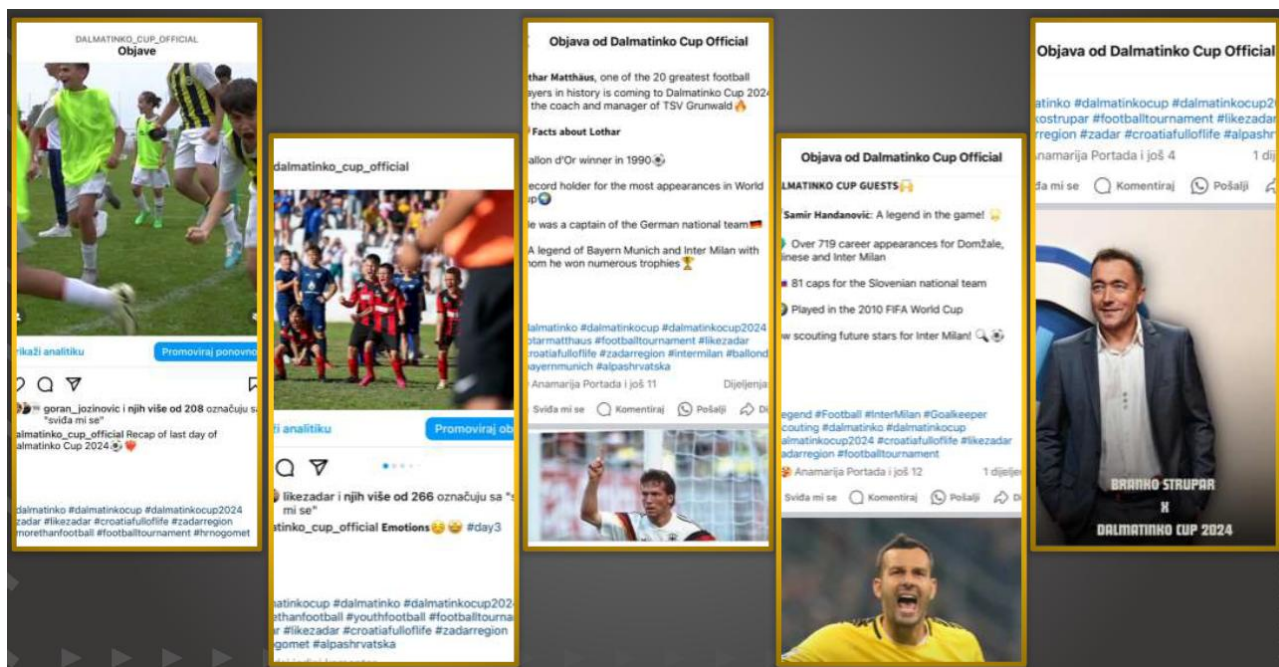


4. Dalmatinko Cup 2024. u iznosu 18.000,00 €

Dalmatinko Cup, međunarodni nogometni turnir za dječake i djevojčice uzrasta od 8 do 14 godina, održao se u Zadru i Zadarskoj županiji, od 30. svibnja do 2. lipnja 2024. Deveto izdanje, u Zadru je okupilo neka od impresivnih imena europskih i svjetski priznatih nogometnih klubova, sudionika Uefinih natjecanja Champions League, Europa lige i Konferencijske lige, Liga petice kao i niz drugih klubova koji su sudjelovali sa svojim mlađim selekcijama i akademijama na turniru, a koji dolaze iz 22 zemlje i sa 3 kontinenta.

Fenerbahce, Shakhtar Donetsk, Sunderland, Inter Milan, Monza, Southampton, Fortuna Dusseldorf, Heidenheim, TSV Grunwald, Zagłębie Zagrze, Slask Wroclaw, Gornik, Astana, Bunyodkor, Genk, Antwerpen, Beerchot, Brasov, Timisoara, Dumbravita, Ferencvaros, MTK, Aktobe, Sarajevo, Radomlje, Olimpija, Celje, Domžale, Radomlje, Koper, Brinje Grosuplje, Vojvodina, Hajduk, Dinamo, Lokomotiva, Istra, Rijeka, Prishtina, neka su od imena 220 kluba među kojima su uz ostale iz Hrvatske, bili i klubovi iz Zadra i Zadarske županije.

Sve utakmice odigravale su se na ukupno 9 nogometnih terena diljem Zadarske županije. Ukupno je turnir posjetilo od natjecatelja sa stručnim stožerima oko 3500 sudionika.



Realizacija Posebni programi i projekti iznosi 69.500,00 €, od čega za.:

Dalmatinko Kup 2024.	18.000,00 €
Hrvatski odbojkaški savez	15.000,00 €
Hrvatski karate savez	18.000,00 €
Top Sport Event	13.500,00 €
Zadar ATP Challenger Open	5.000,00 €

Nositelji aktivnosti i partneri: TZ Zadarske županije

Ostvareni cilj aktivnosti:

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

Na realizaciju projekta 3.4. MARKETINŠKE I POSLOVNE SURADNJE, utrošeno je 535.371,81 € prema sljedećoj računovodstvenoj strukturi:

• Troškovi oglašavanja kod avio-kompanija	280.000,00 €
• Usluge promidžbe i informiranja – tuz. mrežne stranice	185.871,81 €
• Usluge organizacija konferencija, sportskih i kulturnih dog.	54.500,00 €
• Usluge promidžbe i informiranja – tuz. TV	15.000,00 €

3.5. SAJMOVI, POSEBNE PREZENTACIJE I POSLOVNE RADIONICE

AKTIVNOSTI	Plan za 2024.	Rebalans 2024.	Realizacija 2024.	Udio % u realizaciji	Indeks realizacija / rebalans
Sajmovi, poslovne prezentacije i poslovne radionice	252.000,00 €	233.000,00 €	225.166,02 €	9%	97
Nastupi na sajmovima	180.000,00 €	180.000,00 €	173.796,80 €	7%	97
Organizacija i sudjelovanje na posebnim prezentacijama i poslovnim radionicama	72.000,00 €	53.000,00 €	51.369,22 €	2%	97

3.5.1. NASTUPI NA SAJMOVIMA

Planirani sajamski nastupi za 2024. 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 2024. suizlagala na štandu HTZ-a na sajmovima: Stuttgart-CMT, Utrecht- Vakantiebeurs, München-FREE, Zuerich-FESPO, Napoli-BMT, Frankfurt-IMEX te Beč-Ferienmesse. Ovih šest sajмова organizirana su u suradnji sa hotelskim kućama zadarske regije.

S TZ županija Dalmacije i Like realizirano je nastupanje na općim i specijaliziranim sajmovima i to: Helsinki, New York, London, Bruxelles, Utrecht, Milano, Paris, Barcelona, Prag i Bologna.

Suizlaganje sa destinacijskim partnerima je odrađeno u Berlinu (ITB) te planirano u Londonu (WTM). U suradnji sa TZP Zadarski arhipelag, odrađen je nastup na sajmu Freizeit u Bolzanu.

1. Utrecht "Vakantiebeurs", 10.-14.01.

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 Turisthotelom d.o.o. i Ilirijom d.d. iz Biograda. Na sajmu je izlagalo 1.052 izlagača iz preko

100 zemalja svijeta koji je okupio gotovo 13.000 profesionalaca. Sajamski prostor prostirao se na pet hala koje je obišlo ukupno 71.000 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 125.000 m² površine a bilježio je preko 1.600 izlagača iz 100 zemalja, a posjetilo ga je 234.000 posjetitelja. TZŽ je imala suizlagački prostor na štandu HTZ-a zajedno sa destinacijskim partnerima Turisthotel d.d. i Ilirija d.d. iz Biograd. 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. Sajam je medijski pratilo preko 2.000 novinara.

3. Helsinki "Matka", 19.-21.01.

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 900 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 50.000 posjetitelja od čega 12.000 profesionalaca.



Stuttgart



Utrecht



Milano

4. New York "Travel&Adventure Show", 27.-28.01.

Sajam u New Yorku organiziran je u suradnji sa predstavništvom HTZ-a. Na štandu se predstavilo 14 suizlagača, a TZŽ se predstavila kao jedan od njih. Tijekom prvog dana sajma je, u sklopu hrvatskog štanda, održana i poslovna radionica Sell Croatia koja je okupila više od 100 američkih putničkih agenata te u sklopu koje se predstavilo više od 50 turističkih subjekata iz Hrvatske, među kojima su turističke zajednice, nacionalni parkovi, hotelske grupacije, destinacijske menadžment kompanije (DMC) te charter kompanije. Sajam je pratilo preko 400 predstavnika medija. TZ Zadarske županije je održala prezentaciju turističke ponude Zadarske županije. Na sajmu se predstavilo 1.200 izlagača a sajam je obišlo 15.000 posjetitelja.



5. London “Destinations”, 02.-05.02.

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 51.000 posjetitelja. Budući da iz Londona i okolnih destinacija na ZL Zadar više puta tjedno leti zrakoplov niskotarifne kompanije Ryanair, na štandu je vladao veliki interes za dolazak u zadarsku regiju.

6. Bruxelles “Salon des Vacances”, 01.-04.02.

Nastup ovom najvećem turističkom sajmu u Belgiji organiziran je zajedeno sa ostalim TZŽ Dalmacije, Kvarnera, Zagreba i Like. Za napomenuti je da je po prvi put predstavništvo organiziralo štand novog dizajna, koji je plijenio pažnju gostiju. Zbog izravnog leta Bruxelles-Charleroi na ZL Zadar aviokompanije Ryanair, vladao je na štandu veliki interes za dolazak u našu regiju. Na sajmu se predstavilo 350 izlagača i 800 podizlagača u 2 hale, a sajam je obišlo 70.520 posjetitelja u četiri sajamska dana.

7. Zuerich, “FESPO”, 01.-04.02.

Hrvatska se kao zemlja-partner predstavila se na međunarodnom turističkom sajmu FESPO u Zürichu, na kojemu je sudjelovalo više od 500 izlagača iz cijelog svijeta. Nositelj hrvatskog nastupa je bio HTZ, na čijem se izlagačkom prostoru predstavlja i 13 suizlagača-domaćih turističkih tvrtki i turističke zajednice. Posebnost predstavljanja hrvatskog turizma jest promocija hrvatske nematerijalne kulturne baštine koja svojim bogatstvom i ljepotom očarava. Sajmu je nazočilo 518 izlagača iz cijelog svijeta a sajam je registrirao 42.000 posjetitelja. Zadarska županija posjetiteljima je predstavila Pašku narodnu nošnju i priredila degustaciju Paškog sira. Posjetitelji su pokazali poseban interes za avioliniju St. Gallen (Altenrhein) - Zadar koja prometuje od ove godine.

8. Milano BIT, 12.-14.02.

TZZŽ kao suizlagač u okviru štanda predstavništva HTZ-a predstavila je ponudu Zadarske županije na međunarodnom sajmu turizma Borsa Internazionale del Turismo (BIT) koji se održao u Milanu. Sajam BIT orijentiran je na poslovnu publiku, no također je otvoren i za široku publiku te svake godine bilježi oko 90.000 posjetitelja i predstavlja najvažnije međunarodno turističko događanje u sjevernoj Italiji. O značenju ovog sajma govori podatak kako se na njemu predstavlja više od tisuću i sto izlagača iz preko 66 zemalja svijeta među kojim su turističke organizacije, udruge, turoperator, agencije, aviokompanije i dr.



Helsinki



Bruxelles

9. 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 bavorske. Na sajmu se predstavilo oko 1.000 izlagača iz 50-tak zemalja, dok je sajam posjetilo oko 140 tisuća posjetitelja. TZŽ se na štandu HTZ-a predstavila uz ostalih 26 suizlagača na vlastitom dijelu štanda, a zajedno sa partnerima Turisthotelom d.d. i Ilirijom d.d. Na sajmu su predstavljeni noviteti i trendovi na području putovanja, kampinga i karavaninga, biciklizma, vodenih sportova te outdoor-a i fitnesa.

10. Utrecht, Fiets en Wandelbeurs 23.-25.02.

Na sajmu Fiets en Wandelbeurs predstavilo je oko 100 izlagača a sajam je obišlo 24.112 posjetitelja. Ovaj specijalizirani sajam za bicikliranje i pješčenje realiziran je u suradnji sa predstavništvom HTZ-a u Amsterdamu te TZŽ Dalmacije i Like, Kvarnera i TZŽ Brodsko-posavske. 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.

11. Napoli, BMT 14.-16.03.

U Napulju se održao međunarodni turistički sajam Borsa Mediteranea del Turismo (BMT) na kojem je svoju ukupnu turističku ponudu predstavila i Zadarska županija. Na jednom od vodećih turističkih sajmova u Italiji, Hrvatska je zemlja-partner što je značajno povećalo vidljivost nastupa, a pored Turističke zajednice Zadarske županije, svoju je ponudu također predstavilo i 10 ostalih partnera iz cijele Hrvatske – regionalnih destinacija, hotelijera, agencija, kao i nacionalni brodar, Jadrolinija. Na sajmu se predstavilo 440 izlagača iz 26 zemalja i 12 talijanskih regija uz nazočnost 220 medija. Za vrijeme sajma održana je svečana večera a partner večere bila je TZ Zadarske županije, zajedno s TZ grada Paga i TZ općine Kolan. Tema večeri bila je „Hrvatski turizam: od autentične turističke priče do premium ponude“ u koju se Zadarska županija uklopila predstavivši se vrhunskim eno-gastronomskim proizvodima – ribom, paškim sirom, te vinima. Naime, Zadarska županija zajedno s otokom Pagom obilježili su aperitivo dio večere. Chef Saša Began pripremio je delicije u obliku zalogaja na bazi ribe, paške skute, šafrana i drugih naših namirnica, a ponuđen je i izbor raznih sireva s otoka Paga i to Paške sirane, Gligore i MIH-a, kao i ninski šokol. Uz zalogaje, gosti su uživali u koktelima na bazi zadarskog Maraschina, te „limoncella“ kojeg rade koludrice te Degarra pjenušac. Uz večeru posluženi su Pošip Kraljevskih vinograda, te Maraština Vinarije Bora.



12. Beč "Ferienmesse", 14.-17.03.

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 kao zemlje partnera pratio je bogat i zanimljiv program, a sajam je u četiri dana održavanja posjetilo 36.624 posjetitelja. Na sajmu se predstavilo 450 izlagača iz 36 zemalja svijeta. Sa TZŽ kao partneri na ovom sajmu nastupili su turistički subjekti iz Zadarske županije i to Turisthotel d.d. i Ilirija d.d.

13. Berlin ITB, 05.-07.03.

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 Turisthotel d.d., Ilirija d.d., Hotel Pinija i ZL Zadar, te turističke zajednice gradova Zadra, Biograda, Nina, Paga kao i TZO Preko i 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. Dodatno zanimanje pobudila je prezentacija kulturne tradicije naše županije, a zahvaljujući atraktivnoj paškoj nošnji s jedinstvenom čipkom.

Na sajmu se predstavilo 5.500 izlagača iz 170 zemalja svijeta a sajam je obišlo 100.000 posjetitelja.



14. Paris, MAP, 14.-17.03.

Sajam Salon Mondial du tourisme je najveći sajam za široku publiku u Francuskoj na kojemu se predstavlja 500 turističkih destinacija iz Europe i svijeta, a posjetilo ga je više od 66.000 posjetitelja. Posljednjih godina ovaj sajam je udružen sa sajmom Destination Nature koji je posvećen aktivnom turizmu. TZŽ se predstavila na štandu HTZ-a zajedno sa ostalim TZŽ Dalmacije i Like. Budući da je Zadar povezan niskobudžetnim letovima sa Paris-om, Marseill-om i Bordeaux-om, vladalo je veliko zanimanje za našu destinaciju.

15. Bologna, "Fiera del Cicloturismo", 05.-07.04.

U prezentacijskom centru Dumbo, u Bologni, održan je specijaliziran sajam Fiera del Cicloturismo koji je posvećen biciklizmu. Nastupilo je 90 izlagača iz raznih zemalja na 60 štandova. TZŽ talijanskim se posjetiteljima predstavila na štandu veličine 18 m2 zajedno sa ostalim TZŽ Dalmacije i Like. U dva dana održavanja sajma zabilježeno je 19.000 posjetitelja a one koji su posjetili štand TZŽ najviše su zanimali mogućnosti za biciklizam, od ruta i staza do biciklističkih karata ali i ostale informacije od općih, onih o smještaju i prometnoj povezanosti do onih o zaštićenim dijelovima prirode, kulturnoj baštini a svakako i o eno-gastro potencijalima destinacije.

16. Bolzano, "Freizeit-Tempo libero", 25.-28.04.

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 bili Sport, Food i Young. Sajam je odradila TZP Zadarski arhipelag u suradnji sa TZŽ. Štand je sadržavao vizuale otoka Ugljana te komunikacijske oznake TZP Zadarskog arhipelaga i TZŽ. Izložene su brošure otoka Ugljana, Pašmana, Dugog otoka i TZ Zadarske županije koje su se podijelile gostima. Sajam se održao na površini od čak 500 m2, predstavilo se 125 izlagača, a sajam je razgledalo 43.000 posjetitelja.

17. Frankfurt, "IMEX", 14.-16.05.

Turistička zajednica Zadarske županije je po prvi puta nastupila na sajmu IMEX Frankfurt, jednom od najznačajnijih poslovnih sajmova Europe. Ovogodišnje izdanje sajma privuklo je preko 2.900 ponuđača iz cijeloga svijeta koji su se povezali s više od 3.800 globalnih kupaca. U okviru hrvatskog štanda svoju ponudu predstavljalo je 28 suizlagača, odnosno hrvatskih turističkih subjekata, a Turistička Zajednica Zadarske županije je svoj štand dijelila zajedno sa DMC Ilirija Biograd. Najveći broj upita se odnosio na organizaciju incentive putovanja te i poslovnih sastanaka do cca 100 sudionika, a osim samih kapaciteta, interes je iskazan i za aktivnosti koje bi sudionici mogli imati u slobodno vrijeme, odnosno za jedinstvene doživljaje koje pruža destinacija.



18. Duesseldorf, "Caravan Salon", 30.08.-08.09.

Sajam Caravan Salon najveći je specijalizirani sajam kampinga i kamping industrije u Europi kojeg je posjetilo 250.000 zaljubljenika u kampiranje. Na sajmu se predstavljalo 778 izlagača iz 37 zemalja svijeta u 16 hala i na površini od 250.000 m². Veliki broj posjetitelja pristigao je vlastitim kamper-vozilima te je na sajamskom kamp odmoru registrirano 28.000 subjekata. Uz TZ Zadarske županije, na zajedničkom štandu svoju kamping ponudu predstavila je i TZ Šibensko-kninske županije, TZ Splitsko-dalmatinske županije, TZ Ličko-senjske županije te TZ Kvarnera. Štand je imao odličnu frekventnu lokaciju u prizemlju hale. 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.

19. Parma, "Il Salone del Camper", 14.08.-22.09.

Najveći međunarodni sajam kampinga u Italiji bio je odlična prilika za prezentaciju dalmatinskih regija. Uz TZ Zadarske županije na štandu su izlagale još i ostale TZŽ Dalmacije i Like te Top kamping udruga. Izlagačima je na raspolaganju bilo 5 paviljona na površini od 110 tisuća kvadratnih metara. Izlagalo je 330 izlagača iz 16 zemalja svijeta. U završnom izvješću organizator je objavio podatak da je bilo 100.000 posjetitelja što je 10% više od posto u odnosu na prethodnu godinu. Na sajmu je bilo također akreditirano 520 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.

20. London "WTM", 05.-07.11.2024.

Nastupi na sajmovima i dalje imaju veliki značaj u direktnoj promociji bez obzira na razne nove opcije promocije i komunikacije elektronskim putem. Velika prednost sajma u odnosu na suvremene medije je neposredna komunikacija na jednom mjestu, gdje se u kratkom vremenu nalaze zainteresirane strane iz različitih djelatnosti povezanih uz turizam. Sajam je mjesto testiranja i predstavljanja marketinških i komunikacijskih alata, ali i praćenje tih istih alata od konkurencije.

TZ Zadarske županije predstavila je svoju turističku ponudu na (nacionalnom) štandu HTZ-a uz još 22 suizlagača, među kojima su Šibensko-kninske, Splitsko-dalmatinske i Dubrovačko-neretvanske, gradova Zagreb i Dubrovnik te NP Plitvička jezera, Croatia Airlines, Maistra Hospitality Group, Valamar, Uniline DMC – Croatia, ID Riva Tours, Perfecta Travel, Liburnia hotels&villas, Aminess Hotels&Campsites, BAN Tours, Orvas i Adriatic DMC, Elite Travel, Bluesun Hotels&Resorts te Croatia Yachting. Sajam je bio dobro posjećen te je održano niz sastanaka s postojećim i potencijalnim partnerima. Iako održan u specifičnim i vrlo zahtjevnim vremenima, sajam je posjetilo oko 50.000 profesionalaca turističke industrije a izlagalo je 5.000 subjekta iz 180 zemalja.

Ostvareni cilj aktivnosti:

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

Realizacija: 173.796,80 € prema sljedećoj strukturi:

New York	6.270,44 €	Frankfurt	6.876,40 €
Bruxelles	5.877,36 €	Pariz	8.660,58 €
Zuerich	9.568,31 €	Barcelona	5.075,79 €
Milano	5.588,95 €	Prag	5.258,43 €
Muenchen	4.050,89 €	Utrecht (Outdoor)	4.811,78 €
Napoli	7.349,36 €	Zagreb	1.521,92 €
Bologna	4.895,50 €	Utrecht	4.314,89 €
Duesseldorf	15.322,06 €	Parma	2.349,39 €
Helsinki	6.287,63 €	Bolzano	2.044,99 €
London	9.585,92 €	London WTM	13.266,76 €
Berlin	36.117,35 €		
Beč	3.857,50 €		
Stuttgart	4.907,62 €		

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

Detaljan i precizan opis aktivnosti

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

Eno-gastro prezentacije/festivali

Nakon uspješnih prezentacija u Italiji, Austriji i Francuskoj, fokus prezentacija u 2024. je na nekim od ključnih bliskih ali i avio-dostupnim tržištima poput Slovenije, Italije i to kroz eno-gastronomsku priču zajedno s ključnim dionicima/proizvođačima.

Ideja je bila, ovisno o prilikama na tržištu i na savjet predstavništava HTZ-a, organizirati svojevrsni festival koji slavi najraznovrsniju hrvatsku regiju – Zadarsku regiju i donosi dalmatinski stil života izravno u europske metropole - dobra hrana, vrhunska vina i kokteli, izvrsne delicije očekuju goste na festivalu. Festival koji govori 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, sirana s otoka Paga, Ninske 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.

Predstavljanje eno-gastronomске ponude Zadarske županije medijima i turističkom sektoru u Ljubljani, 14. svibnja 2024.

TZZŽ je organizirala ekskluzivnu prezentaciju eno-gastro mogućnosti Zadarske županije za brojne predstavnike slovenskih medija i turističke profesionalce u prostoru međunarodnog kreativnog i društvenog centra Rog u Ljubljani.

U suradnji s **Predstavništvom Hrvatske turističke zajednice u Ljubljani** i uz podršku partnera – **TZ grada Zadra, TZ Kali i Preko, TZ Paga i Kolana te TZ Pakoštone**, Turistička zajednica Zadarske županije je ovu prezentaciju održala s ciljem predstavljanja županije kao iznimno raznolikog područja, destinacije održivog turizma, promocije dalmatinskog načina života kroz hranu kombinirajući nove trendove u gastronomiji s kulinarskom tradicijom i običajima ovoga kraja. Događanje koje govori 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. A da se zadarska regija čvrsto usidrila na putnim listama gurmana koji žele kušati najkvalitetnije domaće proizvode, dokazali su brojni domaći ponuđači koji su svoje delicije predstavili na susretu u Centru Rog.

Okosnicu eventa činile su pomno odabrane brendirane eno-gastro postaje koje su provele uzvanike na uzbudljivo putovanje puno boja, okusa i mirisa koje Zadarska regija ima za ponuditi. Događanje je započelo uz piće dobrodošlice i to koktel od likera maraške s potpisom **Vinarije Fiolić**, te koktelom inspiriranim kulturnim zadarskim pićem PT-om, kombinaciji gorkog **Maraskinog** Pelinkovca i tonika.

Zadarsku gastro scenu predstavio je **chef Saša Began** kojeg je prestižni gastronomski vodič Gault & Millau Croatia proglasio 2023. "velikim chefom sutrašnjice". Saša u svojim jelima ponosno koristi brancina i druge namirnice autentičnih i karakterističnih za zadarsku regiju – poput paškog sira i janjetine, novigradske dagnje, a vinskom kartom dominiraju vina zadarskog vinorodnog podneblja, stoga je pravi ambasador eno-gastro ponude Zadra i županije.

Saši je "ruku" dala ekipa koja vlada zadarskom *street food* scenom – **Picnic Mingle & Fun** te su skupa oduševili jelima od namirnicama po kojima su Zadar i zadarska regija poznate – vrhunska riba i janjetina. Gosti su između ostalog kušali tartar od jadranske tune i carpaccio od brancina, a jela su začinjena solju **Solane Nin** i acetom **OPG Matulić**. Ambijent zadarskih kala ispunjenih klapskom pjesmom dočarala je **klapa Feral**. Učenici zadarske gimnazije Vladimira Nazora pod stručnim mentorstvom profesorice Ive Mustać Klarić pokazali su svoje umijeće i dokazali kako klapska pjesma i dalmatinska tradicija živi i u srcima mladih.

Pag i Kolan su zajedno s Udrugom proizvođača paškog sira , predstavili asortiman raznih sireva od ovčjeg i/ili kravljeg sira sirana **Paške sirane, MIH-a i Gligore**, a kralj prezentacije je, naravno, bio „paški sir“, sir koji osvaja nagrade na svjetskim natjecanjima.

Na postaji **Zadar Archipelago** predstavili su se zadarski otoci i to ribarskom tradicijom začinenom maslinovim uljem. Tu je **Livio Perin**, vlasnik ribarsko prerađivačkog obrta „**Šiš-mar**“ u Kalima, pripremio mornarsku salatu i rižoto od sipe i kozica, ponosno predstavljajući svoju novu kuharicu. Zeleno zaleđe punom bujnih povrtnjaka i voćnjaka dočarala je **TZ Pakošane** proizvodima s obala **Vranskog jezera** i Vranskog polja. Uz zeleno bogatstvo kušale su se i suhomesnate delicije lokalnog **OPGa „Didini vrtovi/Agroturizam Plavica“**.

A kako bi se okusila i ona **tekuća esencija naše regije**, predstavljeni su naši vinari i maslinari koji su najbolji ambasadori prave male renesanse *boutique* proizvođača koji suvremenim proizvodnim procesima garantiraju izvrsnu kvalitetu. Za predstavljanja vina bio je zadužen sommelier **Ivan Stiblik**, dok je za prezentaciju vrhunskih maslinovih ulja bio zadužen **Filip Erceg**. Gosti su uživali u vinima **Kraljevskih vinograda**, te **vinarija Fiolić, Bora i Vinketa**, a kušali su ulja **2 Štorije, MasVin, Dalma Oleum i Antino**.

Kao partneri u ovoj sjajnoj prezentaciji u Ljubljani sudjelovale su tvrtke iz Zadarske županije i to **Labrax fish and wine bar, Picnic Mingle & Fun, Maraska, Paška sirana, Sirana Gligora, sirana MIH, Pelagos Net Fama, Marfish, vinarije Fiolić, Kraljevski vinogradi, Bora i Vinketa**, zatim uljari **OPG Plastić, PZ Maslina i vino, OPG Lalin, OPG Ante Vulin i obrt ŠIŠ-MAR, Marikomerc, Ninska solana i Kroštula**.



Izvešće o radu za razdoblje I - XII 2024.



Izješće o radu za razdoblje I - XII 2024.



TZZŽ partner svečane večere prvog dana sajma BMT u Napulju, 14. ožujak 2024.

U Napulju se od 14. do 16. ožujka 2024. održavao međunarodni turistički sajam Borsa Mediteranea del Turismo (BMT) na kojem je svoju ukupnu turističku ponudu predstavila i Zadarska županija.

Na jednom od vodećih turističkih sajmova u Italiji, Hrvatska je bila zemlja-partner što je značajno povećalo vidljivost nastupa, a pored TZ Zadarske županije, svoju je ponudu također predstavilo i 10 ostalih partnera iz cijele Hrvatske – regionalnih destinacija, hotelijera, agencija, kao i nacionalni brodar, Jadrolinija.





Partnerstvo i prijateljstvo između Hrvatske i Italije svečano je obilježeno u obliku svečane večere prvi dan sajma, u četvrtak 14. ožujka s početkom u 20:00 sati u poznatom restoranu s pogledom na cijeli Napulj - Le Arcate. Večeri je nazočilo preko 120 predstavnika diplomacije, gradskih uglednika, medija i poslovnih partnera, a događanje su uz domaćine, direktore i direktorice HTZ-a, TZ Zadarske županije, TZ Paga i TZ Kolana, uveličali veleposlanik RH u Italiji, Jasen Mesić, državni tajnik u Ministarstvu turizma i sporta, Josip Pavić, predstavnici uprave Jadrolinije, kao i trener košarkaškog kluba Napoli, Igor Miličić.

Partner večere bila je TZ Zadarske županije, zajedno s TZ grada Paga i TZ općine Kolan. Tema večeri bila je „Hrvatski turizam: od autentične turističke priče do premium ponude“ u koju se Zadarska županija uklopila predstavivši se vrhunskim eno-gastronomskim proizvodima – ribom, paškim sirom, te vinima. Naime, Zadarska županija zajedno s otokom Pagom obilježili su aperitivo dio večere. Chef Saša Began pripremio je delicije u obliku zalogaja na bazi ribe, paške skute, šafrana i drugih naših namirnica, a ponuđen je i izbor raznih sireva s otoka Paga i to Paške sirane, Gligore i MIH-a, kao i ninski šokol. Uz zalogaje, gosti su uživali u koktelima na bazi zadarskog Maraschina, te „limoncella“ kojeg rade koludrice te Degarra pjenušac. Uz večeru posluženi su Pošip Kraljevskih vinograda, te Maraština Vinarije Bora. Doživljaj je dodatno ojačala prisutnost Paškinja u atraktivnim nošnjama, proizvodi vrijednih ruku koludrica iz samostana sv. Margarite u Pagu - paški baškotini, rafajoli, pandešpanji, kao i dalmatinske melodije u izvedbi klappe Sol.

Poslovna radionica u Oslu, 20. veljače 2024.

Županijska komora Zadar u suradnji s Turističkom zajednicom Zadarske županije, Turističkom zajednicom grada Zadra i Predstavništvom HTZ-a u Skandinaviji organizirala je u utorak **20. veljače 2024.** u Oslu u Norveškoj poslovne susrete zadarskih turističkih tvrtki s norveškim partnerima. Događaj se organizirao povodom uspostave zračne linije Norwegiana na relaciji Zadar - Oslo i Zadar - Kopenhagen od lipnja 2024. godine, a s ciljem pronalaska poslovnih partnera zadarskim turističkim tvrtkama i predstavljanja turističke ponude zadarske regije na norveškom tržištu.

Predstavnici osam zadarskih turističkih tvrtki sudjelovali su na B2B sastancima s dvadesetak norveških turoperatora. Nakon poslovnih razgovora uslijedila je prezentacija turističke ponude Zadarske županije, prezentacija aviokompanije Norwegian te networking druženje. Na događaju su sudjelovali i predstavnici norveških medija. Organizacija ovog događaja inicijativa je članica Strukovne skupine turističkih agencija Županijske komore Zadar te je od 2017. godine do danas ovakvo predstavljanje uspješno održano na talijanskom, belgijskom, švedskom i danskom tržištu.



MEETEX

Šesto izdanje MEETEX-a održalo se od 12. do 14. ožujka u Hilton Zagreb Conference & Event centru. Na skupu su sudjelovali domaći i strani stručnjaci, industrijski profesionalci, a na samom otvorenju sudionicima se prigodno obratio i Rob Davidson, jedan od najutjecajnijih eksperata u globalnoj MICE industriji, tj. industriji poslovnih događanja. MEETEX tj. Meeting Experience Summit spada među deset najuspješnijih događanja ove vrste u Europi.

Na ovogodišnjem MEETEX-u sudjelovalo je gotovo 200 sudionika, s jedne strane više od 50 pažljivo selektiranih hosted buyera, gostujućih kupaca i predstavnika stranih agencija, a s druge isključivo predstavnici hrvatskih agencija hotelskih kuća i turističkih zajednica, koje se bave i kongresnim turizmom. Zanimljivo je istaknuti da su buyeri došli iz cijeloga svijeta: Kanade, SAD-a, Azije, Izraela, Kine, Indije i naravno Europe.

TZ Zadarske županije sudjelovala je zajedno sa TZ grada Zadra i ovo je bio prvi nastup na MEETEX-u. U 2 dana odraženo je više od 25 sastanaka, a osim unaprijed dogovorenih brojnih sastanaka 1 na 1 u trajanju od 15 minuta, bilo je i puno prilika za network druženja. Tu posebice trebamo istaknuti prezentaciju vina Zadarske regije koja se održala prvoga dana MEETEX-a u popodnevnim satima. Sudionicima su poslužena vina lokalnih zadarskih vinarija: Degarra, Bora, Fiolić, MasVin.

Svojim centralnim položajem na Jadranskoj obali, bogatom kulturno-povijesnom baštinom, raznolikom i sačuvanom prirodom, kongresnim i hotelskim kapacitetima (a posebice onima u izgradnji) Zadarske regija predstavlja veliki potencijal za ovaj segment turističke ponude.

Ujedno je najavljen i prvi MEETEX-a OnTour tj. odvođenje kreme hrvatske industrije poslovnog turizma van Hrvatske - za prvi put u Toronto, u listopadu ove godine - na direktne sastanke s kanadskim buyerima (kojih već sad, 6 mjeseci prije događanja, ima gotovo 50 prijavljenih).

Sudjelovanjem na ovakvim specijaliziranim radionicama TZ Zadarske županije je otvorila vrata doista ogromnog tržišta koje želi doći u Hrvatsku-u Zadarsku regiju i ovdje realizirati svoje MICE evente.



Prezentacija i workshop u Ljubljani, 27. ožujka 2024.

Na poziv predstavništva Hrvatske turističke zajednice u Sloveniji TZ Zadarske županije je sudjelovala na B2B radionici koja se održala u Ljubljani 27. ožujka 2024. godine u hotelu Mons. Osim TZ Zadarske županije sudjelovale su i TZ Međimurske županije, Bjelovarsko-bilogorske županije, Zagrebačke županije, Karlovačke županije, Gorskog Kotara, Istre i Šibensko-kninske županije. Radionica se sastojala od dva dijela: u prvom dijelu radionice svaka se županijska TZ predstavila kroz 15 minutnu prezentaciju kojoj je fokus bio na prirodnim bogatstvima, posjetiteljskim centrima, kulturno-povijesnim spomenicima, eno-gastro ponudi, aktivnom odmoru kao i smještajnim kapacitetima. Za Istarsku, Zadarsku i Šibensko-kninsku županiju dodatno se prezentirala premium ponuda destinacije. U drugom dijelu radionice održani su kratki sastanci sa predstavnicima slovenskih agencija i to: Kompas d.o.o., KNA travel, A & B turizam, Ojla d.o.o., ETC Adriatic Roundabout Experiences, Gate 1 Travel, Palma d.o.o.

Izaslanstvo Zadarske županije na 25. obljetnici osnutka Podkarpatskog vojvodstva, 27. svibnja 2024.

Župan Božidar Longin predvodio je izaslanstvo Zadarske županije koje je 27. svibnja na poziv maršala Wladysława Ortyla sudjelovalo na svečanoj sjednici Skupštine u Rzeszowu povodom 25. obljetnice osnutka Podkarpatskog vojvodstva, prijateljske regije iz Poljske.

Središnji dio proslave bila je svečana sjednica Skupštine Podkarpatskog vojvodstva u Muzeju dvorca u Łańcutu kojoj su uz brojne uzvanike nazočili i predstavnici partnerskih regija, Prešovske regije iz Slovačke i Zadarske županije.

Uz boravak na svečanoj sjednici, izaslanstvo Zadarske županije u kojem su, uz ostale, bili Josip Klišmanić, direktor Zračne luke Zadar i Mihaela Kadija, direktorica TZ Zadarske županije tijekom svog boravka održalo je više radnih sastanaka. Na primanju kod maršala Władysława Ortyla razgovori su se odnosili na proširenje gospodarske suradnje dviju regija, posebice u području turizma. Župan Božidar Longin predstavio je planove za proširenje zračne luke u Zadru i mogućnosti suradnje sa zračnom lukom u Jasionki kod Rzeszowa.

U Jasionki, u podkarpatskom znanstveno-tehnološkom parku na radnim sastancima na temu gospodarske suradnje predstavnici Zadarske županije susreli su se s članicom regionalnog upravnog odbora, Małgorzatą Jarosińską-Jedynak. Razgovaralo se o detaljima suradnje u području turizma, poljoprivrede te ostalim sektorima od zajedničkog interesa.

Prezentacija Zadarske regije u Neuruppinu, 15.-16.06.2024.

Povodom Europskog nogometnog prvenstva u Njemačkoj, Hrvatska turistička zajednica je u Neuruppinu, bazi hrvatske nogometne reprezentacije, organizirala dva promotivna događanja kako bi građanima Neuruppina i regije Brandenburg približila Hrvatsku kao kvalitetnu, atraktivnu i poželjnu turističku destinaciju raznovrsne ponude u sklopu koje svatko može pronaći sadržaj za sebe. S tim je ciljem u prostorijama gradske galerije otvorena izložba fotografija „Doživi Hrvatsku“. Događanju su prisustvovali Gordan Jandroković, predsjednik Hrvatskog sabora, Tonči Glavina, ministar turizma i sporta, Nico Ruhle, gradonačelnik Neuruppina, Nj.E. Gordan Bakota, veleposlanik Republike Hrvatske u Njemačkoj, Kristijan Staničić, direktor Hrvatske turističke zajednice, Romeo Draghicchio, direktor Predstavništva HTZ-a u Njemačkoj te brojni drugi uzvanici. Također, HTZ je na glavnom gradskom trgu, uz sve obalne županije, organizirala mali hrvatski sajam gdje su svi posjetitelji imali priliku upoznati s bogatom kulturnom baštinom i raznovrsnom eno-gastronomijom, a pripremljen je i raznolik zabavno glazbeni program uz šibensku klapu Sebenico. TZ Županije predstavila se prospektima destinacije, brendiranim suvenirima (paška sol, kemijske olovke, vezice za mobitel i sl.) te degustacijom paškog sira.



Na realizaciju projekta 3.5. „SAJMOVI, POSEBNE PREZENTACIJE I POSLOVNE RADIONICE“ utrošeno je ukupno 225.166,02 € prema sljedećoj strukturi:

• Troškovi prezentacija i sajмова-inozemstvo	134.997,19 €
• Troškovi prezentacija i sajмова-tuzemstvo	1.250,00 €
• Dnevnice, smještaj, putni izdaci, javni prijevoz, uporaba priv. automobila, najam prijevoznih sredstava za osobni prijevoz	48.320,38 €
• Naknade vanjskim suradnicima po ugov. o djelu i aut. hon., naknade troš.zdrav. osig. po ugov.o djelu te ostale naknade troškova	21.932,40 €
• Prijevoz i špedicija	4.681,64 €
• Najam prijevoznih sredstava, materijal za promidžbu, nafta i naftni derivati, reprezentacija (ugost. usluge i ostale usluge), kotizacije	13.816,84 €
• Negat.teč.razlike	167,57 €

3.6. SURADNJA S ORGANIZATORIMA PUTOVANJA

AKTIVNOSTI	Plan za 2024.	Rebalans 2024.	Realizacija 2024.	Udio % u realizaciji	Indeks realizacija / rebalans
Suradnja s organizatorima putovanja	25.000,00 €	35.000,00 €	28.027,08 €	1%	80

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Turistička zajednica Zadarske županije je u 2024. godini nastavila s redovnim aktivnostima ugošćavanja i pružanja pomoći organizatorima putovanja čiji predstavnici posjećuju Zadarsku županiju. U navedenom razdoblju ugošćeno je 86 agenata iz brojnih zemalja.

Tako je Turistička zajednica Zadarske županije podržala FAM putovanje putničke grupacije **VOSAIO** pa je za 30 agenata organizirala razgled grada Zadra i večeru dana **4. ožujka 2024.** Putovanju su nazočili prodajni agenti iz Indije, Kine, Vijetnama, Indonezije, Tajvana, Tajlanda, Malezije, Hong Konga, Litve, Slovenije, Italije, Srbije, Ujedinjenog Kraljevstva, Brazila, Hrvatske, Poljske i Španjolske.

U okviru tri prestižna B2B eventa poznata kao **Loop MICE**, **Loop Leisure** i **Loop CEE**, Turistička zajednica Zadarske županije je podržala FAM trip organiziran za 4 agenta iz Njemačke, a u suradnji s hotelom Bastion. Agentima je upriličen razgled grada Zadra u pratnji stručnog vodiča dana **9. travnja**.

Za 9 agenata iz SAD-a koji su od 19. do 20. travnja boravili u Zadru u organizaciji agencije Shuttle, Turistička zajednica Zadarske županije je organizirala razgled u pratnji stručnog vodiča i upriličila večeru.

TZ Zadarske županije je podržala i **agente iz Francuske** koji su u Zadarskoj županiji boravili na inspekcijskom putovanju, a s ciljem održavanja sportsko-humanitarne manifestacije **Dalmatia Trophy** u Zadarskoj županiji. Agenti su obišli niz lokacija u Zadarskoj županiji u razdoblju od **27. do 28. svibnja 2024.**

Neposredno nakon održavanja Break The Ice Foruma, u suradnji s hotelskim poduzećem Ilirija d.d. uslijedio je **FAM trip za 20 agenata** koji su produžili boravak u Zadarskoj županiji te tom prigodom noćili u hotelu Ilirija u Biogradu, a obišli su Zadar, Ražnjevića dvore, PP Vransko jezero i Maškovića Han. Agenti su u Zadarskoj županiji boravili **15.-16. lipnja 2024.**

TZ Zadarske županije je u srpnju podržala FAM trip za **11 MICE agenata iz Njemačke**, a u organizaciji hotelskog poduzeća Falkensteiner. Turistička zajednica Zadarske županije je za agente organizirala dana **6. srpnja 2024.** posjet NP Paklenici i jeep safari na Velebitu, a također im je osigurala transfer na od hotela do Starigrada i natrag.

U suradnji s agencijom Katarina Line TZ Zadarske županije je **24. kolovoza 2024.** organizirala ručak za **7 turističkih agenata** iz Kanade, SAD-a i Velike Britanije, a koji su u okviru studijskog putovanja boravili u Zadru.

U okviru FAM studijskog putovanja kojeg je organizirala agencija Real Croatia **7 agenata iz Južne Amerike** boravili su u Zadru, i tom ih je prigodom TZ Zadarske županije podržala sufinanciranjem ručka dana **17. listopada 2025.** Na putovanju su nazočili agenti iz Argentine, Kolumbije, Meksika, Dominikanske republike i Brazila, a obišli su grad Zadar.

TZ Zadarske županije je u suradnji s touroperatorom Via Croatia i lokalnim turističkim zajednicama ugostila **7 američkih agenata/buyera** koji su u okviru Travel Leaders Networka posjetili Hrvatsku. Kako bi upoznali mogućnosti Zadarske regije Turistička zajednica Zadarske županije im je u razdoblju **18.-21. listopada** omogućila smještaj u naselju Punta Skala, obroke u nekoliko boljih restorana, razgled grada Zadra te obilazak otoka brodom.

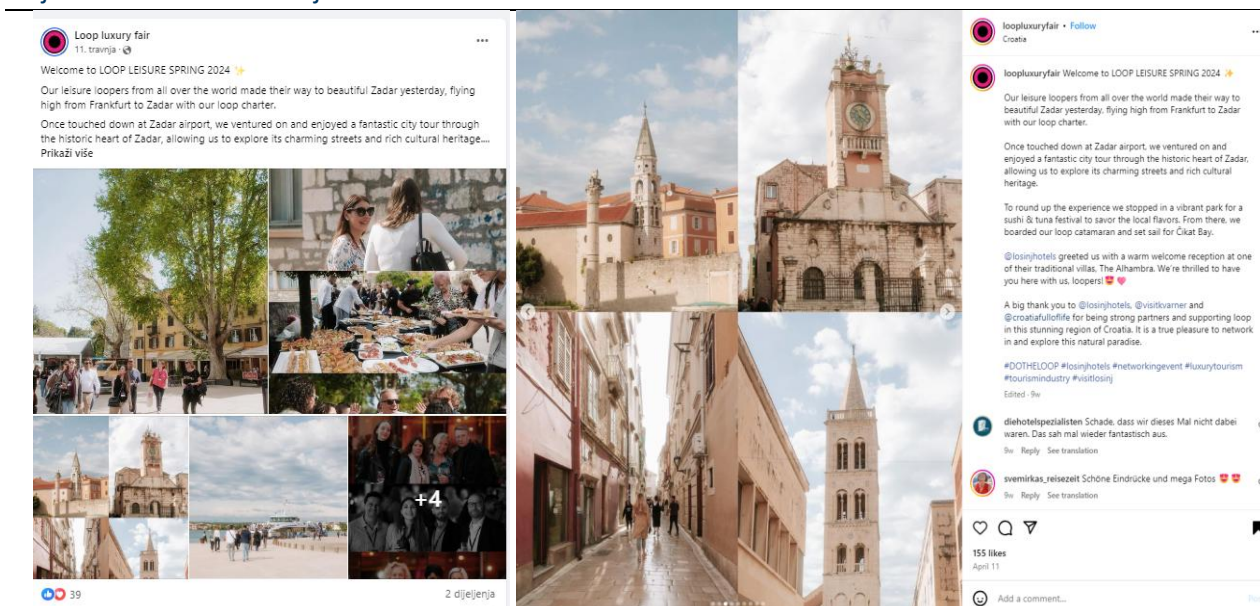
Turistička zajednica Zadarske županije je tijekom 2024. godine surađivala s domaćim i stranim organizatorima putovanja i na način da je temeljem upita dostavljala potrebne fotografije, video materijal, tekstove, informacije, kontakte i sl. Dodatno je Turistička zajednica Zadarske županije podržala dva velika okupljanja agenata odnosno poslovna događanja.

Sudionici prestižnog poslovnog događanja LOOP posjetili Zadar, 7., 10. i 14. travnja 2024.

Loop luxury fair platforma je u mjesecu travnju u Hrvatskoj organizirala tri prestižna B2B eventa poznata kao **Loop MICE (7.-10.4.), Loop Leisure (10.-14.4.) i Loop CEE (14.-18.4.),** a koja su pružila priliku za poslovno povezivanje i otkrivanje najboljih luksuznih putovanja i turističkih destinacija. Ovo je ujedno bilo i najveće događanje takve vrste ikad održano u Hrvatskoj, a okupilo je tristotinjak vrhunskih putničkih agenata i tuoperaatora s njemačkog govornog područja (DACH) zajedno s 300 istaknutih pružatelja turističkih usluga iz cijelog svijeta.

Kao destinacija odličnih usluga i infrastrukture, Zadarska regija uključila se u ovaj prestižni poslovni događaj koji se održao na Lošinju, kao početna i završna točka. Iako je organizator razmatrao druge destinacije, TZŽ je predstavila infrastrukturu Zadra i županije, te je Loop, potaknut odličnim odnosima među dionicima i njihovom visoko-kvalitetnom uslugom, donio odluku da to budu zadarska zračna luka i zadarska putnička luka za isplavljanje katamarana, odnosno katamarani tvrtke TP Line, a turističke su zajednice osigurale da to bude upravo s jedne od najljepših lokacija, sa Pozdrava Suncu kako bi dojam destinacije imao i poseban efekt.

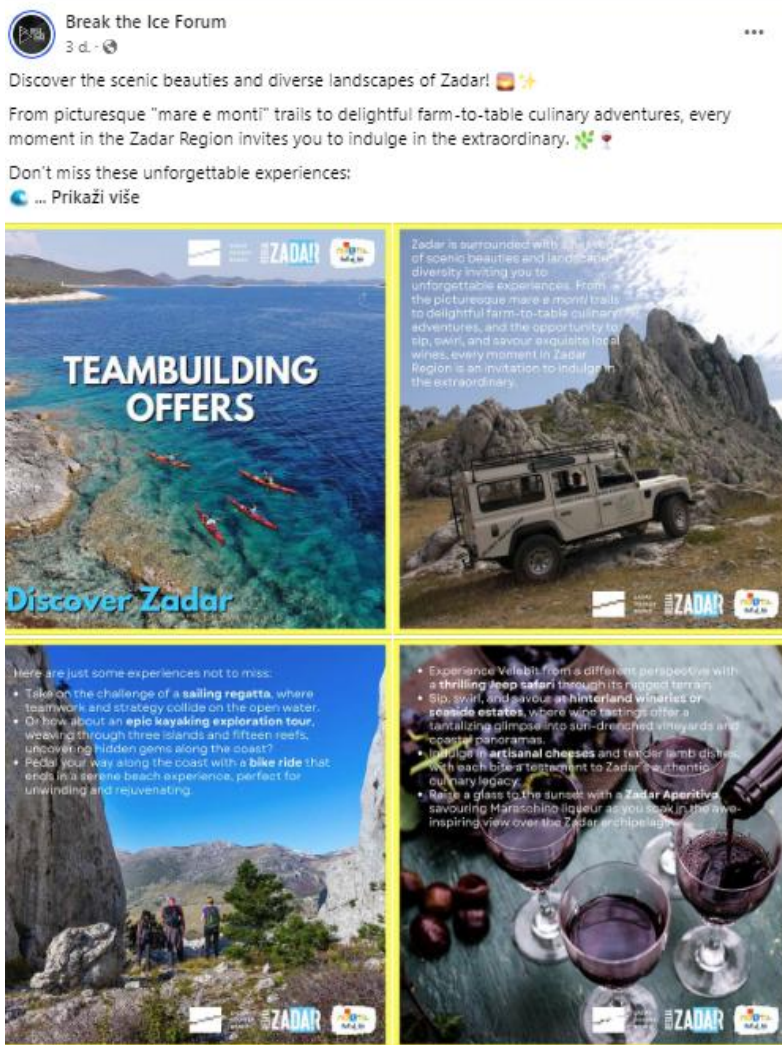
Izvišće o radu za razdoblje I - XII 2024.



U razdoblju između dolaska i nastavka putovanja za Lošinj, sudionicima su TZ Zadarske županije i TZ grada Zadra zajednički organizirali transfere, razgled grada u pratnji stručnog vodiča i prigodnu zakusku autohtonih jela i pića, ali i promidžbene video materijale tijekom vožnje katamaranom. Njihovo je proputovanje u našoj regiji bila sjajna i jedinstvena prigoda za predstavljanje Zadra i regije brojnim turističkim profesionalcima, a također je otvorilo i mogućnost buduće suradnje. To je poslovno događanje pokrilo naša glavna emitivna tržišta, ali i segment kongresnog (MICE) turizma u kojem Zadarska županija ima veliki potencijal, a što je posebno važno jer se provode i druge aktivnosti upravo na intenzivnom pozicioniranju u tom segmentu.

Forum „BREAK THE ICE“, 13.-15. lipnja 2024.

U razdoblju **13.-15. lipnja u Falkensteiner Resortu Punta Skala**, održao se **MICE b2b forum BREAK THE ICE**. Riječ je o jednom od najznačajnijih europskih organizatora MICE radionica, a kako je Falkensteiner uspio dogovoriti domaćinstvo u Zadru, turističke su zajednice iskoristile navedenu priliku da se na najbolji mogući način prezentira Zadar i regija kao destinacija za poslovne skupove. Na forumu su sudjelovali kupci visoke kvalitete, provjereni od strane profesionalaca u industriji, i to 60% britanskih i 40% europskih.



Turističkim je zajednicama omogućeno predstavljanje na radionicama pa su tako Hrvatska turistička zajednica te TZ Zadarske županije i TZ grada Zadra turističku ponudu i mogućnosti za MICE turizam predstavile zainteresiranim agentima, sudionicima foruma dana 14. lipnja.

TZ Zadarske županije se zajedno s TZ grada Zadra i Hrvatskom turističkom zajednicom uključila u program prihvata, a također i organizaciju FAM tripa za 20 agenata koji je uslijedio nakon održavanja foruma. Za sudionike su tako 14. lipnja organizirana 3 izleta, kao aktivnosti team buildinga prilikom kojih su sudionici sudjelovali u raznim aktivnostima u gradu Ninu i Solani, Parku prirode Vransko jezero i u Polači, na imanju poljoprivredne-zadruga Maslina i vino.

Turističke su zajednice preuzele također zajedničku obavezu organizacije dolaznih i odlaznih transfera, kao i prijevoza unutar destinacije. Pred toga, za 110 sudionika upriličena je gala večera s pratećim zabavnim programom, a organiziran im je i dolazak u grad brodom.



Troškovi suradnje s organizatorima putovanja će u 2024. godini biti veći od planiranih zbog organizacije značajnih poslovnih događanja u Zadarskoj županiji.

Na realizaciju projekta 3.6. „SURADNJA S ORGANIZATORIMA PUTOVANJA“ utrošeno je ukupno 28.027,08 € prema sljedećoj računovodstvenoj strukturi:

- | | |
|--|-------------|
| • Dnevnice, smještaj, putni izdaci, javni prijevoz, uporaba priv. automobila, najam prijevoznih sredstava za osobni prijevoz | 1.599,87 € |
| • Prijevoz i špedicija | 4.720,00 € |
| • Troškovi novinara/agenata u tuzemstvu | 20.183,83 € |
| • Troškovi prezentacija i sajmovi - tuzemstvo | 654,90 € |
| • Usluge vodiča | 480,00 € |
| • Materijal za promidžbu, reprezentacija | 388,48 € |

3.7. KREIRANJE PROMOTIVNOG MATERIJALA

AKTIVNOSTI	Plan za 2024.	Rebalans 2024.	Realizacija 2024.	Udio % u realizaciji	Indeks realizacija / rebalans
Kreiranje promotivnog materijala	56.500,00 €	119.270,00 €	121.347,83 €	5%	102
Produkcija promotivnih materijala	20.000,00 €	21.270,00 €	10.618,60 €	0%	50
Priprema destinacijskih marketinških materijala	30.000,00 €	88.000,00 €	100.175,50 €	4%	114
Izrada suvenira i ostalog promidžbenog materijala	6.500,00 €	10.000,00 €	10.553,73 €	0%	106

3.7.1. Produkcija promotivnih materijala

Produkcija alata za oglašavanje

Odnosi se na produkciju raznih sadržaja za razne kanale TZŽŽ, od onih za potrebe raznih kampanja i partnerstva poput oglasa, *bannera* 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.

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

Izvešće o radu za razdoblje I - XII 2024.

Zbog potrebe provođenja digitalne kampanje sa promotivnom agencijom S.T.A.R. Digital izvršen je dizajn i grafička priprema web banneri Say Yes i to u osam jezičnih varijanti. Grafička priprema i dizajn web banneri izvršen je također za kampanju Gault&Millau, Delo, Jutarnji list, Bild, Ryanair, Eurowings i Luxair. Izrada navedenih banneri povjerena je studiju Hoba iz Zadra. Tvrtka BBDO izradila je TV spot te telop za promotivne svrhe.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Kreiranje kvalitetnih materijala za promidžbu turističke ponude Zadarske županije.

Realizacija:	10.618,60 €
Grafičke usluge	4.901,25 €
Video produkcija (za Silvia Kocht)	5.717,35 €

3.7.2. Priprema destinacijskih marketinških materijala

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Zbog izrazitog značaja aktivnog turizma za zadarsku regiju, izvršena je aktualizacija brošure "Active Vacation" gdje su opisane sve aktivnosti vezano za outdoor turizam. Izvršen je reprint u nakladi 1.000 komada. Tisak je realizirala tiskara Kerschoffset.

Također, zbog velike potražnje izvršen je dotisak brošura za 2025.g.

Nova Nature & Outdoor brošura

Radi promjena trendova i navika potrošača, TZZZ je izradila nove brošure aktivnog turizma, no sada pod nazivom i sadržaja „Nature & Outdoor“ želeći time istaknuti upravo zaštićena područja u Zadarskoj županiji, Nacionalni park i tri Parka prirode, te sve mogućnosti za aktivni odmor koji nude, ali, naravno, i šire od samih parkova. Nakon izrade koncepta sadržaja, tekstova, te potom i koncepta dizajna brošure, brošura je finalizirana i tiskana na osam jezičnih varijanti. Tekstove na hrvatskom jeziku napisali su Unique Media d.o.o., poznati po svojem uspješnom outdoor blogu "Hiking Croatia".

Brošure MEET IN ZADAR REGION i digitalna brošura INCENTIVE IDEAS

U okviru aktivnosti jačanja i promocije poslovnog turizma u 2024. godini TZ Zadarske županije izradila je brošuru naziva **MEET IN ZADAR REGION** namijenjenu potencijalnim organizatorima poslovnih događanja. Kako je već prošle godine započeo snažan oporavak segmenta tzv. MICE turizma odnosno kongresnog turizma, TZ Zadarske županije je u 2024. godini provela niz aktivnosti s ciljem promocije Zadarske županije kao kongresne destinacije.

Tako je između ostalog, TZ Zadarske županije tijekom godine odradila analizu postojeće i potencijalne ponude, provela edukacije s dionicima o specifičnostima tržišta i trendovima, sudjelovala na najvećoj svjetskoj kongresnoj burzi IMEX, a na proljeće se uključila u organizaciju dvaju značajnih okupljanja predstavnika kongresnog i poslovnog turizma – LOOP-a i Break The Ice Forum-a. Uslijedila je izrada brošure koja kao značajan alat u promidžbi objedinjuje cjelokupnu ponudu Zadarske županije za potrebe organizacije poslovnih događanja. Iz brošure MEET IN ZADAR REGION, koja je izrađena na engleskom jeziku, tako se prvenstveno mogu doznati podaci o različitim smještajnim jedinicama te kapacitetima kongresnih dvorana, ali i o prednostima Zadarske županije kao turističke destinacije. Brošura nudi brojne zanimljive informacije o regiji, infrastrukturi,

Izvješće o radu za razdoblje I - XII 2024.

atrakcijama, prirodi, kulturi i naslijeđu, te navodi i ostale razloge koje regiju čine atraktivnim odredištem upravo za poslovne skupove. Također, informativna brošura MEET IN ZADAR REGION ističe prijedloge za provođenje kvalitetnog vremena diljem područja, upoznaje s lokalnim gastronomskim biserima, i navodi ostale posebnosti županije. Brošura koja predstavlja Zadarsku županiju kao iznimno privlačnu destinaciju posebno pogodnu za razna poslovna okupljanja dostupna je na mrežnim stranicama TZ Zadarske županije na [poveznici](#) i u tiskanom obliku.

Zadar Region - Incentive Ideas digitalna brošura naglasak stavlja na dodatne programe i izlete koje posjetiteljima nudi naša Zadarska županija. Tako se u njoj ističu ljepote naših destinacija, njihova kulturna baština, prirodne ljepote bilo da je riječ o arhipelagu, Velebitu, Ravnim kotarima ili rijeci Zrmanji, također se navode mogućnosti za aktivnostima u prirodi, a isto tako i eno gastronomske posebnosti regije. Digitalna brošura dostupna je za pregled i preuzimanje na mrežnim stranicama TZ Zadarske županije na sljedećoj [poveznici](#).



Ostvareni cilj aktivnosti:

Obogaćivanje turističkih informativno-promidžbenih materijala Zadarske županije.

Realizacija:

Grafičke usluge-priprema

Tisak brošura/naljepnica za sajmove

100.175,50

35.513,83 €

64.661,67 €

3.7.3. Izrada suvenira i ostalog promidžbenog materijala

Zbog velikog interesa gostiju za malim brendiranim suvenirima, izvršena je nabava vrećica soli Solane Nin, Solane Pag te bočice Maraschina. Također je za potrebe gastro-eventa u Ljubljani nabavljen jedan Roll-up te su izrađene brendirane pregače.

Za potrebe anketiranja izrađeni su magneti za hladnjak sa motivom Zadra, koji su se dijelili gostima nakon što bi ispunili anketu.

Za sajmove i prezentacije u 2025.g. nabavljene su vrećice soli, brendirani sapuni od lavande te kemijske olovke, notesi i stikovi.



Realizacija:	10.553,73 €
Grafičke usluge-tisak	333,50 €
Materijal za promidžbu	10.004,63 €
Reprezentacija-ostale usluge i stvari	215,60 €

Na realizaciju projekta 3.7. „KREIRANJE PROMOTIVNOG MATERIJALA“ utrošeno je ukupno 121.347,83 prema sljedećoj strukturi:

• Grafičke usluge priprema	40.415,08 €
• Grafičke usluge tisak i uvezivanje	70.289,92 €
• Materijal za promidžbu	4.709,88 €
• Usluge fotografa/video produkcije	5.717,35 €
• Reprezentacija-ostale usluge i stvari	215,60 €

3.8. INTERNETSKJE STRANICE

AKTIVNOSTI	Plan za 2024.	Rebalans 2024.	Realizacija 2024.	Udio % u realizaciji	Indeks realizacija / rebalans
Internetske stranice	22.000,00 €	37.000,00 €	17.712,21 €	1%	48
Upravljanje određ.sadržajem na internetskim stranicama	10.000,00 €	25.000,00 €	6.256,25 €	0,5%	25
Razvoj i održavanje internetskih stranica	12.000,00 €	12.000,00 €	11.455,96 €	0,5%	95

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.

3.8.2. RAZVOJ I ODRŽAVANJE INTERNETSKIH STRANICA

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.

Na realizaciju projekta 3.8. „INTERNETSKJE STRANICE“ utrošeno je ukupno 17.712,21 € prema sljedećoj strukturi:

- Računalne usluge** **17.712,21 €**

3.9. KREIRANJE I UPRAVLJANJE BAZAMA TURISTIČKIH PODATAKA

AKTIVNOSTI	Plan za 2024.	Rebalans 2024.	Realizacija 2024.	Udio % u realizaciji	Indeks realizacija / rebalans
Kreiranje i upravlj. bazama tur.podat.	3.000,00 €	3.000,00 €	1.210,67 €	0%	40
Vođenje detaljne turističke baze podataka o ponudi i potražnji	- €	- €	- €	0%	0
Otkup sadržaja, fotografija i ostalih podataka	3.000,00 €	3.000,00 €	1.210,67 €	0%	40

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. Navedeni podaci posebno se koriste za daljnje koncipiranje razvoja proizvoda, odnosno razvoja premium proizvoda u svrhu povećanja potrošnje. Također se isti podaci šalju u HTZ prema zahtjevu.

3.9.2. Otkup sadržaja, fotografija i ostalih podataka

Otkupljuju se fotografije prema potrebi, prilikom izrade novih brošura, poput Gračaca, ili nove MICE brošure o poslovnom turizmu, te za potrebe online promocije.

Na realizaciju projekta 3.9. „KREIRANJE I UPRAVLJANJE BAZAMA TURISTIČKIH PODATAKA“ utrošeno je ukupno 1.210,67 € prema sljedećoj strukturi:

• Naknade vanjskim suradnicima	589,09 €
• Kratkotrajna upotreba prava	481,58 €
• Usluge fotografa te audio/video produkcije	140,00 €

3.10. TURISTIČKO-INFORMATIVNE AKTIVNOSTI

AKTIVNOSTI	Plan za 2024.	Rebalans 2024.	Realizacija 2024.	Udio % u realizaciji	Indeks realizacija / rebalans
Turističko-informativne aktivnosti	- €	- €	- €	0%	0

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

	AKTIVNOSTI	Plan za 2024.	Rebalans 2024.	Realizacija 2024.	Udio % u realizaciji	Indeks realizacija / rebalans
4.	DESTINACIJSKI MENADŽMENT	107.000,00 €	104.750,00 €	102.233,78 €	4%	98
4.1.	Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor	- €	- €	- €	0%	0
4.2.	Stručni skupovi i edukacije	30.000,00 €	25.000,00 €	25.082,91 €	1%	100
4.3.	Koordinacija i nadzor	4.000,00 €	6.000,00 €	4.799,80 €	0%	80
4.4.	Upravljanje kvalitetom u destinaciji	70.000,00 €	70.000,00 €	68.601,07 €	3%	98
4.5.	Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša	3.000,00 €	3.750,00 €	3.750,00 €	0%	100

4.1. TURISTIČKI INFORMACIJSKI SUSTAVI I APLIKACIJE /EVISITOR

AKTIVNOSTI	Plan za 2024.	Rebalans 2024.	Realizacija 2024.	Udio % u realizaciji	Indeks realizacija / rebalans
Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor	- €	- €	- €	0%	0

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

eVisitor

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

Turistička zajednica 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 2024. nastavlja se s unosom novih obveznika, izdavanjem pristupnih podataka, odjavom rješenja, dostavom uplatnica i podsjetnika za uplatu dugovanja za obveznike paušalne turističke pristojbe, kontrolom uplata te izradom potrebnih izvješća. Unesena je visina turističke pristojbe za 2025. u eVisitor.

HDT

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.

Hrvatska turistička zajednica je u 2023. uvela novu mobilnu aplikaciju Explore Croatia i njezine funkcionalnosti. Mobilna aplikacija Explore Croatia smatra se iskorakom u promociji Hrvatske i dodana je vrijednost turističko-informacijskom portalu croatia.hr. Turistima je prije svega korisna, nudi im inovativniji i zabavniji način za istraživanje svih već dobro poznatih destinacija, ali i otkrivanje atraktivnih, a manje poznatih lokacija. Mobilna aplikacija Explore Croatia tako korisnicima nudi personaliziran sadržaj prema njihovim interesima i trenutnoj lokaciji na kojoj se nalaze, zatim mogućnost planiranja putovanja, izrade i dijeljenja digitalnih razglednica, a kroz razne igre i kvizove imaju priliku saznati brojne zanimljivosti o Hrvatskoj i njezinim destinacijama pa tako i o Zadarskoj županiji.

U 2024. godini su uneseni POI (points of interest), odnosno top atrakcije, na poddomenu sustava. Time smo izdvojili najpopularnije atrakcije koje nudi Zadarska županija, ali i podigli njihovu vidljivost. Atrakcije su podijeljene u četiri kategorije zbog lakšeg snalaženja korisnika: prirodne atrakcije, povijesne i sakralne građevine, outdoor aktivnosti te kulturne atrakcije.

4.1.2. USPOSTAVLJANJE SUSTAVA POSLOVNE INTELIGENCIJE TEMELJENE NA INFORMATIČKIM TEHNOLOGIJAMA

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

TZ Zadarske županije po svojoj naravi i djelovanju konstantno informira sve zainteresirane o stanju turizma u Zadarskoj županiji. Tako je u I i u 2024. 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 i diplomskih 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 2024. 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 Izvešće o provedbi Zakona o pravu na pristup informacijama za 2023. dostavila Povjereniku za informiranje kao što je propisano.

4.2. STRUČNI SKUPOVI I EDUKACIJE

AKTIVNOSTI	Plan za 2024.	Rebalans 2024.	Realizacija 2024.	Udio % u realizaciji	Indeks realizacija / rebalans
Stručni skupovi i edukacije	30.000,00 €	25.000,00 €	25.082,91 €	1%	100

Konferencija “Turizam 365- održivost i inovativnost otoka Paga?”, 25. travnja 2024.

Turistička zajednica Zadarske županije je kao jedan od partnera podržala regionalnu konferenciju „Turizam 365-održivost i inovativnost otoka Paga?” koja je održana 25. travnja 2024. u organizaciji Zadarskog tjednika u Kneževnom dvoru u gradu Pagu.

Konferenciji su nazočili direktorica i glavna urednica Zadarskog tjednika, Jasna Rumora župan Zadarske županije Božidar Longin, državni tajnik u Ministarstvu turizma i sporta Tonči Glavina, ravnatelj Uprave za otoke u Ministarstvu regionalnog razvoja i fondova EU Dominik Paparić, gradonačelnik Grada Novalje Ivan Dabo, načelnik Općine Kolan Šime Gligora, predsjednica Gradskog vijeća Grada Paga Jasna Magaš, ostali načelnici, direktori i predstavnici gospodarstva i udruga.

Održane su dvije panel diskusije.

Diskusija 1: „Potencijali razvoja regionalnog 365 turizma prilike i izazovi” čiji su sudionici bili:

- Ivan Dabo, gradonačelnik Grada Novalje
- Dominik Paparić, ravnatelj Uprave za otoke MRRFEU
- Šime Gligora, načelnik Općine Kolan
- Rudi Gula, direktor Turističke zajednice Međimurske županije

Diskusija 2: „Kako postići turističku održivost uključivanjem cijele lokalne zajednice?” Sudionici:

- Vesna Karavanić, direktorica TZ Grada Paga
- Neven Tičić, direktor TZ Općine Povljana
- Marija Pećirko, ravnateljica Srednje škole Bartula Kašića Pag
- Sabina Gligora Sabalić, direktorica TZ Općine Kolan
- Martina Pernar-Škunca, predsjednica Udruge proizvođača pašskog sira



JEDNOGODIŠNJE STRUČNO USAVRŠAVANJE - SPECIJALIST ZA DIGITALNI MARKETING I DRUŠTVENE MREŽE (Poslovno učilište Experta)

Specijalist za digitalni marketing i društvene mreže je specifično zanimanje nastalo u jeku takozvane digitalne revolucije. Program objedinjuje znanja i vještine iz područja odnosa s javnošću, marketinga, prodaje i informacijskih tehnologija. Specifičnosti interneta od Specijalista za digitalni marketing i društvene mreže iziskuje kreativnost kojom zadobivaju i zadržavaju pozornost korisnika, analitičnost u planiranju i evaluaciji, praćenje trendova i stalnu edukaciju.

Digitalni marketing postao je neizostavan dio poslovanja svake organizacije ili pojedinca koji želi poslati poruku određenoj javnosti ili oglašavati svoje proizvode ili usluge kupcima. Stručnjak za digitalni marketing u tom smislu mora osmisliti, voditi i prilagođavati cjelokupni marketing na društvenim mrežama i marketing na tražilicama, uključujući direktnu komunikaciju kroz vlastite prodajne kanale (profile), komunikaciju kroz influencere, kao i kreirati oglase na tražilicama i optimizirati sadržaj na istima (SEO marketing). Ovim online suvremenim i sveobuhvatnim programom stručnog usavršavanja ulazi se u svijet online komunikacije te uči kako komunicirati i oglašavati se na Facebooku, Instagramu, TikTok-u, Youtube-u, Googlu i ostalim društvenim mrežama i platformama koje okupljaju potencijalne klijente i omogućuju vidljivost na tržištu.

Dani hrvatskog turizma su održani 21. i 22. studenog 2024. u Opatiji 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

Turistička zajednica Zadarske županije je za suradnike i partnere odnosno predstavnike turističkih zajednica, kao i gospodarskih subjekata u županiji, u razdoblju od 03. do 06. prosinca 2024. godine organizirala studijsko putovanje u sjevernu Italiju i istočnu Švicarsku s ciljem upoznavanja eno-gastronomskih, prirodnih i smještajnih resursa tih pokrajina. Putovanje je obuhvaćalo razgled grada Como, vožnju brodom na jezeru Lago di Como, obilazak grada Tirano, vožnju vlakom "Trenino Rosso" do St. Moritza te obilazak tog gradića - šampiona švicarskog turizma. U St. Moritzu je organiziran obilazak delux-hotela "Grand Hotel des Bains Kempinski" gdje smo se upoznali sa načinom funkcioniranja tog visokokategorijalnog objekta. Vlak "Trenino Rosso" ili "Bernina Express" prometuje ljeti i zimi prema St. Moritzu i penje se na strmim usponima do nadmorske visine od 2253 m, što je jedinstveno u Europi. Linija Bernina uvrštena je na UNESCO-ov popis svjetske baštine u srpnju 2008. U selu Banzzone pokraj Tirana organiziran je posjet vinariji smještenoj duž terasastih padina Valtelline na kojima se razvijaju i rastu vinogradi. Izgrađen prije 500 godina, izvorno je bio dominikanski samostan, dugo vremena mjesto molitve i odredište zavjetnih hodočašća. Tijekom godina postao je ljetna rezidencija plemićke obitelji iz Comasca, a danas je podrum u privatnom vlasništvu obitelji Triacca koja je kupila imanje 1969.g. te i dalje proizvodi vrhunska vina. Studijsko putovanje organizirano je radi stručnog usavršavanja odnosno upoznavanja sa prirodnim specifičnostima (jezero Como), atrakcijama (planinski vlak), smještajnim objektima (hotel Kempinski) te privrednim subjektima u funkciji turizma (vinarija sa kušonom) čime su sudionici dobili nova saznanja iz ovih, visoko razvijenih turističkih regija.

Na realizaciju projekta 4.2. „STRUČNI SKUPOVI I EDUKACIJE“ utrošeno je ukupno 25.082,91 € prema sljedećoj strukturi:

• Tuzemne i inozemne dnevnice	414,00 €
• Smještaj radnika na sl. putu	8.009,00 €
• Putni izdaci, prijevoz i ostali troškovi	10.138,31 €
• Usluge promidžbe u tuzemstvu	1.375,00 €
• Usluge edukacije i kotizacije	3.180,00 €
• Reprezentacija	1.966,60 €

4.3. KOORDINACIJA I NADZOR

AKTIVNOSTI	Plan za 2024.	Rebalans 2024.	Realizacija 2024.	Udio % u realizaciji	Indeks realizacija / rebalans
Koordinacija i nadzor	4.000,00 €	6.000,00 €	4.799,80 €	0%	80

4.3.1. NADZOR, KOORDINACIJA I USKLAĐIVANJE LOKALNIH TURISTIČKIH ZAJEDNICA

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

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 2023. godinu te izvješća Skupština lokalnih TZ-a o obavljenom nadzoru. Krajem 2024. godine prikupili, analizirali te poslali suglasnosti na godišnje programe rada lokalnih TZ-a za 2025.

Održane su 4 pojedinačne **koordinacije** svih turističkih zajednica te 4 subregionalne u mjesecu studenom.

1. Koordinacija svih TZ-a Zadarske županije održana je **7. svibnja 2024.** U prvom dijelu je održan operativni sastanak s Nedom Pinezićem vezano za provedbu projekta Welcome kojom prilikom je prezentiran novi Pravilnik. U nastavku su direktori razgovorali o aktivnostima sustava TZ-a s najavom budućih te su podnijeli kratka izvješća o stanju i problemima na svojim destinacijama.

2. Koordinacija svih TZ-a Zadarske županije i Hrvatske turističke zajednice održana je **15. srpnja** na kojoj su direktori LTZ-a izvijestili o tijeku turističke 2024. godine te pripremi destinacija te najavi turističkog prometa do kraja godine. Direktor Kristjan Staničić govorio je o aktivnostima naplate turističke pristojbe te dao informaciju o Danima hrvatskog turizma i Godišnjim turističkim nagradama te novom organizacijskom ustrojstvu i sistematizaciji radnih mjesta u HTZ-u.

3. Koordinacija svih TZ-a Zadarske županije održana je **18. rujna 2024.** Tema koordinacije su bili rezultati turističke 2024. godine te primjena novih pravilnika o upravljanju destinacijom.

4. Koordinacija svih TZ-a Zadarske županije održana je **21. listopada 2024.** Tema koordinacije su bili izrada Planova upravljanja destinacijama te udružene oglasne kampanje TZŽ Zadarske s lokalnim TZ-ima i gospodarskim subjektima.

U razdoblju od **13. do 14. studenog 2024.** održali 4 subregionalne koordinacije lokalnih TZ-a na sljedeće teme: moguće zajedničke aktivnosti TZŽ iLTZ u 2025. (zajedničko oglašavanje, sajmovi, prezentacije, razvoj proizvoda), planovi, novosti te potrebe u lokalnoj destinaciji te projekti za Fondove HTZ-a. Koordinacije su bile podijeljene na Zadarski arhipelag, a nazočili su: TZ Preko, TZ Sali, TZ Tkon, TZ Zadar i TZ Kali; Biograd rivijera: TZ Bibinje, TZ Pakoštane, TZ Sv. Filip i Jakov, TZ Sukošan; Starigrad i Novigradsko more: TZ Starigrad, TZ Ravni kotari, TZ Jasenice, TZ Novigradsko more, TZ Ražanac te Nin rivijera i Pag: TZ Pag, TZ Zaton, TZ Nin, TZ Privlaka, TZ Poveljana.

Sastanak **koordinacije** regionalnih turističkih zajednica Dalmacije i Like je održan **11. i 12. srpnja** u Zadru. Tema su bile rasprava o tijeku sezone, novim pravilnicima o upravljanju destinacijom te o zajedničkim promotivnim aktivnostima.

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 TZŽ 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 4.799,80 € prema sljedećoj strukturi:

- | | |
|---|-------------------|
| • Reprezentacija – ugostiteljske usluge | 4.373,08 € |
| • Reprezentacija – ostale usluge i stvari | 426,72 € |

4.4. UPRAVLJANJE KVALITETOM U DESTINACIJI

AKTIVNOSTI	Plan za 2024.	Rebalans 2024.	Realizacija 2024.	Udio % u realizaciji	Indeks realizacija / rebalans
Upravljanje kvalitetom u destinaciji	70.000,00 €	70.000,00 €	68.601,07 €	3%	98

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 prioriteta projekata i drugih sličnih aktivnosti.

TZZŽ je sudjelovala:

- 9. veljače sastanak Božena Krce Miočić, Sveučilište u Zadru
- 21. ožujka svi djelatnici sudjelovali u programu obuke zaštite na radu
- 2. travnja sastanak s predsjednikom Hrvatskog obojkaškog saveza
- 4. travnja sastanak s predstavnicima Fun parka Dalmaland – tema promocija;

- 11. travnja poslali Agenciji za razvoj Zadarske županije Zadra Nova mišljenje i potvrdu kako se Mali Arsenal nalazi na popisu javne turističke infrastrukture
- 15. travnja nazočili proslavi Dana Zadarske županije
- 24. travnja nazočili vatrogasnoj vježbi organiziranoj za sve djelatnike obje turističke zajednice
- 30. travnja sastanak s predsjednikom Županijske udruge invalida Željkom Županovićem na temu buduće suradnje; sastanak TZ Nin
- 21. svibnja sastanak s Davorom Cipekom, predsjednik Hrvatskog karate saveza
- 22. lipnja panel u Gračacu na temu investicija
- 11. rujna sastanak u TZG Zadar vezano za zatvaranje TZM Silba
- 30. rujna sastanak projekta RKJ Interreg NaTour4CC
- 14. listopada sastanak Božena Krce Miočić, Gabrijela Vidić i Tomislav Klarin, Sveučilište u Zadru vezano za izradu planova upravljanja destinacijom
- 16. listopada radionica u organizaciji Zadarske županije i tvrtke Alcina na temu izrade Strategije razvoja turizma Zadarske županije
- 18. listopada sastanak s Paola Vučemilović Grgić na temu AdventureELEVATE Europe '25 Zadar
- 26. studenog sastanak s organizatorima Dalmatinco kupa u Zadru. Online sastanak s Hendal-om na temu Istraživanja zadovoljstva, motivacije i navika gostiju
- 3. prosinca i 5. prosinca sastanci s Paola Vučemilović Grgić na temu AdventureELEVATE Europe '25 Zadar
- 14. prosinca dodjela nagrade „Nasmiješeno sunce“

4.4.2. 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.

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

Godišnje hrvatske turističke nagrade 2024.

Temeljem otvorenog poziva za prijave za Godišnje hrvatske turističke nagrade 2024., u kolovozu 2024., 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 za kamp godine dobio je novi Aminess Avalona Camping Resort u Povljani, otok Pag. U nagradi Čovjek ključ uspjeha nagrađena je Marija Dejanović iz TZG Nin kao najbolji djelatnik sustava turističkih zajednica te Nicolas Bajlo iz turističke agencije Zzuum, Zadar.

Nagrada Simply the Best 2023. – svečana dodjela u travnju 2024.

TZ Zadarske županije se u kolovozu 2023. odazvala na poziv za kandidiranje subjekata za nagradu Simply the best, koju za inovativnost i kreativnost u turizmu već 15 godina dodjeljuju Udruga hrvatskih putničkih agencija, poslovno turistička burza PUT i magazin Way to Croatia.

Ovogodišnje nagrade dodjeljuju se u sljedećim kategorijama – grupama te je TZ Zadarske županije kandidirala slijedeće:

- Putnička agencija: Rajna Outdoor, Starigrad Paklenica; Riva Rafting Centar, Obrovac
- Manifestacije, Baština: Saljske užance, Sali; Dani vitezova Vranskih, Pakoštane
- Manifestacije, Hrana i piće: Blue fish Festival, Kali; Kualjske ribarske noći – Tunuara, Kali
- Suvenir: Replike naušnica iz Nina i Visočana, Arheološki muzej Zadar
- Novi projekt u turizmu: Centar izvrsnosti Cerovačke špilje

Godišnje nagrade Turističke zajednice Zadarske županije 2024.

Tradicionalno je na kraju uspješne turističke godine Turistička zajednica Zadarske županije dodijelila nagrade zaslužnim za stvaranje i razvoj dodatne ponude te doprinos u brendiranju destinacije u 2024. godini. Svečana se dodjela godišnjih nagrada održala u hotelu Kolovare u Zadru dana 19. prosinca, a nazočili su joj brojni uzvanici iz turističkog sektora. Temeljem odluke Povjerenstva za dodjelu godišnjih nagrada Turističke zajednice Zadarske županije u 2024. godini za nastojanja u stvaranju i razvoju dodatne ponude, te doprinos brendiranju destinacije nagrađeni su:

Destinacija/turistička zajednica: TZ Grada Zadra za ostvarenu međusobnu suradnju na aktivnostima jačanja i promocije poslovnog turizma;

Udruga: Proizvođača Paškog sira za očuvanje i promociju autentične delicije otoka Paga;

Institucije:

- **Kompleks sv. Nikole Zadar** za značajno unapređenje kulturne ponude Zadra i županije;
- **Dom kulture Benkovac** za značajno unapređenje kulturne ponude Benkovca i županije;

Komercijalni subjekti:

- **Aminess Avalona Camping Resortu** za unapređenje kamping ponude Zadarske županije;
- **Kampu Dionis Camping Zaton** za unapređenje kamping ponude Zadarske županije;
- **A'MARE hotelu Zadar** za obogaćivanje hotelske ponude grada Zadra i snažnu usmjerenost na lokalno stanovništvo;

Proizvod: Imanje **Lički sokol** za unapređenje ponude u turistički nedovoljno razvijenim područjima;

Događanje: Benkovački sajam za očuvanje jedinstvenog doživljaja tradicijskog trgovanja

Posebne nagrade dodijeljene su **Renatu Kraljevu**, za predan i ustrajan rad s mladim generacijama i **Anti Zuanoviću**, za predan i ustrajan rad na promociji zaštićenog prirodnog područja.

Zadarski list

Nastavljena je suradnja sa Zadarskim listom 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. Podlistak se tiska krajem ožujka, lipnja, rujna i prosinca.

4.4.4. Podrška subjektima u svrhu razvoja programa povezanih neposredno s turističkim proizvodom

TZ Zadarske županije pruža podršku nositeljima ponude, sustavu turističkih zajednica županije i svim ostalim subjektima zainteresiranim za razvoj turizma posebnih interesa.

Planirane aktivnosti poticanja razvoja turizma posebnih interesa i dodatne ponude uključuju sufinanciranje projekata turističkih dionika, bilo tvrtki i obrta koji posluju u turizmu, bilo turističkih zajednica, odnosno lokalne samouprave. Potpore su se dodijelile temeljem javnog poziva, a cilj je

Izvješće o radu za razdoblje I - XII 2024.

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

1. OBNOVA, UREĐENJE I NABAVKA OPREME 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 servise, 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 opremu i uređenje prostora za kušanja, rekvizita za prezentaciju tradicije (nošnje i sl.), tematske staze, pokretne kuhinje za show cooking, 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 - sommelieri, cooking show;
- tečajevi pratitelja/vodiča za selektivne oblike turizma (kulturni, ruralni, aktivni, ciklo-turizam i sl.);
- 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 turističkih proizvoda posebnih interesa u 2024. koji je raspisan 23. svibnja 2024. s krajnjim rokom prijave do 7. lipnja 2024., ukupno se prijavilo 32 projekta. Turističko vijeće je na sjednici održanoj 19. kolovoza donijelo odluku o dodjeli potpora za razvoj turističkih proizvoda posebnih interesa.

RAZVOJ TURISTIČKIH PROIZVODA POSEBNIH INTERESA 2024.			
R.Br.	ORGANIZATOR	NAZIV PROJEKTA	POTPORA
1	Turistička zajednica grada Obrovca	Razvoj kvalitete, konkurentnosti i prepoznatljivosti gastro turističke ponude na području Južnog Velebita	10.000,00 €
2	Turistička zajednica grada Obrovca	Smeđa signalizacija na području destinacije Južni Velebit	9.000,00 €
3	Paška sirana d.d	Kako nastaje najbolji hrvatski sir? Priča o Paškom siru	5.000,00 €
4	OPG Ajderovac Perica Keča	Izletišta Ajderovac u brdima Like	4.000,00 €
5	Turistička Zajednica općine Starigrad	Interpretacijski centar mora	5.000,00 €

Izvešće o radu za razdoblje I - XII 2024.

6	sunset-fishing, obrt za turizam vl. Goran Longin	Tradicionalan ribolovni izlet	2.500,00 €
7	Turistička zajednica Općine Pakoštane	Tradicionalne pakoške nošnje	2.500,00 €
8	Turistička zajednica općine Kali	Strateški plan razvoja kulturnog turizma Općine Kali	2.500,00 €
9	Javna ustanova ""Park prirode Vransko jezero""	Perfect Circle around the Vrana Lake - biciklističke birdwatching ture oko Vranskog jezera	2.500,00 €
10	Natura Adriatica d.o.o.	Valorizacija prirodnih i kulturno-povijesnih znamenitosti Ugljana u spoju sa sportskim obilaskom	2.000,00 €
11	Rodul gradnja d.o.o., TURISTIČKA AGENCIJA POSLOVNICA 1	Nabava 10 komada e-bicikla u svrhu obogaćivanja turističke ponude na otoku Pašmanu	2.500,00 €
12	Zrmanja river tours d.o.o.	Ulaganje u opremu	2.500,00 €
13	Fiolica d.o.o.	Drink & sing like a local, opremanje kušaone	2.000,00 €
14	Turistička zajednica Grada Nina	Ciklus edukacija za razvoj i unaprjeđenje eno-gastro proizvoda grada Nina	2.000,00 €
15	Turistička zajednica Ravni kotari	Izrada mobilne kuhinje	1.500,00 €
16	Mobil centar	Mobilni servis bicikala	1.500,00 €
17	OPG Mate Dušević	Unaprijeđenje gastro ponude na području TZ Zadarske županije-OPG Mate Dušević	1.500,00 €
18	Mulić doo	Sportsko - rekreacijski park	1.500,00 €

Na realizaciju projekta 4.4. „UPRAVLJANJE KVALITETOM U DESTINACIJI“ utrošeno je ukupno 68.601,07 € prema sljedećoj strukturi:

• Donacije dane ostalim TZ-ima	38.967,79 €
• Donacije dane ostalim primateljima	24.787,28 €
• Ostale usluge	231,00 €
• Reprezentacija-ugost. i ostale usluge	4.615,00 €

4.5. POTICANJE NA OČUVANJE I UREĐENJE OKOLIŠA

AKTIVNOSTI	Plan za 2024.	Rebalans 2024.	Realizacija 2024.	Udio % u realizaciji	Indeks realizacija / rebalans
Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša	3.000,00 €	3.750,00 €	3.750,00 €	0%	100

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Turistička zajednica Zadarske županije nastavila je suradnju sa Zavodom za javno zdravstvo na projektu kontrole kakvoće mora. Ove, 2024., 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, Banj-Uvala Sv. Kuzmana i Uvala Velika Sabuša u Kukljici.

Na realizaciju projekta 4.5. „POTICANJE NA OČUVANJE I UREĐENJE OKOLIŠA“ utrošeno je ukupno 3.750,00 € prema sljedećoj strukturi:

• Laboratorijske usluge	3.750,00 €
-------------------------	------------

5. ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA

Turistička zajednica Zadarske županije pridruženi je član **Hrvatske udruge profesionalaca kongresnog turizma (HUPKT)** od datuma učlanjenja 28. travnja 2024.

6. ADMINISTRATIVNI POSLOVI

	AKTIVNOSTI	Plan za 2024.	Rebalans 2024.	Realizacija 2024.	Udio % u realizaciji	Indeks realizacija / rebalans
6.	ADMINISTRATIVNI POSLOVI	374.000,00 €	374.000,00 €	345.922,18 €	13%	92
6.1.	Plaće	290.000,00 €	290.000,00 €	270.544,86 €	10%	93
6.2.	Materijalni troškovi	80.000,00 €	80.000,00 €	72.068,44 €	3%	90
6.3.	Tijela turističke zajednice	4.000,00 €	4.000,00 €	3.308,88 €	0%	83

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. Turistička zajednica Zadarske županije značajne napore ulaže u usvajanje suvremenih poslovnih procesa i usklađivanju provođenja svojih aktivnosti s zakonskom regulativom.

Administrativni rashodi od siječnja do svibnja 2024. godini realizirani su na slijedeći način:

6.1. PLAĆE

AKTIVNOSTI	Plan za 2024.	Rebalans 2024.	Realizacija 2024.	Udio % u realizaciji	Indeks realizacija / rebalans
Plaće	290.000,00 €	290.000,00 €	270.544,86 €	10%	93

Potreban broj radnika tijekom cijele godine:

- Direktor turističkog ureda,
- Pomoćnik direktora
- Specijalist koordinator – 2 djelatnika
- Specijalist – 3 djelatnika
- Suradnik

6.2. MATERIJALNI TROŠKOVI

AKTIVNOSTI	Plan za 2024.	Rebalans 2024.	Realizacija 2024.	Udio % u realizaciji	Indeks realizacija / rebalans
Materijalni troškovi	80.000,00 €	80.000,00 €	72.068,44 €	3%	90

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)

AKTIVNOSTI	Plan za 2024.	Rebalans 2024.	Realizacija 2024.	Udio % u realizaciji	Indeks realizacija / rebalans
Tijela turističke zajednice	4.000,00 €	4.000,00 €	3.308,88 €	0%	83

Skupština Turističke zajednice Zadarske županije održala je **tri** sjednice.

Sjednica je održana **22. ožujka 2024.** na kojoj je usvojen zapisnik s 8. sjednice, prihvaćeno je Izvešće neovisnog revizora o stručnom nadzoru nad radom TZ Zadarske županije za 2023., prihvaćeno je Godišnje financijsko izvješće za 2023. 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 2023. godinu.

Izborna sjednica Skupštine održana je **9. prosinca 2024.** Na sjednici je izvršen izbor zapisničara, dva ovjervitelja zapisnika i verifikacijske komisije. Potvrđeni su mandati članovima Skupštine te je izvršen izbor 8 članova Turističkog vijeća. Uz predsjednika i te po jednog člana koje delegiraju Hrvatska gospodarska komora i Hrvatska obrtnička komora, Turističko vijeće ima ukupno 11 članova. Na sjednici Skupštine održanoj 19. prosinca 2024. potvrđeni su mandati novim članovima Skupštine, usvojen je zapisnik s Izborne sjednice Skupštine. Prihvaćeno je Izvešće o izvršenju Programa rada od siječnja od rujna 2024. te informacija o turističkom prometu od siječnja do studenog 2024. Prihvaćene su Izmjene i dopune Programa rada s rebalansom financijskog plana za 2024. te donesen Program rada TZZŽ s financijskim planom za 2025. Donesena je odluka o povjeravanju poslova nadzora nad radom TZZŽ za 2024. godinu tvrtki „Revicon“ Zadar.

Turističko vijeće Turističke zajednice Zadarske županije održalo je jedanaest sjednica.

Na sjednici održanoj **17. siječnja 2024.** usvojen je zapisnik s 30. sjednice. Donesena je odluka o objavi Javnog natječaja za dodjelu sredstava za projekte lokalnih TZ-a na turistički nedovoljno razvijenom području i kontinentu u 2024. s područja Zadarske županije iz Fonda za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent. Donesen je i Program dodjele de minimis potpora za razvoj turističkog sektora u 2024. Donesena je izmjena Odluke o financiranju lokalnog projekta Zadarskog arhipelaga u svrhu revizije i adaptacije projekta Zadar Bike Magic i Zadar Trail Magic. Donosena je

odluka za Strateške projekte u 2024. g. i to: Izmjena odluke o financiranju strateških projekata u 2024., donesene na 30. sjednici Turističkog vijeća te odluka o iznosu participacije TZ Zadarske županije u strateškim projektima u 2024.; Također je donesena odluka o marketinškoj suradnji na projektu „Dalmatinko cup 2024“ – Međunarodni nogometni turnir za mlade te o marketinškoj suradnji s Hrvatskim karate savezom prilikom održavanja 59. Europskog seniorskog prvenstva u karateu i parakarateu.

Na sjednici održanoj **1. ožujka 2024.** putem elektroničke pošte donesene su sljedeće odluke: o imenovanju pet članova Povjerenstva za dodjelu potpora temeljem javnih poziva te o imenovanju Povjerenstva za provedbu Javnog natječaja za dodjelu sredstava lokalnim turističkim zajednicama na turistička nedovoljno razvijenom području i kontinentu u 2024. iz Fonda za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent.

Na sjednici održanoj **11. ožujka 2024.** usvojeni su zapisnici sa 31. i 32. sjednice. Donesene su sljedeće odluke o prihvaćanju: Godišnjeg financijskog izvješća o poslovanju Turističke Zajednice Zadarske Županije za 2023. te Izvješća o izvršenju Programa rada za 2023. s Analizom turističkog prometa, Izvješće o radu direktora i Turističkog ureda Turističke Zajednice Zadarske Županije za 2023. Usvojen je Prijedlog Izvješća o radu Turističkog vijeća za 2023. te su članovi dobili Upitnik o funkcioniranju sustava financijskog upravljanja i kontrola za 2023. kao informaciju. Donesena je i odluka o uvjetima realizacije Udruženog oglašavanja u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora u 2024., odluka o prihvaćanju ponude za snimanje BBC-ovog serijala „The Apprentice Show“ te odluka o članstvu u Hrvatskoj udruzi profesionalaca kongresnog turizma – HUKPT. Sazvana je Skupština TZ Zadarske županije.

Na sjednici održanoj **24. travnja 2024.** ovjeren je zapisnik sa 33. sjednice Turističkog vijeća, donesene su sljedeće odluke: o dodjeli potpora i odbijanju prijava temeljem JP za potpore događanjima u 2024. g. i JP za potpore potpora DMK u 2024. g., o podršci domaćinstva CEV Beach Volley Nations Cup 2024., o unaprijeđenju web stranica zadar.hr. Usvojen je novi Pravilnik za projekt Welcome, donesena je odluka o marketinškoj suradnji strateškim partnerom – zima 24/25. Prijedlog snimanja američke produkcije je povučen s dnevnog reda.

Na sjednici održanoj **19. kolovoza 2024.** ovjeren je zapisnik s 34. sjednice Turističkog vijeća te su donesene sljedeće odluke: o nastupu na turističkoj burzi ITB Berlin 2025.; o dodjeli potpora temeljem Javnog poziva za potpore posebnih interesa; o potpori događanju „Croatia Yacht Show“ pod određenim uvjetima; o raspisivanju izbora za Skupštinu TZ Zadarske županije; o otpisu osnovnog sredstva. Dodatno je donesena odluka o razrješenju direktorice Mihaele Kadija s danom 22. rujna 2024. te vezana odluka o raspisivanju javnog natječaja za izbor direktora TZ Zadarske županije te o imenovanju Povjerenstva za prikupljanje i analizu prijava na natječaj.

Na sjednici održanoj **6. rujna 2024.** putem elektroničke pošte, donesena je odluka o izmjeni sastava Povjerenstva za prikupljanje i analizu prijava na natječaj.

Na sjednici održanoj **10. rujna 2024.** putem elektroničke pošte, donesena je odluka o dodatnim ovlastima Povjerenstva za prikupljanje i analizu prijava na natječaj.

Na sjednici održanoj **19. rujna 2024.** donesena je odluka o izboru i imenovanju direktora TZ Zadarske županije na mandat od 4 godine.

Na sjednici održanoj **14. studenog 2024.** putem elektroničke pošte, donesene su sljedeće odluke: o raspisivanju Javnog natječaja za dodjelu sredstava za projekte lokalnih TZ-a na turistički nedovoljno razvijenom području i kontinentu za 2025. s područja Zadarske županije iz Fonda za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent; o ovlaštenju direktora TZ Zadarske županije za potpisivanje ugovora vezanih za provedbu gore navedenog Javnog natječaja; o prihvaćanju ponude tvrtke „Coolturst“ za snimanje jedne epizode TV emisije „Coolturst“ u Zadarskoj županiji.

Na sjednici održanoj **19. prosinca 2024. godine** ovjereni su zapisnici s 35., 36., 37., 38. i 39. sjednice Turističkog vijeća. Prihvaćeno je Izvješće o izvršenju programa rada s Financijskim izvješćem od I-IX 2024. te Prijedlog Rebalansa financijskog plana za 2024. Prihvaćen je i Prijedlog Programa rada TZ Zadarske županije za 2025. s financijskim planom. Donesena je odluka o suradnji s TZ-ima na ciklo/pješačkim projektima temeljem Poziva za iskaz interesa, odluka o ugovaranju on-line kampanja za 2025. te odluka o suradnji sa Strateškim parterima u 2025. Donesena je odluka o članovima Povjerenstva za provedbu Javnog natječaja za dodjelu sredstava LTZ-ima na turistički nedovoljno razvijenom području i kontinentu.

Na sjednici održanoj **31. prosinca 2024.** putem elektroničke pošte, donesena je odluka o izmjenama i dopunama Statuta Turističke zajednice Zadarske županije zbog potrebe usklađenja sa Zakonom o turizmu.

7. REZERVA

	AKTIVNOSTI	Plan za 2024.	Rebalans 2024.	Realizacija 2024.	Udio % u realizaciji	Indeks realizacija / rebalans
7.	REZERVA	40.000,00 €	40.000,00 €	- €	0%	0

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. Rezerva nije korištena.

Na realizaciju projekta 7. „REZERVA“ u 2024. nije ništa utrošeno.

8. FONDOVI

	AKTIVNOSTI	Plan za 2024.	Rebalans 2024.	Realizacija 2024.	Udio % u realizaciji	Indeks realizacija / rebalans
8.	FONDOVI - posebne namjene	180.000,00 €	190.308,65 €	212.494,49 €	8%	112
8.1.	Fond za turističke zajednice na turistički nedovoljno razvijenim područjima i kontinentu	180.000,00 €	190.308,65 €	212.494,49 €	6%	0

8.1. 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 2024. s područja Zadarske županije iz Fonda za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent.

Hrvatska turistička zajednica je u 2024. 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 lokalnih turističkih zajednica na turistički nedovoljno razvijenom području i kontinentu u 2024. godini objavljuju regionalne turističke zajednice, a prihvatljivi korisnici sredstava su lokalne turističke zajednice čiji je indeks turističke razvijenosti za 2022. 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 15. prosinca 2023. 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 17. siječnja 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 2024. s područja Zadarske županije iz Fonda za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent.

Na području Zadarske županije ukupno 8 turističkih zajednica ispunjava uvjete za prijavljivanje na predmetni Javni natječaj.

Na natječaj je prijavljeno 19 projekata od strane 7 turističkih zajednica te je zatraženo 501,791.00 €. Dana 26.03.2024. održano je Povjerenstvo za vrednovanje i ocjenjivanje projekata koje su sačinjavali:

1. Jure Galić
2. Iva Puđak Mihajlović
3. Martina Stipeč
4. Hrvoje Šestan
5. Marin Marasović

Izješće o radu za razdoblje I - XII 2024.

Članovi Povjerenstva su pregledali sve projekte, izvršili bodovanje te uputili prijedlog Turističkom vijeću Hrvatske turističke zajednice za dodjelu sredstava.

Turističko vijeće HTZ-a je 13. svibnja 2024. godine na svojoj 33. sjednici donijelo Odluku o odabiru 11 projekata lokalnih turističkih zajednica na turistički nedovoljno razvijenom području i kontinentu u 2024. godini s područja Zadarske županije u ukupnom iznosu od 190.308,65 eura.

LTZ	Naziv projekta	Iznos sredstava u EUR
TZO Bibinje	Bibinje Bike Adventure 2024.	18.610,00
TZO Jasenice	Paklenica Zrmanja Outdoor, 2. faza projekta: Postavljanje info tabli i biciklističke signalizacije te sanacija i opremanje Epic Rides Staze	46.525,00
TZO Kali	Ulaganja u razvoj kulturnog turizma i prezentacije	9.305,00
	Blue Fish Festival	13.392,69
TZO Tkon	Škraping 2024	18.610,00
	Unapređenje biciklističke i pješačke infrastrukture	10.514,65
TZP Novigradsko more	Podizanje vidljivosti destinacije kroz elemente SayYes brenda na području TZNM	9.305,00
TZP Ravni kotari	Ljeto u Ravnim kotarima - etno, eno-gastro manifestacije	23.262,50
TZG Obrovac	Trasiranje i mapiranje trail staza i biciklističke staze - Južni Velebit	22.173,82
	Stvaranje cikloturističke ponude - prostaglandin punionica za električne bicikle Južni Velebit	9.305,00
	Izrada web stranice Južni Velebit	9.305,00
UKUPNO ZADARSKA ŽUPANIJA:		190.308,65

31. svibnja 2024. godine Hrvatska turistička zajednica uplatila je iznos od **190.308,65 €** Turističkoj zajednici Zadarske županije sa podračuna za fond za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent.

U ovom su razdoblju utrošena sljedeća sredstva za projekte iz **2023. godine**:

- TZO Jasenice: Paklenica Zrmanja outdoor 1. faza projekta - Pregled i evaluacija staza te projektiranje Epic Rides Staze 5.326,92 €
- TZO Kali: Plaža Mala Lamjana – zona odmora i rekreacije 4.462,65 €
- TZO Bibinje: Bibinje Bike Adventure 9.917,00 €
- TZO Bibinje: Izrada i podizanje kvalitete turističke signalizacije - Visit Bibinje 2.479,25 €

U ovom su razdoblju utrošena su sljedeća sredstva za projekte iz **2024. godine**:

• TZO Bibinje: Bibinje Bike Adventure 2024.	18.610,00 €
• TZO Jasenice: PAKLENICA ZRMANJA OUTDOOR, 2. FAZA PROJEKTA: Postavljanje info tabli i biciklističke signalizacije te sanacija i opremanje Epic Rides Staze	46.525,00 €
• TZO Kali: Ulaganja u razvoj kulturnog turizma i prezentacije	9.305,00 €
• TZO Kali: Blue Fish Festival	13.392,69 €
• TZO Tkon: Škraping 2024	18.610,00 €
• TZO Tkon: Unapređenje biciklističke i pješačke infrastrukture	10.514,65 €
• TZP Novigradsko more: Podizanje vidljivosti destinacije kroz elemente SayYes brenda na području TZNM	9.305,00 €
• TZP Ravni kotari: Ljeto u Ravnim kotarima - etno, eno-gastro manifestacije	23.262,50 €
• TZG Obrovac: Trasiranje i mapiranje trail staza i biciklističke staze - Južni Velebit	22.173,82 €
• TZG Obrovac: Stvaranje cikloturističke ponude - postavljanje punionica za električne bicikle Južni Velebit	9.305,00 €
• TZG Obrovac: Izrada web stranice Južni Velebit	9.305,00 €

Na realizaciju projekata 8. „FONDOVI - posebne namjene“ utrošeno je ukupno 212.494,49 € prema sljedećoj računovodstvenoj strukturi:

- **Donacije dane ostalim turističkim zajednicama 212.494,49 €**

III. OSTVARENJE DUGOROČNIH I KRATKOROČNIH CILJEVA

DUGOROČAN CILJ

S obzirom na izraženu sezonalnost, TZ Zadarske županije konstantno ulaže, pa tako i u 2024. godini značajne aktivnosti i resurse u razvoj i promidžbu turističkih proizvoda posebnih interesa, ili tzv. produljenje sezone. U 2023. razvio se niz alata koje je TZŽ u 2024. iskoristila 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, unaprjeđenje informacija na web stranicama, 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; očekuje se dovršetak Plana upravljanja destinacijom početkom 2025;
2. Ostvareno je povećanje udjela turističkog prometa u razdoblju travanj-lipanj te povećanje promet u razdoblju listopad-studenj, rujan je imao blagi pad broja noćenja;
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 2024.

	DOLASCI 2022.			DOLASCI 2023.			DOLASCI 2024.			% učešća	Indeks 24/22	Indeks 24/23
Turistička zaj.	Domaći	Strani	Ukupno	Domaći	Strani	Ukupno	Domaći	Strani	Ukupno			
ZADAR	87.213	452.935	540.148	99.898	532.821	632.719	107.862	584.898	692.760	31,84	128	109
BIOGRAD	49.177	165.818	214.995	51.256	176.066	227.322	54.677	185.339	240.016	11,03	112	106
VIR	39.626	112.034	151.660	40.782	122.301	163.083	38.279	119.209	157.488	7,24	104	97
PAG	16.859	109.051	125.910	20.641	106.515	127.156	23.782	107.879	131.661	6,05	105	104
PAKOŠTANE	14.335	94.406	108.741	15.433	93.913	109.346	16.590	98.153	114.743	5,27	106	105
NIN	7.782	77.551	85.333	8.508	79.930	88.438	10.528	79.617	90.145	4,14	106	102
STARIGRAD	8.421	81.737	90.158	8.092	79.780	87.872	8.843	80.277	89.120	4,10	99	101
ZATON	6.616	67.270	73.886	6.527	69.309	75.836	9.752	72.982	82.734	3,80	112	109
SUKOŠAN	8.914	55.417	64.331	9.033	57.143	66.176	9.340	59.760	69.100	3,18	107	104
BIBINJE	5.459	53.008	58.467	5.613	53.510	59.123	5.798	54.904	60.702	2,79	104	103
PRIVLAKA	8.367	40.136	48.503	8.959	42.733	51.692	8.765	41.620	50.385	2,32	104	97
SV. FILIP I JAKOV	11.110	45.760	56.870	9.318	39.018	48.336	10.112	39.526	49.638	2,28	87	103
POVLJANA	4.309	14.873	19.182	4.041	14.328	18.369	6.388	34.439	40.827	1,88	213	222
KOLAN	4.999	39.167	44.166	5.790	39.599	45.389	5.384	34.599	39.983	1,84	91	88
PREKO	6.001	25.109	31.110	5.826	25.779	31.605	6.327	25.934	32.261	1,48	104	102
NOVIGRAD.MORE	3.374	24.160	27.534	3.366	26.164	29.530	3.476	27.170	30.646	1,41	111	104
RAŽANAC	3.425	24.344	27.769	3.351	25.838	29.189	3.488	26.308	29.796	1,37	107	102
PAŠMAN	5.847	23.235	29.082	5.852	22.501	28.353	5.916	22.223	28.139	1,29	97	99
SALI	4.221	24.111	28.332	4.093	22.273	26.366	5.318	21.116	26.434	1,21	93	100
RAVNI KOTARI	1.083	16.381	17.464	1.031	18.473	19.504	1.139	22.107	23.246	1,07	133	119
VRSI	6.085	16.965	23.050	5.383	17.373	22.756	4.983	17.507	22.490	1,03	98	99
OBROVAC	2.581	12.470	15.051	3.015	13.822	16.837	3.588	16.500	20.088	0,92	133	119
JASENICE	2.707	14.546	17.253	2.828	15.065	17.893	2.780	15.096	17.876	0,82	104	100
TKON	1.714	10.881	12.595	2.018	10.656	12.674	1.813	10.789	12.602	0,58	100	99
KUKLJICA	1.469	5.216	6.685	1.427	5.295	6.722	1.481	5.349	6.830	0,31	102	102
BOŽAVA	1.684	3.840	5.524	2.008	3.679	5.687	2.072	4.057	6.129	0,28	111	108
KALI	926	5.108	6.034	915	4.893	5.808	929	4.941	5.870	0,27	97	101
GRAČAC	434	1.743	2.177	744	2.308	3.052	914	3.381	4.295	0,20	197	141
UKUPNO	314.738	1.617.272	1.932.010	335.748	1.721.085	2.056.833	360.324	1.815.680	2.176.004	100,00	113	106

Izvor podataka: eVisitor i eCrew

Izvršće o radu za razdoblje I - XII 2024.

Noćenja od siječnja do prosinca 2024.

	NOĆENJA 2022.			NOĆENJA 2023.			NOĆENJA 2024.			% učešća	Indeks 24/22	Indeks 24/23
Turistička zaj.	Domaći	Strani	Ukupno	Domaći	Strani	Ukupno	Domaći	Strani	Ukupno			
VIR	1.309.169	1.224.702	2.533.871	1.370.875	1.344.317	2.715.192	1.281.648	1.332.980	2.614.628	16,95	103	96
ZADAR	299.152	1.954.910	2.254.062	320.607	2.093.090	2.413.697	323.871	2.229.976	2.553.847	16,56	113	106
BIOGRAD	244.802	1.047.895	1.292.697	257.427	1.058.298	1.315.725	272.286	1.064.672	1.336.958	8,67	103	102
PAG	176.118	838.502	1.014.620	194.568	793.487	988.055	202.927	798.344	1.001.271	6,49	99	101
PAKOŠTANE	151.403	691.195	842.598	168.335	676.277	844.612	165.004	704.048	869.052	5,63	103	103
NIN	79.766	609.367	689.133	78.044	615.237	693.281	83.650	600.863	684.513	4,44	99	99
ZATON	54.237	531.501	585.738	56.226	531.412	587.638	67.580	533.020	600.600	3,89	103	102
STARIGRAD	86.332	488.575	574.907	93.938	457.787	551.725	83.046	459.072	542.118	3,51	94	98
PRIVLAKA	158.109	346.173	504.282	175.581	358.258	533.839	175.781	351.229	527.010	3,42	105	99
KOLAN	136.161	350.528	486.689	136.959	363.234	500.193	132.328	339.943	472.271	3,06	97	94
SUKOŠAN	64.734	395.445	460.179	61.390	395.988	457.378	60.303	403.181	463.484	3,00	101	101
SV. FILIP I JAKOV	115.728	383.477	499.205	107.261	333.204	440.465	101.979	331.274	433.253	2,81	87	98
BIBINJE	62.240	379.314	441.554	63.641	370.515	434.156	63.351	369.696	433.047	2,81	98	100
PAŠMAN	161.936	279.939	441.875	158.836	276.761	435.597	152.251	280.320	432.571	2,80	98	99
POVLJANA	69.303	127.786	197.089	69.136	123.917	193.053	89.036	248.696	337.732	2,19	171	175
PREKO	93.884	218.461	312.345	99.261	226.059	325.320	102.481	224.418	326.899	2,12	105	100
VRSI	112.095	150.437	262.532	101.843	155.085	256.928	102.181	155.883	258.064	1,67	98	100
RAŽANAC	44.299	203.564	247.863	40.287	209.390	249.677	41.330	207.138	248.468	1,61	100	100
NOVIGRAD.MORE	52.894	187.740	240.634	48.217	196.510	244.727	44.860	192.969	237.829	1,54	99	97
RAVNI KOTARI	7.163	154.335	161.498	6.647	169.633	176.280	7.192	196.261	203.453	1,32	126	115
OBROVAC	49.999	123.562	173.561	53.420	125.272	178.692	56.615	134.919	191.534	1,24	110	107
JASENICE	69.998	122.633	192.631	67.159	119.773	186.932	66.634	119.367	186.001	1,21	97	100
SALI	25.278	173.080	198.358	25.063	161.992	187.055	32.135	149.385	181.520	1,18	92	97
TKON	21.867	100.212	122.079	33.306	102.417	135.723	28.290	102.131	130.421	0,85	107	96
KUKLIJA	17.699	47.187	64.886	14.737	47.972	62.709	15.025	44.985	60.010	0,39	92	96
KALI	8.598	41.509	50.107	9.046	40.805	49.851	9.324	40.178	49.502	0,32	99	99
BOŽAVA	10.602	25.684	36.286	12.337	23.253	35.590	12.268	25.798	38.066	0,25	105	107
GRAČAC	964	4.631	5.595	1.525	6.942	8.467	2.030	8.853	10.883	0,07	195	129
UKUPNO	3.684.530	11.202.344	14.886.874	3.825.672	11.376.885	15.202.557	3.775.406	11.649.599	15.425.005	100,00	104	101

Izvor podataka: eVisitor i eCrew

TURISTIČKI PROMET OD SIJEČNJA DO PROSINCA 2024.

Turistička zajednica Zadarske županije je u 2024. godini ostvarila turistički promet od 2.179.004 dolazaka, te 15.425.005 noćenja. To predstavlja 6% više dolazaka te 1% više noćenja u odnosu na 2023. Realizacija u odnosu na isto razdoblje 2022. godine je 13% više u dolascima i 4% više u noćenjima.

U ukupnoj strukturi domaći gosti su ostvarili 360.324 dolazaka i 3.775.406 noćenja dok su strani gosti ostvarili 1.815.680 dolazaka te 11.649.599 noćenja. Udio domaćih gostiju je 16% a stranih je 84%, dok je kod noćenja isti takav udio 24% domaćih te 76% noćenja stranih turista.

Najviše je dolazaka evidentirano u objektima u domaćinstvu 855.422 te 5.557.377 noćenja, što je 1% više nego 2023. godine. Slijede kampovi s 408.320 dolazaka i 2.560.851 noćenje ili 6% više. U hotelima je ostvareno 456.130 dolazaka te 1.457.132 noćenja, što je 7% više nego u istom razdoblju 2023. godine. U ostalim ugostiteljskim objektima za smještaj bilo je 200.615 dolazaka i 923.496 noćenja, što je 5% više. U objektima na OPG-u je bilo 3.634 dolazaka i 27.303 noćenja.

U plovnim objektima je bilo 116.913 dolazaka i 768.853 noćenja, što je 1% više nego 2023.

U nekomercijalnom smještaju je zabilježeno 134.888 dolazaka i 4.129.239 noćenja što je 3% manje nego 2023.

Što se tiče dolazaka **stranih gostiju** u 2024. godini, najviše je bilo dolazaka iz Njemačke 317.174 i 2.427.293 noćenja, što je 3% manje nego lani. Slijedi Slovenija s 232.755 dolazaka i 2.069.895 noćenja ili 3% više, Poljska 180.997 dolazaka i 1.140.291 noćenja što je povećanje od 9%, Češka 126.490 dolazaka i 931.160 noćenja ili 8% manje, Austrija 135.636 dolazaka i 864.609 noćenja, što je jednako kao 2023., Slovačka 105.623 dolaska i 773.237 noćenja što je 2% više te Mađarska 105.849 dolazaka i 641.132 noćenja ili 5% više.

V. OSTVARENJE PRIHODA I RASHODA

	PRIHODI	Plan za 2024.	Rebalans 2024.	Realizacija 2024.	Udio % u realizaciji	Indeks realizacija / rebalans
1.	Izvorni prihodi	2.050.000,00 €	2.120.000,00 €	2.161.425,95 €	61%	102
1.1.	Turistička pristojba	1.700.000,00 €	1.770.000,00 €	1.807.314,09 €	51%	102
1.2.	Članarina	350.000,00 €	350.000,00 €	354.111,86 €	10%	101
2.	Prihodi iz proračuna općine / grada / županije i državnog proračuna	10.000,00 €	7.500,00 €	5.000,00 €	0%	67
3.	Prihodi od sustava turističkih zajednica	230.000,00 €	236.408,65 €	236.190,36 €	7%	100
3.1.	Prihodi od sustava turističkih zajednica - zajedničke aktivnosti	50.000,00 €	46.100,00 €	45.881,71 €	1%	100
3.2.	Prihodi od HTZ-za raspod. sredstava iz fondova-posebne namjene	180.000,00 €	190.308,65 €	190.308,65 €	5%	100
4.	Prihodi iz EU fondova	- €	- €	- €	0%	0
5.	Prihodi od gospodarske djelatnosti	- €	- €	- €	0%	0
6.	Preneseni prihod iz prethodne godine	720.000,00 €	1.019.132,73 €	1.019.132,73 €	29%	100
7.	Ostali prihodi	210.000,00 €	160.000,00 €	167.278,08 €	5%	105
	SVEUKUPNO	3.220.000,00 €	3.543.041,38 €	3.589.027,12 €	101%	101

Izješće o radu za razdoblje I - XII 2024.

	RASHODI/AKTIVNOSTI	Plan za 2024.	Rebalans 2024.	Realizacija 2024.	Udio % u realizaciji	Indeks realizacija / rebalans
1.	ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE	50.000,00 €	31.250,00 €	24.343,75 €	1%	78
1.1.	Izrada strateških / operativnih / komunikacijskih / akcijskih dokumenata	- €	7.000,00 €	- €	0%	0
1.2.	Istraživanje i analiza tržišta	50.000,00 €	24.250,00 €	24.343,75 €	1%	100
1.3.	Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivno	- €	- €	- €	0%	0
2.	RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA	348.400,00 €	345.705,00 €	326.359,85 €	13%	94%
2.1.	Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda	- €	- €	- €	0	0,00%
2.1.1.	Razvoj sustava TOP doživljaja	- €	- €	- €	0	0,00%
2.2.	Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda	157.000,00 €	154.305,00 €	136.904,71 €	5%	89%
2.2.1.	Aktivni (outdoor ili adventure) turizam	50.000,00 €	62.500,00 €	44.673,34 €	2%	71%
2.2.2.	Nautički turizam	18.000,00 €	18.000,00 €	18.086,98 €	1%	100%
2.2.3.	Kulturni i doživljajni turizam	- €	- €	- €	0%	0%
2.2.4.	Razvoj eno-gastro turizma	45.000,00 €	45.000,00 €	48.928,05 €	2%	109%
2.2.5.	Klub kvalitete Premium	7.000,00 €	805,00 €	804,70 €	0%	100%
2.2.6.	Poslovni turizam	12.000,00 €	9.000,00 €	8.407,93 €	0%	1044%
2.2.7.	Projekt označavanja kvalitete u obiteljskom smještaju "Welcome"	12.000,00 €	6.000,00 €	5.978,82 €	0%	743%
2.2.8.	Ostali proizvodi	13.000,00 €	13.000,00 €	10.024,89 €	0%	1245%
2.3.	Podrška razvoju turističkih događanja	100.000,00 €	100.000,00 €	99.183,74 €	4%	99%
2.4.	Turistička infrastruktura	66.400,00 €	66.400,00 €	66.361,40 €	3%	100%
2.5.	Podrška turističkoj industriji	25.000,00 €	25.000,00 €	23.910,00 €	1%	96%
3.	KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE	1.650.000,00 €	1.673.770,00 €	1.577.916,60 €	61%	94
3.1.	Definiranje <i>branding</i> sustava i <i>brand</i> arhitek.	- €	- €	- €	0	0
3.2.	Oglašavanje destinacijskog brenda, turističke ponude i proizvoda	521.500,00 €	521.500,00 €	505.765,52 €	20%	97
3.2.1.	Izrada i provođenje Medija plana	400.000,00 €	410.000,00 €	398.736,14 €	15%	97
3.2.2.	Posebne tematske kampanje po tur.proizvodima i prigodne kampanje	90.000,00 €	80.000,00 €	75.529,38 €	3%	94
3.2.3.	Komunikacija na društvenim mrežama	31.500,00 €	31.500,00 €	31.500,00 €	1%	100
3.3.	Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR	170.000,00 €	155.000,00 €	143.315,46 €	6%	92
3.3.1.	Globalni PR	125.000,00 €	110.000,00 €	102.569,59 €	4%	93
3.3.2.	Domaći PR	25.000,00 €	25.000,00 €	19.048,45 €	1%	76
3.3.3.	Studijska putovanja za predstavnike medija u suradnji sa sustavom TZ	20.000,00 €	20.000,00 €	21.697,42 €	1%	108
3.4.	Marketinške i poslovne suradnje	600.000,00 €	570.000,00 €	535.371,81 €	21%	94
3.4.1.	Udruž.oglašavanje u suradnji sa sustavom TZ i predstavnicima turističke ponude	200.000,00 €	200.000,00 €	185.871,81 €	7%	93
3.4.2.	Strateški projekti i marketinške suradnje	330.000,00 €	300.000,00 €	280.000,00 €	11%	93
3.4.3.	Posebni programi i projekti	70.000,00 €	70.000,00 €	69.500,00 €	3%	99

Izvešće o radu za razdoblje I - XII 2024.

	RASHODI/AKTIVNOSTI	Plan za 2024.	Rebalans 2024.	Realizacija 2024.	Udio % u realizaciji	Indeks realizacija / rebalans
3.5.	Sajmovi, poslovne prezentacije i poslovne radionice	252.000,00 €	233.000,00 €	225.166,02 €	9%	97
3.5.1.	Nastupi na sajmovima	180.000,00 €	180.000,00 €	173.796,80 €	7%	97
3.5.2.	Organizacija i sudjelovanje na posebnim prezentacijama i poslovnim radionicama	72.000,00 €	53.000,00 €	51.369,22 €	2%	97
3.6.	Suradnja s organizatorima putovanja	25.000,00 €	35.000,00 €	28.027,08 €	1%	80
3.7.	Kreiranje promotivnog materijala	56.500,00 €	119.270,00 €	121.347,83 €	5%	102
3.7.1.	Produkcija promotivnih materijala	20.000,00 €	21.270,00 €	10.618,60 €	0%	50
3.7.2.	Priprema destinacijskih marketinških materijala	30.000,00 €	88.000,00 €	100.175,50 €	4%	114
3.7.3.	Izrada suvenira i ostalog promidžbenog materijala	6.500,00 €	10.000,00 €	10.553,73 €	0%	106
3.8.	Internetske stranice	22.000,00 €	37.000,00 €	17.712,21 €	1%	48
3.8.1.	Upravljanje određ.sadržajem na internetskim stranicama	10.000,00 €	25.000,00 €	6.256,25 €	0%	0
3.8.2.	Razvoj i održavanje internetskih stranica	12.000,00 €	12.000,00 €	11.455,96 €	0%	95
3.9.	Kreiranje i upravlj. bazama tur.podat.	3.000,00 €	3.000,00 €	1.210,67 €	0%	40
3.9.1.	Vođenje detaljne turističke baze podataka o ponudi i potražnji	- €	- €	- €	0%	0
3.9.2.	Otkup sadržaja, fotografija i ostalih podataka	3.000,00 €	3.000,00 €	1.210,67 €	0%	40
3.10.	Turističko-informativne aktivnosti	- €	- €	- €	0%	0
4.	DESTINACIJSKI MENADŽMENT	107.000,00 €	104.750,00 €	102.233,78 €	4%	98
4.1.	Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor	- €	- €	- €	0%	0
4.2.	Stručni skupovi i edukacije	30.000,00 €	25.000,00 €	25.082,91 €	1%	100
4.3.	Koordinacija i nadzor	4.000,00 €	6.000,00 €	4.799,80 €	0%	80
4.4.	Upravljanje kvalitetom u destinaciji	70.000,00 €	70.000,00 €	68.601,07 €	3%	98
4.5.	Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša	3.000,00 €	3.750,00 €	3.750,00 €	0%	100
5.	ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA	- €	- €	- €	0%	0
5.1.	Međunarodne strukovne i sl. organizacije	- €	- €	- €	0%	0
5.2.	Domaće strukovne i sl. organizacije	- €	- €	- €	0%	0
6.	ADMINISTRATIVNI POSLOVI	374.000,00 €	374.000,00 €	345.922,18 €	13%	92
6.1.	Plaće	290.000,00 €	290.000,00 €	270.544,86 €	10%	93
6.2.	Materijalni troškovi	80.000,00 €	80.000,00 €	72.068,44 €	3%	90
6.3.	Tijela turističke zajednice	4.000,00 €	4.000,00 €	3.308,88 €	0%	83
7.	REZERVA	40.000,00 €	40.000,00 €	- €	0%	0
8.	POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE	- €	- €	- €	0%	0
	SVEUKUPNO 1	2.569.400,00 €	2.569.475,00 €	2.376.776,16 €	92%	93
9.	FONDOVI - posebne namjene					
	Fond za turističke zajednice na turistički nedovoljno razvijenim područjima i kontinentu	180.000,00 €	190.308,65 €	212.494,49 €	8%	112
	Fond za projekte udruženih TZ-a	- €	- €	- €		
	SVEUKUPNO 2	180.000,00 €	190.308,65 €	212.494,49 €	8%	112
	TOTAL SVEUKUPNO 1 + SVEUKUPNO 2	2.749.400,00 €	2.759.783,65 €	2.589.270,65 €	100%	
	prijenos viška	470.600,00 €	783.257,73 €	999.756,47 €		

VI. USPOREDBA IZVRŠENJA FINANCIJSKOG PLANA ZA 2024. GODINU S POVEZNICOM UZ PROGRAME, AKTIVNOSTI I PROJEKTE

Skupština Turističke zajednice Zadarske županije je donijela Izmjene financijskog plana za 2024. godinu u prosincu 2024. godine nakon što su neke od stavaka prihoda i rashoda mogle biti realno planirane.

Slijedi usporedba između planiranog i ostvarenog u 2024. godini s obrazloženjem.

PRIHODI

PRIHODI			Plan za 2024.	Izmjene plana za 2024.	Izvršenje 2024.	Indeks izvršenja / plan
3	PRIHODI (AOP 002+005+008+011+024+032+041)	001	2.500.000	2.523.909	2.569.894	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	350.000	354.112	101
33	Prihodi po posebnim propisima (AOP 009+010)	008	1.700.000	1.770.000	1.807.314	102
34	Prihodi od imovine (AOP 012+021)	011	1.000	2.100	2.040	97
35	Prihodi od donacija (AOP 025+028 do 031)	024	240.000	198.000	195.309	99
36	Ostali prihodi (AOP 033+036+037)	032	209.000	203.809	211.119	104
37	Prihodi od povezanih neprofitnih organizacija (AOP 042+043)	041	0	0	0	0

Ukupni prihodi Turističke zajednice Zadarske županije su Izmjenama plana planirani u iznosu od 2.523.909 €, a ostvareno je 2.569.894 € što je 2% više.

Od toga je prihod od turističke članarine planiran u iznosu od 350.000 €, a ostvareno je 354.112 €. U 2024. ostvareno je 1% više članarine nego što je Izmjenama planirano.

Prihod od turističke pristojbe u 2024. iznosi 1.807.314 € dok je Izmjenama planirano 1.770.000 €, što je 2% više. Do veće realizacije u odnosu na Izmjene je došlo zbog nešto bolje naplate dugovanja do kraja godine.

Prihod od imovine se odnosi na pozitivne tečajne razlike, planiran je u iznosu od 2.100 €, a ostvareno je svega 2.040 €. Odstupanje je minimalno.

Prihodi od donacija su planirani u iznosu od 198.000 €, te je ostvareno 195.309 €. Ovdje se radi o prihodima od Zadarske županije u visini od 5.000 € za podršku razvoju eno-gastro turizma Zadarske županije te 190.309 € 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 203.809 €, vezani su za marketinšku suradnju s avio-kompanijama i zajedničke nastupe na sajmovima, a ostvareni su u iznosu od 211.119 € što je 4% više od plana. Do odstupanja je došlo jer su za strateške projekte povučena veća sredstva s posebnog računa za zajedničke marketinške kampanje avio-prijevoznika.

Izvešće o radu za razdoblje I - XII 2024.

RASHODI

	RASHODI		Plan za 2024.	Izmjene plana za 2024.	Izvršenje 2024.	Indeks izvršenje / plan
4	RASHODI (AOP 045+057+098+099+110+115+126)	044	2.799.400	2.759.784	2.537.066	92
41	Rashodi za radnike (AOP 046+051+052)	045	290.000	290.000	282.112	97
411	Plaće (AOP 047 do 050)	046	235.500	235.500	231.193	98
4111	Plaće za redovan rad	047	235.500	235.500	231.193	98
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
412	Ostali rashodi za radnike	051	16.000	16.000	13.433	84
413	Doprinosi na plaće (AOP 053 do 056)	052	38.500	38.500	37.486	97
4131	Doprinosi za zdravstveno osiguranje	053	38.500	38.500	37.486	97
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	2.076.450	2.047.634	1.760.346	86
421	Naknade troškova radnicima (AOP 059 do 061)	058	72.000	70.000	74.599	107
4211	Službena putovanja	059	60.000	58.000	69.913	121
4212	Naknade za prijevoz, za rad na terenu i odvojeni život	060	8.500	8.500	4.686	55
4213	Stručno usavršavanje radnika	061	3.500	3.500	0	0
422	Naknade članovima u predstavničkim i izvršnim tijelima, povjerenstvima i slično (AOP 063 do 066)	062	4.000	4.000	3.309	83
4221	Naknade za obavljanje aktivnosti	063	4.000	4.000	3.309	83
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	54.000	27.770	51
4241	Naknade za obavljanje aktivnosti	073	30.000	30.000	2.381	8
4242	Naknade troškova službenih putovanja	074	24.000	24.000	25.389	106
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	1.857.500	1.832.484	1.567.411	86
4251	Usluge telefona, pošte i prijevoza	078	17.000	17.000	18.355	108
4252	Usluge tekućeg i investicijskog održavanja	079	17.000	17.000	1.597	9
4253	Usluge promidžbe i informiranja	080	1.650.000	1.584.984	1.329.623	84
4254	Komunalne usluge	081	1.200	1.200	591	49
4255	Zakupnine i najamnine	082	15.000	15.000	19.357	129
4256	Zdravstvene i veterinarske usluge	083	8.300	8.300	6.030	73
4257	Intelektualne i osobne usluge	084	59.000	59.000	49.224	83
4258	Računalne usluge	085	30.000	30.000	18.800	63
4259	Ostale usluge	086	60.000	100.000	123.834	124
426	Rashodi za materijal i energiju (AOP 088 do 091)	087	64.700	64.700	65.054	101
4261	Uredski materijal i ostali materijalni rashodi	088	60.000	60.000	64.575	108
4262	Materijal i sirovine	089	0	0	0	0
4263	Energija	090	2.500	2.500	457	18
4264	Sitan inventar i auto gume	091	2.200	2.200	22	1
429	Ostali nespomenuti materijalni rashodi (AOP 093 do 097)	092	24.250	22.450	22.203	99
4291	Premije osiguranja	093	0	0	0	0
4292	Reprezentacija	094	20.000	17.850	18.634	104
4293	Članarine	095	150	500	327	65
4294	Kotizacije	096	3.500	3.500	3.242	93
4295	Ostali nespomenuti materijalni rashodi	097	600	600	0	0
43	Rashodi amortizacije	098	50.000	42.000	41.548	99

Izvršće o radu za razdoblje I - XII 2024.

RASHODI			Plan za 2024.	Izmjene plana za 2024.	Izvršenje 2024.	Indeks Izvršenje / plan
44	Financijski rashodi (AOP 100+101+105)	099	12.800	10.000	9.258	93
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	12.800	10.000	9.258	93
4431	Bankarske usluge i usluge platnog prometa	106	10.000	7.200	6.320	88
4432	Negativne tečajne razlike i valutna klauzula	107	1.800	2.500	2.913	117
4433	Zatezne kamate	108	500	150	25	17
4434	Ostali nespomenuti financijski rashodi	109	500	150	0	0
45	Donacije (AOP 111+114)	110	330.000	330.000	443.786	134
451	Tekuće donacije (AOP 112+113)	111	330.000	330.000	443.786	134
4511	Tekuće donacije	112	330.000	330.000	443.786	134
4512	Stipendije	113	0	0	0	0
452	Kapitalne donacije	114	0	0	0	0
46	Ostali rashodi (AOP 116+121)	115	40.150	40.150	16	0
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	11
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	40.000	0	0
4621	Neotpisana vrijednost i drugi rashodi otuđene i rashodovane dugotrajne imovine	122	0	0	0	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	40.000	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 org.	127	0	0	0	0
4712	Kapitalni rashodi vezani uz financiranje povezanih neprofitnih org.	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	2.799.400	2.759.784	2.537.066	92
	VIŠAK PRIHODA (AOP 001-133)	134			32.828	
	MANJAK PRIHODA (AOP 133-001)	135	-299.400	-235.875	0	
5221	Višak prihoda – preneseni	136	1.133.119	1.402.609	1.402.609	100
5222	Manjak prihoda – preneseni	137	0	0	0	
	Obveze poreza na dobit po obračunu	138	0	0	0	
	Višak prihoda raspoloživ u sljedećem razdoblju (AOP 134+136-135-137-138)	139	833.719	1.166.734	1.435.437	123
	Manjak prihoda za pokriće u sljedećem razdoblju (AOP 135+137-134-136+138)	140	0	0	0	

Ukupni rashodi Turističke zajednice Zadarske županije su planirani u iznosu od 2.759.784 €, a ostvareno je 2.537.066 € što je 8% manje.

Od toga su rashodi za radnike planirani u iznosu od 290.000 €, a ostvareno je 282.112 € ili 3% manje. Rashodi za radnike se u Programu rada vode pod „Administrativni rashodi“.

Materijalni troškovi u 2024. iznose 1.760.346 € dok je Izmjenama planirano 2.047.634 €, što je 14% manje.

U strukturi materijalnih troškova naknade troškova radnicima iznose 74.599 €, Izmjenama je planirano 70.000 €. Naknade članovima predstavničkih tijela (Turističko vijeće) su planirane u iznosu od 4.000 €, a ostvareno je 3.309 € ili 17% 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 54.000 €, a ostvareno je 27.770 €, što je 49% manje. Ove naknade se odnose na osobe koje su angažirane kao turistički informatori na stranim turističkim sajmovima, kuhari i sommelieri na enogastro prezentacijama. U 2024. je održano manje sajmova i prezentacija tako da je bilo potrebno manje angažiranje vanjskih suradnika. Taj trošak se vodi pod „Sajmovi“ i „Posebne prezentacije“.

Rashodi za usluge čine najveći dio materijalnih troškova, planirani su u iznosu od 1.832.484 €, a ostvareno je 1.567.411 € ili 14% manje. Najveći dio iznosa čine usluge promidžbe i informiranja i to 1.329.623 €, dok je planirano 1.584.984 €, što je 16% 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 49.224 €, 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 64.700 €, a ostvareno je 65.054 €, što je jednako planiranom. Ovi su troškovi sastavni dio „Administrativnih troškova“.

Ostali nespomenuti materijalni rashodi iznose 22.203 € što je isto kao planirano. 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 enogastro konferencija koja se vodi pod „Razvoje enogastro turizma“, 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 projektu „Welcome“ i drugo.

Izvešće o radu za razdoblje I - XII 2024.

Rashodi amortizacije su planirani u iznosu od 42.000 €, a ostvareno je 41.548 €. 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 10.000 €, a utrošeno je 9.258 € ili 7% 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 TZŽ proslijedila lokalnim TZ-ima. Ova se sredstva vode pod „Fondovi-posebne namjene“. Za donacije je planirano 330.000 €, a utrošeno je 443.786 € ili 34% više.

Ostali rashodi iznose 16 €, a planirani su u iznosu od 40.150 €. Ova sredstva predstavljaju rezervni fond koji moramo planirati sukladno Metodologiji i vrlo rijetko se utroše.

U 2024. godini je ostvareno 32.828 € viška prihoda nad rashodima. Preneseni prihod iz prethodnih razdoblja iznosi 1.402.609 € pa ukupni prihod raspoloživ u sljedećem razdoblju iznosi 1.432.437 €. 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 2024. godinu usvojen je na sjednici Skupštine Turističke zajednice Zadarske županije u prosincu 2023. godine.

TZ Zadarske županije je u 2024. godini izvršila gotovo sve aktivnosti utvrđene u Programu rada za 2024. s naglaskom na gotovo 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. Studijska putovanja novinara i agenata, događanja su provedena u potpunosti, a TZŽ je provela 3 Javna poziva, za udruženo oglašavanje u promotivnim kampanjama, za potpore događanjima i za potpore DMK. Proveden je i javni natječaj za dodjelu sredstava za projekte LTZ na turistički nedovoljno razvijenom području. Također je TZŽ provela poziv za iskaz interesa za ciklo-pješačke projekte LTZ-a. Svi sajamski nastupi planirani u ovom razdoblju 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. Tako je organizirana velika gastro manifestacije u Ljubljani te smo se pridružili HTZ-u u organizaciji eno-gastro prezenetacije i večere za vrijeme trajanja turističkog sajma Borsa del Turismo u Napulju. Nastavljena je suradnja s gastro vodičem Gault&Millau Hrvatska koji je na svoje stranice uvrstio još veći broj ugostiteljskih objekata u Zadarskoj županiji. Zajedno s HTZ-om uspostavljena je suradnja i s Michelinom.

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 nepunih 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).

TZ Zadarske županije redovito konzultira Vijeće i Povjerenstvo za raspolaganje 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 2024. godine, i dalje je bila 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.