



PROGRAM RADA I FINANCIJSKI PLAN TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA NOVI VINODOLSKI ZA 2026. GODINU

studenj, 2025. g.

STRUKTURA PLANIRANJA ZA 2026.g.

		PRIHODI	Rebalans plana za 2025	Plan za 2026. (eur)	Indeks	Udio %
1.		Izvorni prihodi	490.000,00	523.000,00	106,73	71,61
	1.1	Turistička pristojba	435.000,00	468.000,00	107,59	64,08
	1.2	Članarina	55.000,00	55.000,00	100,00	7,53
2.		Prihodi iz proračuna općine/grada/županije i državnog proračuna	150.000,00	143.000,00	95,33	19,58
3.		Prihodi od sustava turističkih zajednica	6.500,00	10.000,00	153,85	1,37
4.		Prihodi iz EU fondova	-	-	-	0
5.		Prihodi od gospodarske djelatnosti	13.400,00	16.000,00	119,40	2,19
6.		Preneseni prihod iz prethodne godine	19.600,00	37.300,00	190,31	5,11
7.		Ostali prihodi	500,00	1.000,00	200,00	0,14
		SVEUKUPNO	680.000,00	730.300,00	107,40	100,00

		AKTIVNOSTI	Rebalans plana za 2025. (eur)	Plan za 2026. (eur)	Indeks	Udio %
1.		ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE	25.000,00	33.000,00	132,00	4,52
		Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijsk ih dokumenata	20.000,00	20.000,00	100,00	2,74
	1.1					
	1.2	Istraživanje i analiza tržišta	-	5.000,00	-	0,68
	1.3	Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti	5.000,00	8.000,00	160,00	1,10
2.		RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA	324.000,00	337.000,00	104,01	46,15
		Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda	20.000,00	20.000,00	100,00	2,74
	2.1					
	2.2	Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda	10.000,00	15.000,00	150,00	2,05
	2.3	Podrška razvoju turističkih događanja	275.000,00	275.000,00	100,00	37,66
	2.4	Turistička infrastruktura	4.000,00	5.000,00	125,00	0,68
	2.5	Podrška turističkoj industriji	15.000,00	22.000,00	146,67	3,01
3.		KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE	175.500,00	217.800,00	124,10	29,82
		Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice	5.000,00	5.000,00	100,00	0,68
	3.1					
	3.2	Suradnja s organizatorima putovanja	11.000,00	15.000,00	136,36	2,05
	3.3	Kreiranje promotivnog materijala	51.000,00	61.300,00	120,20	8,39
	3.4	Internetske stranice	15.000,00	20.000,00	133,33	2,74
	3.5	Kreiranje i upravljanje bazama turističkih poda	3.500,00	6.500,00	185,71	0,89
	3.6	Turističko-informativne aktivnosti	90.000,00	110.000,00	122,22	15,06
4.		DESTINACIJSKI MENEDŽMENT	8.000,00	17.000,00	212,50	2,33
		Turistički informacijski sustavi i aplikacije				
	4.1	/eVisitor	3.000,00	4.000,00	133,33	0,55

4.2	Upravljanje kvalitetom u destinaciji	1.500,00	8.000,00	533,33	1,10
4.3	Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša	3.500,00	5.000,00	142,86	0,68
5.	ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA	700,00	1.000,00	142,86	0,14
5.1	Međunarodne strukovne i sl. organizacije	-	-	-	0,00
5.2	Domaće strukovne i sl. organizacije	700,00	1.000,00	142,86	0,14
6.	ADMINISTRATIVNI POSLOVI	84.500,00	99.500,00	117,75	13,62
6.1	Plaće	61.000,00	76.000,00	124,59	10,41
6.2	Materijalni troškovi	20.000,00	20.000,00	100,00	2,74
6.3	Tijela turističke zajednice	1.500,00	1.500,00	100,00	0,21
6.4	Ostale aktivnosti	2.000,00	2.000,00	-	0,27
7.	REZERVA	15.000,00	15.000,00	-	2,05
8.	POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE	-	-	-	0,00
	SVEUKUPNO	632.700,00	720.300,00	113,85	98,63
	OSTALO	10.000,00	10.000,00	100,00	1,37
#	TOTAL SVEUKUPNO	642.700,00	730.300,00	113,63	100,00

37.300,00	-
-----------	---

Novi Vinodolski, studeni 2025.godine

SADRŽAJ

UVOD.....	2
AKTIVNOSTI I CILJEVI ZA 2026. GODINU	4
TURISTIČKI PROMET U PRETHODNOJ, 2025. GODINI	8
PLANIRANI PRIHODI ZA 2026. GODINU.....	11
1. IZVORNI PRIHODI	12
1.1. Turistička pristojba	12
1.2. Članarina	13
PLANIRANI PRIHOD OD TURISTIČKE PRISTOJBE U 2026.GODINI.....	15
Broj noćenja.....	15
2. PRIHODI IZ PRORAČUNA GRADA, ŽUPANIJE I DRŽAVNOG PRORAČUNA	16
3. PRIHODI OD SUSTAVA TURISTIČKIH ZAJEDNICA.....	16
4. PRIHODI OD EU FONDOVA	16
5. PRIHODI OD GOSPODARSKE DJELATNOSTI.....	16
6. PRENESENI PRIHODI IZ PRETHODNE GODINE	17
7. OSTALI PRIHODI	17
AKTIVNOSTI ZA 2026. GODINU	18
1. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE.....	19
1.1. Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata	19
1.2. Istraživanje i analiza tržišta	20
1.3. Kontrola i mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti	20
2. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA	21
2.1. Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda	21
2.2. Sustavi označavanja kvalitete	22
2.3. Podrška razvoju turističkih proizvoda	24
2.3.1. Zimski maškarani običaji.....	24
2.3.2. Uskršnji doručak, Novljanski gušti	25
2.3.3. FIT4NOVI	25
2.3.4. Altroke food festival.....	26
2.3.5. Mesopusna nostalgija	26
2.3.6. Okolotorno – Tragovima novljanske povijesti.....	27
2.3.7. Fešta od kilometra	28
2.3.8. Snovi Vinodolski	28
2.3.9. Ružica Vinodola.....	29
2.3.10. Sportske manifestacije	29

2.3.11. Novi Advent, klizalište i Zdravica Novoj	30
2.3.12. MARINJE.....	31
2.3.13. GLAZBENE LIETNE VEČERI, MJESNE PROSLAVE I SL.	31
2.4. Turistička infrastruktura.....	31
2.5. Podrška turističkoj industriji	32
3. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE	32
3.1. Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice	33
3.2. Suradnja s organizatorima putovanja.....	34
3.3. Kreiranje promotivnih materijala	34
3.4. Internetske stranice	35
3.5. Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka	36
3.6. Turističko informativne aktivnosti.....	37
3.6.1. Upravljanje TIC-evima	37
3.6.2. Održavanje turističke signalizacije	38
4.1. Turistički informacijski sustav i aplikacije /e Visitor.....	38
4.2. Upravljanje kvalitetom u destinaciji	39
4.3. Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša	40
5. ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA.....	40
5.1. Međunarodne strukovne i sl. organizacije	40
5.2. Domaće strukovne i sl. organizacije.....	41
6. ADMINISTRATIVNI POSLOVI	42
6.1. Plaće.....	42
6.2. Materijalni troškovi.....	43
6.3. Tijela turističke zajednice	43
6.4. Ostale aktivnosti.....	43
7. REZERVA.....	44
8. POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE.....	44
9. OSTALO.....	44

UVOD

Godišnji program rada Turističke zajednice Grada Novog Vinodolskog izrađen je u skladu sa Zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma („Narodne novine“ broj 52/19, 42/20), Zakonom o turizmu (NN 156/23 na snazi od 1.01.2024.), Statutu Turističke zajednice Grada Novog Vinodolskog (Narodne novine Primorsko-goranske županije broj 32/20), Strategijom razvoja turizma Crikveničko-vinodolske rivijere 2019.-2029., strateškim Planom razvoja turizma Primorsko-goranske županije do 2030. godine, Strategijom razvoja održivog turizma do 2030. godine (NN 2/2023) te marketinškim smjernicama i uputama Hrvatske turističke zajednice.

Kroz program rada naglasak će biti stavljen na jačanje brenda grada kroz povijesnu notu i na outdoor segment koji je sve više tražen, a Novi Vinodolski je zbog svog zelenog zaleđa i šetnica uz more pogodan za razvoj ovih segmenata. Novi Vinodolski će se i dalje nastaviti razvijati i kao dio subregije – Crikveničko-vinodolske rivijere kroz suradnju u raznim segmentima djelovanja. Novi Vinodolski je zbog svog odličnog geografskog položaja te velikog broja vikendica - vikend destinacija, a s obzirom na blizinu ostatka Hrvatske i emitivnih tržišta, posjećen kroz cijelu godinu. Novi Vinodolski je uz pomoć svog povijesnog značaja, ali i manifestacija sve više prepoznat unutar granica Lijepe naše, ali i van nje na čemu će se nastaviti raditi i u narednim godinama. Godina 2025. bila je na nivou u noćenjima i dolascima u odnosu na 2024. godinu, što je zasigurno rezultat i dužeg perioda rada hotela na destinaciji.

No, hotelski kapaciteti su i dalje problematična stavka, dok se broj privatnih iznajmljivača kroz godine povećava, ali je ove godine zabilježen blagi pad upravo u toj vrsti smještaja. Ove godine u plan dodajemo i izračunavanje prihvatnog kapaciteta i plan upravljanja što ima za zadatak izregulirati sve segmente na destinaciji pazeći na održivost. Otvorenost hotela i ugostiteljska ponuda su ključni kako bi gosti dolazili i izvan glavne sezone, a time bi se formirao i dodatni sadržaj koji bi isto pratio. Ono na čemu radimo su događanja u svibnju i rujnu/listopadu, a ove smo godine vidjeli da su dali i jako dobre rezultate, naročito predsezona odnosno svibanj. Dodatna prilika je i Advent, koji također privuče određeni broj, uglavnom domaćih ljudi.

S obzirom na ponudu destinacije Novi Vinodolski, ali i susjednih destinacija s kojima se zajednički radi kroz razne udružene aktivnosti, ciljana skupina su nam obitelji s djecom i

umirovljenici te osobe željne aktivnog odmora. Zajednički smo izradili kartu biciklističkih i šetačkih staza, koje obuhvaćaju šetnice i staze uz more i u zaleđu te će se u idućoj godini dodatno raditi na valorizaciji istih. Aminess Lišanj Family Hotel je važna karika novljanskog turizma s obzirom da radi gotovo cijelu godinu, privlači obitelji s djecom i ima veoma dobre povratne informacije od gostiju, a veseli što je Novi Resort dobio nove vlasnike i promjenio je ime u Mövenpick Residences Kvarner Bay. Novi vlasnici krenuli su veliku kapitalnu investiciju i koji planiraju s radom započeti 1. lipnja 2026. godine te raditi 365 dana u godini s naglaskom na ponudu za obitelji s djecom te segment hrane i pića. Hotelski kapaciteti se razvijaju upravo s naglaskom na ponudu za našu ciljanu skupinu, a svakako će moći održavati i razne kongrese izvan sezone, što je veliki potencijal za destinaciju.

Kroz cijelu godinu je održan veliki broj raznih manifestacija. Postojeće su oplemenjene novim segmentima, a uvedene su i neke nove manifestacije i programi. Naš grad osim događanja, određuje njegova povijest – Vinodolski zakon, Mažuranići, Frankopani – što nastojimo koristiti kroz razne storytelinge i manifestacije kao što su Okolotorno i Ružica Vinodola. Nastavit ćemo razvijati manifestacije izvan sezone kao što su Altroke food festival i Novi trail te outdoor aktivnosti i Advent. Time ćemo nastojati privući nove posjete i izvan glavne sezone. Ljetni karneval je modificiran u jedan malo drugačiji program Mesopusna nostalgija koja u fokusu imati narodne običaje – nematerijalno kulturno dobro, što će biti nastavljeno i u idućoj godini.

Povijest grada, uz prekrasno zeleno zaleđe, naš običaj, sakralno i građevno nasljeđe, vinograde i vinariju čiji produkt imamo i u imenu, ali i neke skrivene kutke i zanimljivosti ćemo još više isticati te na taj način ispričati lijepu priču i stvoriti doživljaj za svakoga tko dođe bilo to s namjerom ili usput – u Novi Vinodolski.

AKTIVNOSTI I CILJEVI ZA 2026. GODINU

Prilikom planiranja važno je voditi se ciljevima turističkih zajednica koji su zapravo usmjereni na tri pravca: razvoj i marketing destinacije kroz koji se planira i razvija turistički proizvod te financira i donose odluke koje će se kasnije provoditi; osiguravanje cjelovitije zastupljenosti specifičnih lokalnih/regionalnih interesa kroz povezivanje svih aktera u turizmu u pojedinoj destinaciji i zajedničko jačanje lokalne inicijative kako bi se stvorio proizvod s kojim se može konkurirati te poboljšanje uvjeta boravka turista u destinaciji i razvijanje svijesti o učincima turizma na sve sfere života i potrebi da se zaštiti okoliš, prirodna i kulturna baština koja se koristi kroz promociju destinacije odnosno u skladu s održivosti.

Isto tako, razvoj turizma za buduće razdoblje temelji se na očuvanju prirodnih i kulturnih resursa, zaštiti zdravlja i sigurnosti te održivom upravljanju destinacijom i prihvatnim kapacitetima te se u skladu s time planiraju i sve aktivnosti koje će se provoditi što će biti dodatno apostrofirano kroz računanje prihvatnog kapaciteta i plana upravljanja destinacijom.

Ciljevi i aktivnosti u idućem razdoblju

- nastavak suradnje s Turističkom zajednicom Grada Crikvenice i Turističkom zajednicom Općine Vinodolske općine u projektima outdoor, interpretacije baštine i eno-gastronomije
- nastavak suradnje s Turističkom zajednicom Kvarnera u promociji destinacije u tuzemstvu i inozemstvu te provođenju raznih programa
- okupljanje i suradnja svih aktera koji stvaraju turističku sliku destinacije (ugostitelji, hotelijeri, marine, agencije, privatni iznajmljivači, obrtnici, poduzetnici, Grad, itd..) te postavljanje zajedničkih ciljeva za promociju destinacije i realizaciju programa
- nastavak suradnje s TZ Kvarnera i HTZ-om prilikom organizacije studijskih posjeta novinara, organizatora putovanja i influencera/blogera pojedinih segmenata ponude (travel blogger, gastro blogeri..)
- zajedničko promišljanje i poticanje ulaganja u turističku infrastrukturu s Gradom Novim Vinodolskim te sugestije oko uređenja infrastrukture u destinaciji

- poticanje svih aktera u turizmu na promišljanje o novim turističkim proizvodima i uključivanje u realizaciju istih
- zaštita i valorizacija prirodne i kulturne baštine te zaštite okoliša (plaža i zelenih površina, sakralne i graditeljske baštine) te dodatna valorizacija istih
- pravovremeno, kontinuirano i konkretno informiranje medija/turista/stanovnika o svim aktualnostima
- kreiranje sadržaja u offline i online medijima (s naglaskom na društvene mreže i web stranicu na minimalno dva jezika) te promocija na emitivnim tržištima
- priprema – provedba – evaluacija i korekcije – mjerenje učinkovitosti učinjenoga (medija, događanja, oglašavanja i sl.) – kontrola i poboljšanje

Svi planovi i ciljevi za iduće razdoblje radit će se na temelju realizacije 2025. godine planirajući veći broj noćenja u 2026. u hotelima budući da se očekuje da će Novi Resort u 2026.g. otvoriti svoja vrata. Kada se planira, jako je važno u obzir uzeti i tržišta s kojih dolaze gosti, ali isto tako i situaciju u državi, naročito kada se govori o cijenama koje su ove godine bile vrlo česta tema. Cijene su porasle u odnosu na planiranje, najviše kada se govori o cijenama glazbenih nastupa, što je i veliki dio troška turističke zajednice kroz godinu te je izrađen Rebalans plana koji je ujedno bio i temelj za planiranje. S obzirom da se kroz godine nastoji unaprijediti sve ono što radimo na destinaciji, uzela se u obzir isplativost i mogućnosti te će sve biti ugrađeno u plan. Gosti se zadržavaju na destinaciji nešto kraće, što je donio drugačiji stil života te manje planiranja nego što je to bilo prije. Ono što je jako bitno je sigurnost, koja je i dalje prisutna i to se kroz mnoga istraživanja, posjetiteljima pokazalo kao jako bitno te se nadam da ćemo to kao destinacija i kao cijela država, zadržati.

Prilagođavamo se posjetiteljima koji žele doživljaj, žele više istraživati, boraviti na otvorenom, kretati se, upoznati život lokalnih ljudi i sudjelovati u njemu. Imamo veliko područje koje je veoma raznoliko i uistinu nudi brojne mogućnosti koje ćemo nastojati dodatno iskoristiti. Gosti koji dolaze iz navedenih razloga u destinaciju veće su platežne moći i ne dolaze nužno u

sezoni, draži im je dolazak u pred i posezoni što je veoma bitan moment. Tu dolazimo do problema nedostatka smještajnih kapaciteta u hotelima, što će u budućnosti promijeniti.

Specifični ciljevi koji će se nastojati postići su slijedeći:

- osnaživanje destinacije kroz manifestacije s naglaskom na valorizaciju tradicije, kulture, zaleđa i gastronomije (Ružica Vinodola, FIT4NOVI, Pjenušavi doručak, Okolotorno)

- veća vidljivost i novi dolasci uz intenzivnije oglašavanje na emitivnim tržištima –

samostalno, s gospodarstvom, na razini subregije i regije

- postupno rješavanje problema sezonalnosti turizma kroz nove sadržaje koji će biti poticaj i za jačanje dodatne infrastrukture

Kada se govori o posjetiteljima naše destinacije i dalje su Nijemci na prvom mjestu, a slijede ih domaći gosti. Mađari, Slovenci, Česi, Poljaci i Austrijanci također su, ovisno o periodu godinu, među najbrojnijima na destinaciji. Analizom prvih devet mjeseci, vidljivo je da su rezultati što se tiče noćenja lošiji za 3 %, odnosno što se tiče dolazaka 5% lošiji. Predsezona je bila jako dobra, a vjerujemo da bi rezultat bio isti kao 2024. ili bolji da je Novi resort radio. Zbog planova u hotelskim kapacitetima i najavama za iduću godinu, plan ćemo temeljiti na realizaciji 2025. godine odnosno nešto više zbog Novog Resorta. Što se tiče turističke pristojbe za 2026.g. iznos paušala ostaje isti kao u 2025.g.

Novi Vinodolski je grad koji je auto destinacija na odličnom geografskom položaju i prijedlog prema TZ Kvarneru je išao u smjeru jačanja suradnje s autobuserima koji dovode posjetitelje i van sezone, umjesto plaćanja avio oglašavanja čije linije uglavnom idu u glavnoj sezoni kada na destinaciji imamo dovoljan broj gostiju. Problem je što zahtjevi autobusera nisu veliki i svi se uspiju zadovoljiti, za razliku od onih za avio prijevoz gdje postoji dodatan problem sa Zračnom lukom Rijeka. S obzirom na sve veću popularnosti kampinga, u razmišljanju smo i oko promocije na tom tržištu kako bismo privukli još veći broj kampera na naše područje o čemu treba dobro promisliti s obzirom na opremljenost i veličinu kampova koji već sada imaju jako dobru popunjenost. Ono što posebno veseli je da se veliki broj gostiju vraća na destinaciju.

Svi naši naponi bit će i dalje usmjereni ka promoviranju destinacije prije svega prema nama zanimljivim emitivnim tržištima te prema ciljnim skupinama koje mogu kvalitetno provesti vrijeme u Novom Vinodolskom. Ono što nedostaje je isto tako ugostiteljska ponuda koja bi radila dulje od četiri mjeseca odnosno sezone što je trenutna situacija pa bi svakako trebalo razmisliti na koji način ih potaknuti da rade, pogotovo sada kada postoji i problem nedostatka radne snage. Jedan od razloga dolaska je svakako gastro i eno ponuda, ljudi se informiraju i educirani su na tom području te im moramo pružiti taj doživljaj. Osim toga, Kvarner postaje Europska regija gastronomije 2026. godine te u tom smjeru treba razmišljati kako bi i mi kao grad pridonijeli ponudi Kvarnera.

Crikveničko – vinodolska rivijera je kroz sufinanciranje Hrvatske turističke zajednice, a u suradnji s tvrtkom Digitalne kulturne transformacije i uz uključivanje gospodarstva, krenula u razvoj novog gastro turističkog proizvoda te će za početak biti izrađena dokumentacija kao podloga za daljnje aktivnosti. U tom dokumentu će biti detektirani svi oni koji na bilo koji način sudjeluju u razvoju gastronomije na području CVR-a te isto tako i namirnice koje se koriste i manifestacije koje se provode kako bi se utvrdio daljnji smjer razvoja. Isto tako, nastavlja se raditi i na interpretaciji baštine te se ove godine interpretiraju tri staze na području tri JLS-a, a koje spadaju u mrežu pješačkih staza. U budućnosti će se svakako nastaviti sa aktivnostima u segmentu gastronomije, interpretacije baštine i outdoor.

Nastavljamo i sa udruživanjem sredstava i promocijom sa gospodarstvom, zatim sa regionalnom turističkom zajednicom te sa HTZ-om kroz razna događanja koja podržavaju.

Veoma je važna komunikacija na razini destinacije, pogotovo s pružateljima raznih usluga koji su u direktnom kontaktu s gostom i koji imaju informacije na čemu treba dodatno raditi, što nedostaje, što je kvalitetno odrađeno, a gdje ima mjesta za napredak. Upravo zato će se organizirati i edukacije i razgovori s ugostiteljima, iznajmljivačima i gospodarstvom kako bi zajednički stigli do cilja – ugodnijeg i sadržajnijeg boravka gosta na destinaciji, pružanja doživljaja i izazivanje pozitivnih emocija.

TURISTIČKI PROMET U PRETHODNOJ, 2025. GODINI

Na području Turističke zajednice Grada Novi Vinodolski u razdoblju siječanj – rujan 2025.. godine ostvareno je ukupno 626.239 noćenja, odnosno 3% manje nego 2024. godinu. Na rezultat manjeg broja ukupno ostvarenih noćenja utjecao je manji broj ostvarenih noćenja u privatnom smještaju za 3% u odnosu na 2024. g. te u ostalim ugostiteljskim objektima za smještaj manje u odnosu na 2024.g. za 21 %. Naime, u ovu skupinu pripada apartmansko naselje Novog Resorta koje nije radilo zbog renoviranja i upravo je tu razlog manjeg broj noćenja. Dobro je što je kooperanti koji rade na obnovi hotela i apartmana imaju veliki broj djelatnika koji su prijavljeni u sustav te je samim time ostvaren dobar dio noćenja, odnosno ostvaren je i prihod od turističke pristojbe. Očekuje se da će tako biti i tijekom mjeseca listopada, studenog i prosinca, a pošto će hotel Lišanj raditi i tijekom mjeseca listopada i dijelom studenog očekuje se bi do kraja godine broj ostvarenih noćenja iznosio 646.239 što je 1 % manje od planiranog.

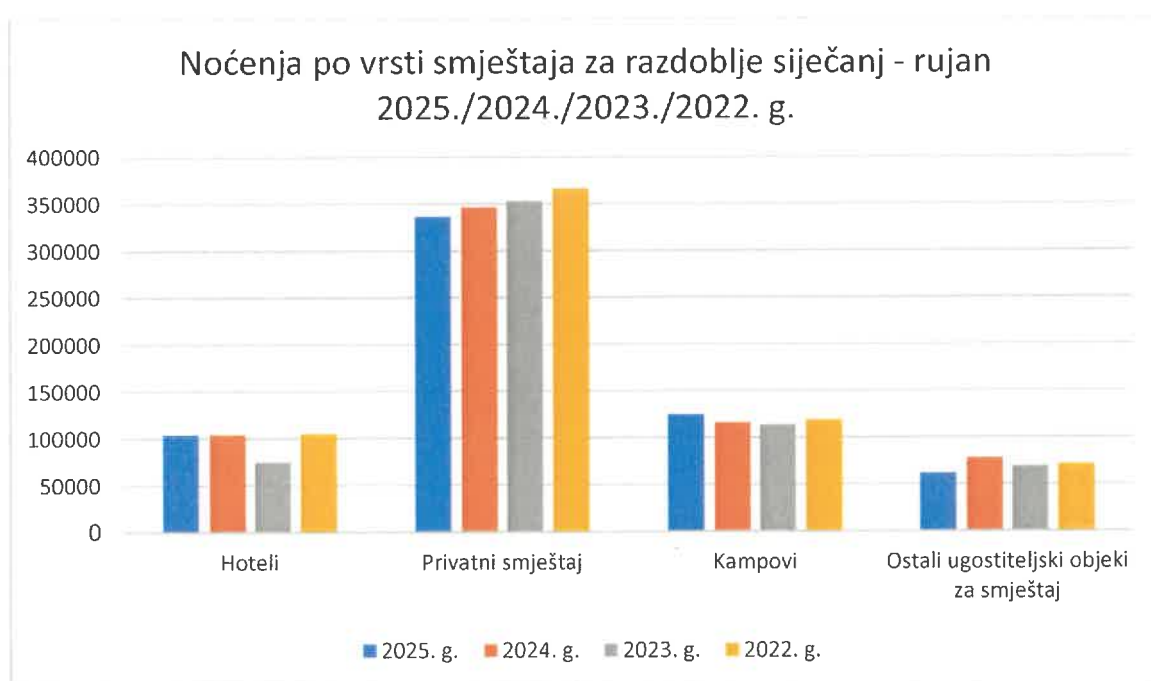
U 2025. g. na području rivijere Novi Vinodolski boravilo je 100.122 stranih turista i 23.874 domaćih turista, odnosno u omjeru 81 % stranih i 19 % domaćih. Broj stranih turista bio je 100.122 što je u odnosu na 2024. g. smanjenje za 4%. Domaćih turista bilo je 23.874 odnosno 7% manje nego 2024. godine.

U ukupnom broju dolazaka stranih turista najveći broj bilježe njemački turisti s učešćem od 19,55 %, Slovenci 10,67 %, Mađari 10,85 %, Austrijanci 6,39%, Poljaci 6,78%, Česi 5,12 %, Slovaci 4,27 %, Talijani 3,58 % te ostale zemlje 13,54 %.

Uspoređujući broj noćenja i broj dolazaka vidimo da je prosječna dužina boravka bila 5 dana. Strani turisti na rivijeri Novi Vinodolski boravili su u prosjeku 5,3 dana, a domaći 4,4 dana. Najduže su boravili Nijemci 6,3 dana , Poljaci 6 dan, Slovaci 5,9 dana, Česi 5,7 dan, a zatim slijede Mađari 4,5 dana, Austrijanci 4,4 dana, Talijani 3,9 dana, Slovenci 3,9 dana te ostali 5,6 dana. Domaći turisti u prosjeku boravili su 4 dana. Ukupno gledajući prosječna dužina boravka bila je 5 dana što je isto kao i 2024.g.

S obzirom na situaciju ove godine, ali i na neke okolnosti u skladu s kojima planiramo iduću godinu, planirat ćemo ju na bazi realizacije 2025. godine i nešto većim brojem noćenja u hotelima. Iako možda ambiciozno, vjerujemo da se ostvarivo obzirom na nove investicije na destinaciji, mislimo na hotel Novi Resort.

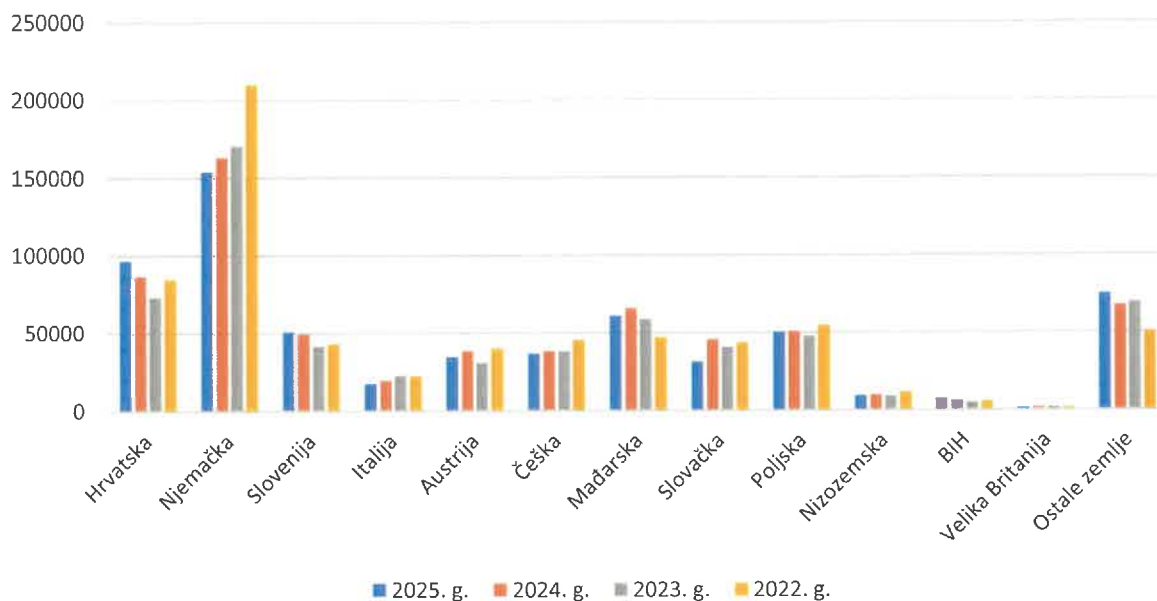
U slijedećim grafikonima, vidljiv je broj noćenja po vrsti smještaja u razdoblju od siječnja do rujna i to za četiri promatrane godine – 2022. 2023. 2024. i 2025. Drugi grafikon prikazuje noćenja po zemljama za isti period i usporedbu po istim godinama, a treća broj turista po zemljama za razdoblje siječanj – rujna za četiri navedene godine.



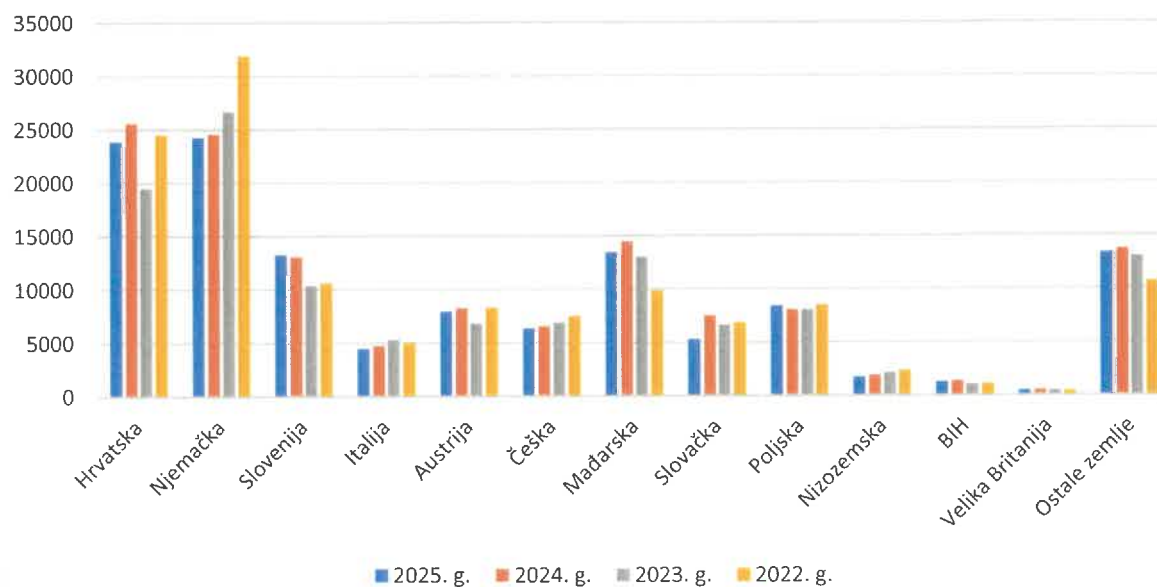
Slijedeća dva grafikona pokazuju da najveći broj noćenja ostvaruju gosti iz Njemačke, a slijede ih Hrvatska, Mađarska, Poljska, Slovačka, Slovenija, Austrija i ostale zemlje. Ovaj se trend ponavlja kroz sve promatrane godine, s time da je u 2022. godini bilo više Nijemaca od svih promatranih godina, dok ih je najmanje bilo u prošloj 2024. godini. Suprotno od toga, Mađara je najviše bilo upravo u 2024. godini, dok se njihov broj u 2025.g. nešto smanjio.

Kada promatramo broj turista na destinaciji, Hrvati su najbrojniji, zatim slijede Nijemci, Mađari, Slovenci i Poljaci te ostale zemlje. Ovdje je također vidljiv netom naveden trend s Njemačkom i Mađarskom, ali Hrvatska ima veliki porast u odnosu na 2023. godinu i domaći su gosti prvi po dolascima.

Noćenja po zemljama za razdoblje siječanj - rujn
2025./2024./2023./2022. g.



Broj turista po zemljama za razdoblje siječanj - rujn
2025./2024./2023./2022. g.



PLANIRANI PRIHODI ZA 2026. GODINU

Planirani prihodi za iduće jednogodišnje razdoblje zasnivaju se na procjeni ostvarenja sredstava izvora prihoda utvrđenih zakonom za sustav turističkih zajednica (turističke pristojbe i turističke članarine), prihoda od sustava turističkih zajednica, prihoda od gospodarske djelatnosti, prenesenih prihoda iz prethodne godine te ostalih prihoda.

Kretanja na tržištu će se aktivno pratiti te će se po potrebi mijenjati i prilagođavati plan i program kroz godinu, a temelj za planiranje je realizacija 2025. godine. I dalje je prisutna inflacija i podizanje cijena što je također utjecalo na dolaske, ali i na povratne informacije nakon boravka u Hrvatskoj, a u prijedlogu su i novi nameti za iznajmljivače zbog čega postoji potencijalna opasnost od otkazivanja kapaciteta, ali i iznajmljivanja na crno, prilikom čega se prihod TZ-a smanjuje. Ipak, na destinaciji se događaju pozitivni pomaci u hotelskom smještaju pa se stoga išlo na planiranje godine na bazi ostvarenja 2025. godine.

		PRIHODI	Rebalans plana za 2025	Plan za 2026. (eur)	Indeks	Udio %
1.		Izvorni prihodi	490.000,00	523.000,00	106,73	71,61
	1.1.	Turistička pristojba (428 + 40)	435.000,00	468.000,00	107,59	64,08
	1.2.	Članarina	55.000,00	55.000,00	100,00	7,53
2.		Prihodi iz proračuna općine/grada/županije i državnog proračuna	150.000,00	143.000,00	95,33	19,58
3.		Prihodi od sustava turističkih zajednica	6.500,00	10.000,00	153,85	1,37
4.		Prihodi iz EU fondova	-	-	-	0
5.		Prihodi od gospodarske djelatnosti	13.400,00	16.000,00	119,40	2,19
6.		Preneseni prihod iz prethodne godine	19.600,00	37.300,00	190,31	5,11
7.		Ostali prihodi	500,00	1.000,00	200,00	0,14
		SVEUKUPNO	680.000,00	730.300,00	107,40	100,00

1. IZVORNI PRIHODI

Izvorni prihodi se sastoje od prihoda turističke pristojbe (unutar koje je i nautika) i članarina te se može reći da Turistička zajednica Grada Novi Vinodolski prihode ostvaruje pretežito iz izvornih prihoda odnosno turističke pristojbe i članarina. Prihodi od turističke pristojbe i turističke članarine planirani su na nivou 2025. g., te 7% većim prihodima od turističke pristojbe koje ovisi o otvorenosti hotela.

1.1. TURISTIČKA PRISTOJBA

Turistička pristojba je najvažniji i najizdašniji izvor prihoda turističkih zajednica. Visina turističke pristojbe može se odrediti za najviše dva sezonska razdoblja, s time da sezonsko razdoblje traje od 1. travnja do 30. rujna tekuće godine. Prema Zakonu o turističkoj pristojbi od ukupno prikupljenih sredstava boravišne pristojbe, 1% se doznačuje Hrvatskom Crvenom križu prema Zakonu o Hrvatskom Crvenom križu (NN 71/10,136/20), 3,5% sredstava ide na poseban račun HTZ-a za razvojne programe kreiranja novih turističkih programa na turistički nedovoljno razvijenim područjima (Fond za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent) i 2% ide na poseban račun HTZ-a za projekte i programe udruženih turističkih zajednica (Fond za udružene turističke zajednice), dok se preostala sredstva raspoređuju kako slijedi:

- 65% sredstava lokalnoj turističkoj zajednici, od čega 30% ide gradu na čijem je području TZ, za poboljšanje uvjeta boravka turista
- 15% sredstava Turističkoj zajednici Kvarnera (odnosno županije)
- 20% sredstava HTZ-u.

Prilikom planiranja prihoda za naredno razdoblje, uzimamo trenutnu situaciju i godinu koja je na izmaku, promjene u iznosima pristojbe, ali i gospodarska kretanja te potencijalna otvaranja ili promjene kod turističko-ugostiteljskih objekata i smještajnih kapaciteta.

Prihodi od plaćanja turističke pristojbe gospodarskih subjekata, paušalaca i vikendaša planiraju se u visini od 428.000,00 €. Plan je i naplaćivanje 40.000,00 € pristojbe od nautičkog turizma, što je više u odnosu na 2025. godinu. Shodno navedenom, plan je prihodovati 468.000,00 € turističke pristojbe u 2025. godini.

Prihodi koje TZ ostvaruje putem turističkih pristojbi, uplaćuju se na račun TZ-a kvartalno odnosno četiri puta u godini, na kraju travnja, srpnja, rujna i prosinca. Turističkoj zajednici na čijem se području ostvaruje promet od nautičkog turizma pripada 65% sredstava od kojih se 30% doznačuje Gradu za poboljšanje uvjeta boravka turista dok, Turistička zajednica ostvaruje 45,5% od ukupno naplaćene turističke pristojbe od nautičkog turizma.

Kada se govori o broju noćenja vlasnika kuća i apartmana, očekuje se broj noćenja na razini ove, 2025. godine, no upravo ovdje postoji veliki problem neprijavljivanja i time manjeg prihoda i broja noćenja od realnog tako da je upitno hoće li to donijeti veći prihod. Nadamo se da će se po tom pitanju na razini države poduzeti mjere tj. uvesti inspekcijski nadzor.

Od ukupno ostvarenog prihoda turističke pristojbe 42,54 % pripada Turističkoj zajednici Grada Novog Vinodolskog. Turistička zajednica više nema obvezu 30% transferirati Gradu, jer se ta sredstva raspoređuju Gradu direktno sa Zbirnog računa turističke pristojbe.

Prilikom planiranja prihoda od turističke pristojbe za naredno razdoblje planirano je na temelju broja od 696.000 noćenja.

1.2. ČLANARINA

Prvog siječnja 2020. godine je stupio na snagu novi Zakon o članarinama u turističkim zajednicama sukladno čijim odredbama je došlo do određenih promjena u odnosu na obveznike plaćanja, iznosa stope za obračun, načina plaćanja članarina od strane pružatelja

ugostiteljskih usluga u domaćinstvu i sl. (izmjena u studenom iste godine). Pravilnikom je propisano da je iznos turističke članarine na području Novog Vinodolskog 5,97 € po krevetu, a osobe koje iznajmljuju, godišnji paušalni iznos plaćaju za svaki krevet u svom smještajnom objektu. Za 2025. godinu se planira jednak prihod od članarina kao u 2024. godini odnosno planira se da će Turistička zajednica prihodovati 55.000,00 € od članarine. Kroz novi Zakon je uređeno i da se godišnji paušalni iznos može platiti jednokratno do 31. srpnja ili u tri jednaka obroka najkasnije do 30. rujna tekuće godine.

Važno je napomenuti da Turistička zajednica raspodjelom dobiva 56% uplaćenih sredstava od ukupno uplaćene članarine tj. 3,34 € po krevetu.

PLANIRANI PRIHOD OD TURISTIČKE PRISTOJBE U 2026.GODINI

OPIS	UKUPNO	Novi Vinodolski	Klenovica	Povile
BROJ NOĆENJA	696.000	468.000	177.300	50.700
Privatni smještaj	336.000	243.300	56.600	36.100
Ostalo	360.000	224.700	120.700	14.600
UKUPNO TP	1.007.000	679.800	259.600	67.600
Paušal	402.000	295.800	67.600	38.600
Ostalo	559.000	360.000	175.000	24.000
Vikendaši	46.000	24.000	17.000	5.000
1% Crveni križ	10.070	6.788	2.596	676
2%HTZ- prist. za udružene	20.140	13.596	5.192	1.352
3,5% HTZ-prist. za nedov. razvijene	35.245	23.793	9.086	2.366
93,5 % TP	941.545	635.613	242.726	63.206
20% HTZ	188.309	135.960	48.548	12.623
15% TZŽ	141.232	101.970	36.411	9.467
65% TZG	612.004	413.148	157.772	41.084
30% GRADU	183.601	123.944	47.332	12.325
OSTAJE TZ	428.403	289.204	110.440	28.759

U Novom Vinodolskom, 11.11.2025.

2. PRIHODI IZ PRORAČUNA GRADA, ŽUPANIJE I DRŽAVNOG PRORAČUNA

Na prihode iz proračuna Grada, Županije i državnog Proračuna planiramo prilikom svake veće manifestacije, ulaganja u selektivne oblike turizma, oglašavanja i slično, za što smo i u protekloj godini dobili sufinanciranje, čak i nešto veće od plana. Stoga će se i u ovoj godini planirati iznos na temelju dobivenog u prošloj godini uz promjenu u prihodu u odnosu na povećanje koje stupa na snagu s 2026. godinom, a u skladu sa zajedničkim programom Grada za 2026. godinu. Očekuje se financiranje u iznosu od 143.000,00 € u 2026. godini.

3. PRIHODI OD SUSTAVA TURISTIČKIH ZAJEDNICA

Planira se pomoć Turističke zajednice Kvarnera i Hrvatske turističke zajednice za provođenje manifestacija i programa koji obogaćuju turističku ponudu grada, a tako i cijele županije te za media plan. Na ovoj stavci se planiraju prihodi u visini od 10.000,00 €, što je 54% više od dobivenog u 2025. godini.

4. PRIHODI OD EU FONDOVA

Turistička zajednica će pratiti natječaje i javne pozive te se prijaviti sukladno projektima koje ima i koje može kandidirati. Isto tako, u mnogim se projektima TZ može pojaviti kao partneru Gradu Novom Vinodolskom, LAG-ovima, OPG-ovima i slično, no u ovom trenutku ta stavka nije poznata, jer ovisi o onome tko raspisuje natječaj te o projektima koje je moguće prijaviti.

5. PRIHODI OD GOSPODARSKE DJELATNOSTI

Prihodi od gospodarske djelatnosti su prihodi dobiveni iznajmljivanjem prostora koji je u vlasništvu Turističke zajednice te prostora za smještaj bankomata. Prihod za najam Bistroa se očekuje u visini od 12.000,0 €, a najam od prostora za bankomat u visini od 4.000,00 €

odnosno ukupno 16.000,00 €. Naime, produženjem ugovora o najmu u 2025.g. cijena najma Bistrou uvećana je za 25%. Obzirom na porast cijena planira se i povećanje cijena najma prostora za bankomat Erste banci.

6. PRENESENI PRIHODI IZ PRETHODNE GODINE

Planira se prenošenje određenog dijela prihoda iz 2025 u 2026. godinu. Najvećim dijelom je to zbog u manjem opsegu realiziranih pojedinih aktivnosti te naplati nekih prijašnjih potraživanja koja nisu planirana za naplatu u tom iznosu. Višak prihoda koji će se prenijeti u 2026. godinu iznosi svega 37.300,00 eura što će svakako dobro doći za funkcioniranje u prvom kvartalu kada Turistička zajednica ne ostvaruje prihode.

7. OSTALI PRIHODI

U ostale prihode se ubrajaju sredstava od refundacija (npr. prefakturiranje nekih troškova), prihodi od refundacija gospodarskih subjekata, kamate, tečajne razlike i slično. To su izvanredni prihodi koji se planiraju u iznosu od 1.000,00 €.

Dakle, zaključno se može reći da se za 2026. godinu planiraju prihodi u visini od 730.300,00 € što je 7% više u odnosu na rebalans plana za 2025. godinu.

AKTIVNOSTI ZA 2026. GODINU

U strukturi aktivnosti, u najvećem su obujmu planirani izdaci za razvoj turističkog proizvoda te za komunikaciju i oglašavanje što je veoma važna stavka. U narednom razdoblju će se raditi i Izračun prihvatnog kapaciteta i Plan upravljanja destinacijom što je obaveza po novom Zakonu o turizmu te manji specifični planovi – operativni, komunikacijski, istraživanje tržišta i mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti.

Tablica: Aktivnosti za 2026. godinu

	AKTIVNOSTI	Rebalans plana za 2025. (eur)	Plan za 2026. (eur)	Indeks	Udio %
1.	ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE	25.000,00	33.000,00	132,00	4,52
2.	RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA	324.000,00	337.000,00	104,01	46,15
3.	KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE	175.500,00	217.800,00	124,10	29,82
4.	DESTINACIJSKI MENEDŽMENT	8.000,00	17.000,00	212,50	2,33
5.	ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA	700,00	1.000,00	142,86	0,14
6.	ADMINISTRATIVNI POSLOVI	84.500,00	99.500,00	117,75	13,62
7.	REZERVA	15.000,00	15.000,00	100,00	2,05
8.	POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE	0,00	0,00	-	0,00
9.	OSTALO	8.000,00	10.000,00	100,00	1,37
	SVEUKUPNO	642.700,00	730.300,00	113,63	100,00

U tablici su navedene aktivnosti za iduću godinu iz kojih je vidljivo da najveći dio sredstava otpada na razvoj turističkog proizvoda s učešćem od 46 %. Druga aktivnost po visini izdvajanja sredstava jesu komunikacije i oglašavanja sa učešćem od 30%. Na trećem su mjestu administrativni troškovi te su ostale aktivnosti približno jednako zastupljene u ukupnom planiranom iznosu, a u odnosu na plan u prošloj godini nešto više.

1. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE

	AKTIVNOSTI	Rebalans plana 2025.	Plan 2026.	Indeks	Udio
1.	ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE	25.000,00	33.000,00	132,00	100,00
1.1.	Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata	20.000,00	20.000,00	100,00	60,61
1.2.	Istraživanje i analiza tržišta	-	5.000,00	-	15,15
1.3.	Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti	5.000,00	8.000,00	160,00	24,24

1.1. IZRADA STRATEŠKIH/OPERATIVNIH/KOMUNIKACIJSKIH/AKCIJSKIH DOKUMENATA

- revizija Strategije Crikveničko-vinodolske rivijere po svim njenim sastavnicama i radnim skupinama s obzirom da navedeno kao takvo nije zaživjelo je u tijeku te će se u narednom periodu po njoj i postupati. S obzirom da je prošlo pola perioda za koji se strategija radila, svakako se intencija da se kroz naredno vrijeme poduzmu aktivnosti po tom pitanju. Na razini CVR se dosta postupa po navedenoj strategiji, no bez radnih timova kako je to bilo predviđeno zbog nemogućnosti okupljanja timova

- i dalje će se na temelju izrađenog Strateškog operativnog marketinškog plana CVR izrađivat će se i manji akcijski planovi po kojima će se kroz idućih pet godina postupati sukladno sredstvima koja bude moguće utrošiti u navedene aktivnosti

- na temelju novog dokumenta o razvoju eno-gastro proizvoda CVR-a također će se postupati te izrađivati manji, akcijski i operativni dokumenti, što je i u skladu s činjenicom da je Kvarner proglašen Europskom prijestolnicom gastronomije za 2026. godinu

- izrada media plana za promociju destinacije i manifestacija odnosno aktivnosti

- izrada dokumenta valorizacije Vinodolskog zakona i Winetou sela u turističke svrhe

Planirana sredstva: 20.000,00 €

Nositelj: TZG Novi Vinodolski u suradnji s TZG Crikvenice, TZ Vinodolske općine, trima jedinicama lokalne samouprave

Rok završetka: do kraja 2026. godine

1.2. ISTRAŽIVANJE I ANALIZA TRŽIŠTA

- istraživanje tržišta tijekom godine putem anketa i fokus grupa na temu trendova u turizmu, preferencija gostiju koji dolaze, ali i ispitivanje mišljenja o novim segmentima ponude koji bi diferencirali destinaciju te na tome osigurali konkurentsku prednost

- *benchmarking* sa sličnim destinacijama

Planirana sredstva: 5.000,00 €

Nositelj: TZG Novi Vinodolski

Rok završetka: kontinuirano kroz godinu

1.3. KONTROLA I MJERENJE UČINKOVITOSTI PROMOTIVNIH AKTIVNOSTI

- alati koji se bave mjerenjem učinkovitosti i kontrolom, kao što je Mediatoolkit koji na dnevnoj bazi prati oglašavanje po ključnim riječima te daje izvješća i analize koje mogu pomoći u daljnjem razvoju destinacije i suradnje s medijima te pojavljivanja na određenim tržištima, ali i na vrijeme reagirati ukoliko se pojavi neki tekst s negativnom konotacijom koji može narušiti imidž destinacije. Od iduće godine, Mediatoolkit će osim praćenja online media, pratiti i offline medije i pojavljivanje u njima.

- društvene mreže koje također imaju alate pomoću kojih se prati učinkovitosti pojedine objave

- doseg objave, broj vraćanja na stranicu, broj impresija i slično

Planirana sredstva: 8.000,00 €

Nositelj: TZG Novi Vinodolski

Rok završetka: kontinuirano kroz godinu

2. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA

	AKTIVNOSTI	Rebalans plana za 2025. (eur)	Plan za 2026. (eur)	Indeks	Udio %
2	RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA	324.000,00	337.000,00	104,01	100,00
2.1.	Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda	20.000,00	20.000,00	100,00	5,94
2.2	Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda	10.000,00	15.000,00	150,00	4,45
2.3.	Podrška razvoju turističkih događanja	275.000,00	275.000,00	100,00	81,60
2.3.1.	Zimski mašakarani običaji	3.000,00	4.000,00	133,00	1,18
2.3.2.	Uskršnji doručak i Novljanski gušti	12.000,00	12.000,00	100,00	3,56
2.3.3.	Fit4Novi	10.500,00	10.500,00	100,00	3,12
2.3.4.	Altroke food festival	14.000,00	14.000,00	100,00	4,15
2.3.5	Mesopusna nostalgija	29.000,00	29.000,00	100,00	8,61
2.3.6.	Okolotorno	22.000,00	22.000,00	100,00	6,53
2.3.7.	Fešta od kilometra	12.000,00	12.000,00	100,00	3,56
2.3.8.	Snovi Vinodolski	12.500,00	12.500,00	100,00	3,71
2.3.9.	Ružica Vinodola	38.000,00	38.000,00	100,00	11,28
2.3.10.	Sportske manifestacije	8.000,00	8.000,00	100,00	2,37
2.3.11.	Novi Advent, Klizalište i Zdravica Novoj	95.000,00	95.000,00	100,00	28,19
2.3.12.	Martinje	8.000,00	8.000,00	100,00	2,37
2.3.13.	Gl.ljetne večeri, mjesne proslave i sl.	11.000,00	10.000,00	91,00	2,97
2.4.	Turistička infrastruktura	4.000,00	5.000,00	125,00	1,48
2.5.	Podrška turističkoj industriji	15.000,00	22.000,00	146,67	6,53

2.1. IDENTIFIKACIJA I VREDNOVANJE RESURSA TE STRUKTURIRANJE TURISTIČKIH PROIZVODA

Prilikom strukturiranja turističkih proizvoda, važno je filtrirati koji su to ključni atributi destinacije koji mogu biti dijelom novog turističkog proizvoda s naglaskom na cjelogodišnji turizam destinacije. Na ovaj način destinacija jača nudeći poseban doživljaj svojim posjetiteljima, ali istovremeno jača i attribute koje ima. Novi Vinodolski ima prostrano zaleđe i veliki potencijal za outdoor aktivnosti koje su do sada jednim dijelom provođene samostalno, a jednim dijelom na razini CVR-a. I dalje će se razvijati outdoor kroz suradnju sa susjednim TZ-

ovima kroz mrežu hike i bike staza čim se razvija aktivni turizam i turizam rekreacije, zatim daljnji razvoj eno-gastro turizma koji je jedan od glavnih motiva dolazaka u destinaciju te interpretaciju prostora kao treći veliki segment koji obuhvaća svu baštinu koja se nalazi na destinaciji i interpretaciju iste. Prilikom svega navedenog, potrebna je podrška i suradnja svih dionika u turizmu od smještajnih kapaciteta i ugostiteljskih objekata do svih onih koji žive od i za turizam te svojim radom pridonose vidljivosti i kvaliteti destinacije.

Kada se govori o outdoor aktivnostima – nastavit će se zajedničke aktivnosti na razini CVR kroz hike i bike staze te valorizaciju istih kroz razna događanja kao što su nordijska hodanja i biciklističke ture, Novi trail koji je prošle godine po prvi puta organiziran, a jako je dobro zaživio te manifestaciju FIT4NOVI koja također obuhvaća jedan dio navedenih manifestacija.

Eno – gastronomija je jedan od glavnih razloga dolaska na destinaciju pa će se i dalje razvijati Pjenušavi doručak u vinogradu koji se pokazao kao veoma dobro događanje koje je privuklo ljude s područja cijele Hrvatske pa i susjedne Slovenije. Na ovom će se tragu ići u smjeru izrade turističkog paketa kroz koji bi se nudio poseban doživljaj u vinariji Pavlomir te API Kvarneru kao zaokružena cjelina odnosno lokalne proizvode i upoznavanje destinacije. Također, izradit će se novo izdanje kuharice Novljanskih jela u suradnji s poznatim chefovima, a koji i sami dolaze iz ovog kraja te kulinarska razglednica lokalnih jela.

Kroz segment interpretacije prostora, interpretirat će se postojeće hike i bike staze na području grada, a koje su osmišljene i realizirane zajedno sa Crikvenicom i Vinodolskom općinom te će se u svrhu povezivanja svih crkvice na području grada, vidikovaca i labirinata – u zanimljivu rutu, osmisliti koncept i odraditi sve potrebne radnje na terenu kako bi se baština mogla označiti i interpretirati te spojiti u rutu. Prijedlog je da se ide u smjeru Kamina.

Planirana sredstva: 20.000,00 €

Nositelj: TZG Novi Vinodolski, CVR, TZ Kvarnera, HTZ, sportske udruge, ugostitelji

Rok završetka: kontinuirano kroz godinu

2.2. SUSTAVI OZNAČAVANJA KVALITETE

Turistička zajednica Grada Novi Vinodolski uključuje se u aktivnosti brendiranja proizvoda s razine Kvarnera – kao što je Kvarner Family, Kvarner Gourmet and Food, Kvarner Outdoor, na način da osmišljava i realizira aktivnosti unutar tih proizvoda. Uglavnom su to segmenti koji su primjenjivi kroz cijelu godinu odnosno produžuju turističku sezonu, a istovremenu omogućuje organizatorima putovanja da na jednom mjestu mogu naći najbolje od destinacije odnosno regije. I dalje će se raditi na navedenim područjima kroz razne edukacije, radionice, panel rasprave, standardizaciju i suradnju s regionalnom Turističkom zajednicom.

Kroz Kvarner Family se nastoji povezati nositelje obiteljskog smještaja, koji je nama jako važan, a istovremeno odrediti mjerila i standardizirati uslugu, Kvarner Outdoor će na jednom mjestu također standardiziranim oznakama obuhvatiti mrežu bike i hike staza na Kvarneru dok će se kroz Kvarner Gourmet and Food također istaknuti ono najbolje od gastro ponude. S obzirom da će u idućoj godini dodatni naglasak biti upravo na gastronomiji, izrađena je web stranica Europska prijestolnica gastronomije te logotip koji će se koristiti na materijalima vezanim za ovu tematiku i tako pripremiti cijelo područje Kvarnera za 2026. godinu za koju ta titula vrijedi.

Uz navedeno, veoma su važne i plaže koje su u ljetnim mjesecima i dalje glavni razlog dolaska na destinaciju te se mora razmišljati u smjeru dodatne tematizacije plaža – novih plaža za pse i povećanju plažnih prostora općenito na čemu se kroz posljednjih nekoliko godina jako puno napravilo. Bitna stavka je i glavna gradska plaža koja je u koncesiji, a koja bi također trebala biti dodatno uređena i kontinuirano održavana.

Osim obiteljskog smještaja, veoma su važni i hoteli te posebno veseli uređenje i rebranding Novi Hotel Spa & Resorta koji će sada biti 4**** Premium kvalitete te također okrenut prema obiteljskom smještaju s naglaskom na segment hrane i pića. Lišanjski Aminess također je obiteljski hotel koji se uzdigao svojom kvalitetom i ponudom te će tako ovo biti jedna zaokružena cjelina upravo u smjeru u kojem se Novi Vinodolski želi brendirati – kao destinacija za obiteljski turizam. U tom smjeru se osmišljava i program na destinaciji.

U sustavu označavanja kvalitete, veoma je bitna komunikacija odnosno marketinške aktivnosti kojim se sve navedeno komunicira i činjenica da se uz sinergiju svih dionika na razini Kvarnera osigurava i produženje sezone te privlačenje posjetitelja zanimljivom i kvalitetnom ponudom i izvan glavne sezone. Uz sve proizvode koji su navedeni, veoma je bitna činjenica

da je Hrvatska sigurna zemlja, što se pokazalo veoma važno za posjetitelje prilikom odabira destinacije u koju odlaze.

Planirana sredstva: 15.000,00 €

Nositelj: Turistička zajednica Grada Novi Vinodolski, CVR, TZ Kvarnera

Rok završetka: kontinuirano kroz godinu

2.3. PODRŠKA RAZVOJU TURISTIČKIH PROIZVODA

Najveći dio sredstava izdvaja se upravo za podršku razvoju turističkih proizvoda, kako onih koje organizira ili suorganizira Turistička zajednica tako i svih ostalih koji se događaju na destinaciji, a imaju za cilj obogaćivanje turističke ponude kroz godinu i u organizaciji su udruga, klubova ili gospodarstva. Upravo stoga se od prošle godine, osim događanja koja organiziraju udruge, podržava i organizacija pravnih i fizičkih osoba, a sve u svrhu obogaćivanja ponude. U tom smislu se podržavaju razna događanja udruga, klubova i institucija s područja grada.

Kroz iduću godinu poseban će naglasak biti na tri segmenta – outdooru odnosno aktivnom turizmu, interpretaciji prostora kroz što se jača i promovira i kulturna, prirodna i građevna baština te eno-gastronomiji.

2.3.1. ZIMSKI MAŠKARANI OBIČAJI

Precizan i detaljan opis aktivnosti: U veljači/ožujku će se održati četiri maškarane zabave (četiri zadnje subote) te običajni dio koji završava paljenjem Mesopusta na Pepelnicu. Subotom će nastupati glazbeni sastavi te gostovati grupe iz okolnih mjesta, bit će organizirana tombola, dječja reduta i čajanke u Domu kulture.

Cilj aktivnosti: promocija i održavanje maškaranih običaja ovog kraja i obogaćivanje turističke ponude zimi za posjetitelje i lokalno stanovništvo

Nositelj aktivnosti: Centar za kulturu, TZG Novi Vinodolski, Grad Novi Vinodolski

Iznos potreban za realizaciju: 4.000,00 €

2.3.2. USKRŠNJI DORUČAK, NOVLJANSKI GUŠTI

Detaljan i precizan opis aktivnosti: Manifestacije su veoma dobro prihvaćene te su u službi produživanja turističke sezone s obzirom da počinju već u ožujku/travnju (ovisno o danu kada je Uskrs) te završavaju u rujnu uz događanje pod nazivom *Novljanski gušti*. Vezane su za gastronomiju te glazbene nastupe izvođača s Kvarnera. *Uskršnji doručak* je već najavljen i kroz agenciju koja organizira grupe za iduću godinu, a održavat će se na sam blagdan - Uskrsa 20. travnja. Posjetitelji mogu kušati sezonsku namirnicu – šparogu u fritaji te uživati u klasičnom Uskršnjem doručku i slasticama. *Novljanski gušti* su manifestacija koja prezentira lokalne ugostitelje i gastronomiju, a za iduću godinu će naglasak biti na još većoj kreativnosti i raznovrsnosti jela te uključivanju još većeg broja ugostitelja. Posebno su traženi proizvodi sa lokalnim i autohtonim namirnicama našeg kraja. Razmišlja se i da se održavanje prebaci na popodnevnne sate te završi koncertom.

Cilj aktivnosti: eno i gastro promocija, produženje sezone, promocija destinacije

Nositelji aktivnosti i partneri: TZG Novi Vinodolski, Grad Novi Vinodolski, Centar za kulturu, ugostitelji s područja grada

Iznos potreban za realizaciju: 12.000,00 €

Rokovi realizacije: ožujak/travanj i rujan

2.3.3. FIT4NOVI

Detaljan i precizan opis aktivnosti: FIT4NOVI je manifestacija čiji se period održavanja produžio i obogatio dodatnim programima koji su jako dobro zaživjeli. Iduće godine će se u sklopu ovog programa održati i Novi trail (ovaj dio troška je već spomenut kroz identifikaciju turističkog proizvoda i prikazuje se tamo kao i jedan dio FIT4NOVI aktivnosti), Dječji dan te nove aktivnosti koja obuhvaćaju bike i hike staze, naročito sada kada se u Novom Vinodolskom oformio Biciklistički klub koji ćemo također uključiti. Ideja je potaknuti na rekreaciju i bavljenje sportom, promovirati sportove te isto tako i pokazati ljepote destinacije kroz aktivnosti uz more i u zaleđu. Zadržat će se i program turnira zadnji vikend u svibnju te koncert koji se već

tradicionalno održava krajem manifestacije. S ugostiteljima će se dogovoriti zdravi meniji koji će se moći konzumirati kroz vrijeme trajanja manifestacije.

Cilj aktivnosti: prezentirati sve ljepote i različitosti ovoga kraja, potaknuti na aktivno provođenje slobodnog vremena i uključivanje u sportove te produljiti sezonu i obogatiti turističku ponudu

Nositelji aktivnosti i partneri: TZG Novi Vinodolski, TZ Kvarnera, Grad Novi Vinodolski, udruge u sportu s područja grada Novog Vinodolskog, Avanture malih okica

Iznos potreban za realizaciju: 10.500,00 €

Rokovi realizacije aktivnosti: kroz travanj i svibanj

2.3.4. ALTROKE FOOD FESTIVAL

Detaljan i precizan opis aktivnosti: Gastronomija je jedan od glavnih razloga dolaska na destinaciju, a food festivali uz popratni program su se pokazali jako dobri. Festival će se iduće godine održati na Frankopanskom trgu. Želja je dodatno modificirati ponudu te dovesti veći broj truckova, održati glazbeni, dječji i zabavni program. Također će u to vrijeme biti organiziran i sajam cvijeća te tradicionalna smotra KUD-ova „More i ravnica“.

Cilj aktivnosti: promocija kroz eno i gastro segmente, produženje sezone

Nositelji aktivnosti i partneri: TZG Novi Vinodolski, Grad Novi Vinodolski, Rakhia bar

Iznos potreban za realizaciju: 14.000,00 €

Rokovi realizacije aktivnosti: svibanj 2026. godine

2.3.5. MESOPUSNA NOSTALGIJA

Precizan i detaljan opis aktivnosti: Drugo izdanje Mesopusne nostalgije ponudit će posjetiteljima prikaz novljanskog narodnog običaja koji je zaštićen 2011. godine kao nematerijalno kulturno dobro RH, a koji se kao takav može vidjeti jedino zimi te veliki disco party u cijelom gradu. Termin događanja će biti prvi vikend u srpnju odnosno. Oplemenit će

se prošlogodišnje izdanje programom i gastro ponudom, a održat će se u istom obliku – petak običajni dio te nastavak zabave uz glazbene nastupe te subota u retro stilu glazbe, kulise i ponude. Ovdje je veoma važno uključivanje lokalnog stanovništva kroz oblačenje u narodnu nošnju te KUD-a Ilija Dorčić i Katedre čakavskog sabora Novljansko kolo, kao glavne aktere prvog dana događanja. U komunikaciji s vrtićem i školom, vidjet će se mogu li se i oni uključiti u program. Ovim bi se događanjem otvorila ljetna sezona događanja.

Cilj aktivnosti: prikaz običaja posjetiteljima, valorizacija baštine, oživljavanje nekadašnjeg života i događanja u našem gradu, privlačenje novih posjeta na destinaciju

Nositelj aktivnosti: TZG Novi Vinodolski, KUD Ilija Dorčić, Katedra čakavskog sabora Novljansko kolo, Grad Novi Vinodolski

Iznos potreban za realizaciju: 29.000,00 eura

2.3.6. OKOLOTORNO – TRAGOVIMA NOVLJANSKE POVIJESTI

Precizan i detaljan opis aktivnosti: Okolotorno je manifestacija koja oživljava uličice starog grada i povijest Novoga kroz Frankopane, glagoljicu, narodne nošnje, posebne foto kutke. Okolotorno će se održati dvije srijede u srpnju i dvije srijede u kolovozu. S obzirom da se je jako teško organizirati svake srijede i da interes opada, na ovaj način ćemo pokušati povećati sadržaj unutar četiri srijede te time vratiti stari sjaj ovoj veoma zanimljivoj manifestaciji. Dodatno promovirati i osmisliti sadržaj vinske konobe kako bi zaživjela kao i konoba u kojoj je udruga Ružica Vinodola, pokušati na lokalnoj razini dogovoriti Frankopane i Gradsku stražu, uvesti zanimljive predstave i nastupe klapa kroz stari grad. Dogovoriti vodiča koji bi svaku srijedu vodio i dvije ture kroz Stari grad te na taj ispričao i priču o gradu prolazeći njegovim uličicama. Svakako pokušati uvesti dodatnu gastro ponudu (naročito ribe) te uključiti čim veći broj lokalnih ljudi. Pokušati uključiti i Muzej da se kroz vođenu turu uključi i obilazak Muzeja. Napraviti javni natječaj početkom godine te osmisliti suvenir manifestacije koji bi se kasnije koristio kao protoklarni poklon. Uniformirati sve sudionike manifestacije.

Cilj aktivnosti: upoznati posjetitelje sa ljepotom Novoga i novljanskih običaja, obogatiti turističku ponudu grada i uključiti posjetitelje u život grada

Nositelj aktivnosti: TZG Novi Vinodolski, Grad Novi Vinodolski, KUD „Ilija Dorčić“, udruge s područja grada Novog Vinodolskog, Vinska kuća Pavlomir

Iznos potreban za realizaciju: 22.000,00 €

Rokovi realizacije: dvije srijede u srpnju i dvije srijede u kolovozu

2.3.7. FEŠTA OD KILOMETRA

Detaljan i precizan opis aktivnosti: Jedna od najposjećenijih manifestacija održat će se i iduće godine, a s obzirom da je najveći izdatak tehnički posložiti manifestaciju (struja za sudionike), svakako se nadam nekom trajnijem rješenju. Koncept će i u idućoj godini ostati isti – glazbeni sastavi, gastro ponuda, dječji program, vatromet - uz dodatno osvjetljenje i uređenje prostora.

Cilj aktivnosti: promoviranje destinacije, obogaćivanje turističke ponude grada, turistička valorizacija obale Novog Vinodolskog

Nositelj aktivnosti: TZG Novi Vinodolski, Grad Novi Vinodolski, Centar za kulturu

Iznos potreban za realizaciju: 12.000,00 €

Rokovi realizacije: srpanj

2.3.8. SNOVI VINODOLSKI

Detaljan i precizan opis aktivnosti: Manifestacija bi se održala u petak 1. kolovoza na prostoru Pod barana u konceptu kao i dosadašnjih godina – lifestyle događanje, s većim naglaskom na eno gastro segment te uz veći broj izlagača autohtonih proizvoda. Osmisliti i dodatni sadržaj koji će privući veći broj posjetitelja te iskoristiti veći dio platoa. Uključiti aktivnosti na otvorenom, uz more. Uključiti i Marinu Novi te novootvoreni Marnie u manifestaciju.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZG Novi Vinodolski, Grad Novi Vinodolski, ugostitelji

Iznos potreban za realizaciju: 12.500,00 €

Rokovi realizacije: srpanj

2.3.9. RUŽICA VINODOLA

Detaljan i precizan opis aktivnosti: Ružica Vinodola je postojanja bogatim programom i natjecanjem. Iduće će se godine događanje održati tradicionalno u kolovozu te će se ponovno održati vinski festival, dječji program, glazbeni programi te natjecanje kako je to bilo i proteklih godina. Razmislit će se o promjeni unutar igara i koncepta u suradnji s g. Pavlovskim koji je sudjelovao u osmišljavanju manifestacije te tada dao neke prijedloge za samo događanje. Ideja je da bi se povezali i za vinskim regijama/gradovima Hrvatske te ponudili mogućnost natjecanja njihovim predstavnicama tako da priču proširimo nacionalno, a u idućim godinama i prema inozemstvu s naglaskom na gradovima prijateljima koji imaju razvijeno vinarstvo. U sklopu manifestacije osmišljeno jelo Novljanski pijat koji bismo i iduće godine uključili u manifestaciju, ali i gastro show za vrijeme natjecanja koji bi gledatelji također gledali, a kasnije mogli kušati jelo koje se spremalo na manifestaciji. Ružica Vinodola je događanje koje je za Novi Vinodolski veoma bitno te ćemo i iduće godine poseban naglasak staviti na oglašavanje na razini grada i regije, ali Hrvatske i inozemstva s obzirom da želimo da ovo bude i razlog dolaska na destinaciju. Radit će se i offline i online oglašavanje te će biti održano i predstavljanje događanja i natjecateljica kroz tiskovnu konferenciju u vinogradu i biranje brojeva.

Cilj aktivnosti: valorizacija vinske doline, revitalizacije Starog grada, promocija destinacija kroz gastro i eno ponudu, obogaćivanje turističke ponude, motiv dolaska na destinaciju

Nositelji aktivnosti i partneri: TZG Novi Vinodolski, TZ Vinodolske općine, Grad Novi Vinodolski, Vinodolska općina, TZ Kvarnera, HTZ, Vinska kuća Pavlomir, udruženje Kvarner wines, Udruga Ružica Vinodola

Iznos potreban za realizaciju: 38.000,00 €

Rokovi realizacije aktivnosti: druga polovica kolovoza

2.3.10. SPORTSKE MANIFESTACIJE

Detaljan i precizan opis aktivnosti: Manifestacije koje se odvijaju na području grada su i Open bike event, Crikvenica Cup, CRO RACE, jedriličarske regate, malonogometni, teniski i boćarski

turniri te ostali manji događaji kroz godinu u skladu sa natječajem za sufinanciranje udruga. TZG Novi Vinodolski će i dalje davati podršku ovim događanjima koja obogaćuju turističku ponudu te proklamiraju bavljenje sportom i zdravim načinima života, što je i tendencija Strategije razvoja turizma CVR.

Nositelji aktivnosti i partneri: Sportski klubovi i udruge, TZG Novi Vinodolski

Iznos potreban za realizaciju: 8.000,00 € (najvećim dijelom donacije udrugama)

Rokovi realizacije aktivnosti: najvećim dijelom u turističkoj sezoni, ali i pred i posezoni

2.3.11. NOVI ADVENT, KLIZALIŠTE I ZDRAVICA NOVOJ

Detaljan i precizan opis aktivnosti: Svake godine nastojimo kroz neki segment obogatiti program Adventa. U 2025. je Advent imao i klizalište *Zimska čarolija Frankopana* te je želja i iduće godine imati klizalište. Isto tako ponovno održati program Adventa kod Mažuranića od sredine prosinca do kraja prosinca te završiti uz Zdravicu Novoj. Lampice bi se upalile ponovno na prvu nedjelju Adventa te bi do programa na otvorenom, a i za vrijeme njega, bio održan veliki broj raznih programa i radionica u zatvorenom u suradnji s Muzejom, Knjižnicom, školom i vrtićem te udrugama. Glazba kroz grad bi se posložila i iduće godine kao i nove ideje oko dekoracije kroz koju svake godine nastojimo ponuditi nešto drugačije. Zdravicu bismo kao i 2025. godine ponudili lokalnoj agenciji kao turistički proizvod te time doveli grupe na destinaciju. Veseli da bi Resort, a nadamo se i Lišanj, 2026. godine radio u vrijeme zimskih praznika pa je i to definitivno jedan veliki potencijal i mogućnost za suradnju.

Cilj aktivnosti: promocija destinacije i motiv dolaska na destinaciju, obogaćivanje turističke ponude izvan ljetne sezone

Nositelji aktivnosti i partneri: TZG Novi Vinodolski, Grad Novi Vinodolski, Centar za kulturu, Narodna čitaonica i knjižnica, Narodni muzej i galerija, Dječji vrtić Fijolica, Osnovna škola Ivana Mažuranića, Lovačka društva Gradina i Košutnjak, KTD Ivanj, Centar za kulturu, udruge s područja grada, Vinska kuća Pavlomisir

Iznos potreban za realizaciju: 95.000,00 €

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac

2.3.12. MARTINJE

Nositelji aktivnosti: TZG Novi Vinodolski i Grad Novi Vinodolski

Iznos potreban za realizaciju: 8.000,00 €

Rokovi za realizaciju: studeni

2.3.13. GLAZBENE LIJETNE VEČERI, MJESNE PROSLAVE I SL.

Nositelji aktivnosti: TZG Novi Vinodolski i Grada Novi Vinodolski

Iznos potreban za realizaciju: 10.000,00 €

Rokovi za realizaciju: najvećim dijelom u turističkoj sezoni

2.4. TURISTIČKA INFRASTRUKTURA

Turistička zajednica Grada Novi Vinodolski nema na upravljanju turističku infrastrukturu. Interpretacijski centar Ribarska kuća u Klenovici dana je Turističkoj zajednici na korištenje u svrhu TIC-a te isto tako djelatnik komunicira s posjetiteljima vezano za interpretaciju baštine. Neki od sakralnih objekata su u gradskom vlasništvu pa se u suradnji s Gradom planira njihovo uređenje i korištenje u turističke svrhe, kroz kulturnu rutu.

Iznos potreban za realizaciju: 5.000,00 €

Rokovi realizacije: kroz godinu

2.5. PODRŠKA TURISTIČKOJ INDUSTRIJI

Turistička zajednica Grada Novog Vinodolskog će dati podršku i svim manifestacijama koje se odvijaju na području grada kao što su obilježavanje dana mjesta i njihovih blagdana (Povile, Klenovica, Smokvica, Krmpote, Bater, Breze, Ledenice, Gornji i Donji Zagon) te organizaciju ribarskih i vinskih večeri u Novom Vinodolskom, Povilama, Klenovici; ljetno kino te svim manifestacijama u organizaciji Centra za kulturu. Tijekom godine se održavaju i tri festivala ozbiljne glazbe u organizaciji Centra za kulturu, za koje će TZ organizacijski i promotivno stajati na raspolaganju. Također, s obzirom da se natječaj ne raspisuje samo za udruge, već i za sve pravne i fizičke osobe koje organiziraju događanja za obogaćivanje turističke ponude, Turistička zajednica će i u 2026. godini podržavati i pomagati sva događanja na području grada.

Turistička zajednica će pomagati i aktivnosti neposredno povezane s turističkim proizvodom ili programom koji organizira turistička zajednica te programe DMK za koje bude postojala inicijativa, a koji se budu održavali na području destinacije.

Cilj aktivnosti: obogaćivanje turističke ponude grada, uključivanje svih turističkih aktera u stvaranje raznovrsne turističke ponude kroz cijelu godinu

Iznos potreban za realizaciju: 22.000,00 €

Rokovi realizacije: kroz cijelu godinu

3. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE

Komunikacija i oglašavanje zauzimaju drugo mjesto u raspodjeli troškova Turističke zajednice, no važnost ovog izdvajanja je možda čak i veća od organizacije samog događanja, jer je to prozor u svijet svih aktivnosti na destinaciji. Ujedno je to i način da internu i eksternu publiku upoznamo sa onim što Turistička zajednica jest, čime se bavi, koji su njeni ciljevi i kako ih postiže. U današnje vrijeme sve se više koriste digitalni alati i online oglašavanje kojim se brže dolazi do ciljne publike i daje više prostora za promociju, no još uvijek se koristi i mnogi offline

alati koji su također učinkoviti. Kvalitetna strategija za oglašavanje i alociranje sredstava na prava mjesta daje dugoročne rezultate.

		AKTIVNOSTI	Rebalans plana za 2025. (euro)	Plan za 2026. (euro)	Indeks	Udio %
3.		KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE	175.500,00	217.800,00	124,10	100,00
	3.1.	Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice	5.000,00	5.000,00	100,00	2,30
	3.2.	Suradnja s organizatorima putovanja	11.000,00	15.000,00	136,36	6,88
	3.3.	Kreiranje promotivnog materijala	51.000,00	61.300,00	120,20	28,15
	3.4.	Internetske stranice	15.000,00	20.000,00	133,33	9,18
	3.5.	Kreiranje i upravljanje bazama turističkih poda	3.500,00	6.500,00	185,71	2,98
	3.6.	Turističko-informativne aktivnosti	90.000,00	110.000,00	122,22	50,51

3.1. SAJMOVI, POSEBNE PREZENTACIJE I POSLOVNE RADIONICE

Destinacija će i u idućoj godini sudjelovati na sajmovima na razini subregije, regije i države, s obzirom na sajmove na koje se ide. Iduće godine planira se promovirati outdoor ponuda na razini CVR-a na sajmu u Stuttgartu, ponuda destinacije u Wrocławu te također destinacija u Kölnu. Ukoliko neki od gospodarskih subjekata naknadno iskaže interes, Turistička zajednica će, u skladu s mogućnostima, podržat odlazak na sajam (Berlin, London, Beč, München..). Na razini subregije se sudjeluje na sajmovima na koje ide Kvarner i slanjem brošura i ostalih materijala. Turistička zajednica će i dalje podržavati i sudjelovanje gospodarstva na specijaliziranim sajmovima te ih sufinancirati kao i do sada, a sukladno raspisanom pozivu. Na sajmu je svakako dobro uključiti i ponudu OPG-ova i njihove proizvode. Ukoliko se kroz godinu ukaže prilika, održat će se i prezentacija na nekom od emitivnih i nama zanimljivih tržišta kao što su Slovenija, Austrija, Italija.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZ Kvarnera, TZG Novi Vinodolski, TZG Crikvenica, TZ Vinodolska općina, lokalni OPG-ovi i zainteresirani poduzetnici

Iznos potreban za realizaciju: 5.000,00 €

Rokovi realizacije: kontinuirano kroz godinu, najvećim dijelom u pred i posezoni

3.2. SURADNJA S ORGANIZATORIMA PUTOVANJA

Veoma kvalitetan alat komunikacije su i studijska putovanja novinarskih grupa, organizatora putovanja i agencija kojima se može predstaviti destinacija, upoznati ih sa onim najvažnijim u destinaciji i pomoći i oko osmišljavanja paket ponuda, a sve to u suradnji s TZ Kvarnera i HTZ-om. Sukladno grupi i traženju grupa, formira se program koji se traži – gastro, outdoor, povijest i tradicija.. Turistička zajednica će izvještavati svoju internu i eksternu javnost o radu, programima, ponudama i sl. na destinaciji (svi sudionici turizma moraju biti upoznati sa radom TZ-a i ciljevima koji se na taj način postižu). Svakako planirati i autentične poklone karakteristične za ovaj kraj za novinare koji dođu na destinaciju. Ova se aktivnost uglavnom ne može planirati puno unaprijed, jer se poziv dobije svega mjesec dana prije nego grupa dolazi.

Kada se govori o oglašavanju, jako je važno i udruženo oglašavanje odnosno suradnja s turopoperatorima kako područja Crikveničko-vinodolske rivijere tako i udruženo oglašavanje s TZ-om Kvarnera. TZ i Grad su do sada izdvajali sredstva za avio oglašavanje, no s obzirom na strukturu gostiju i činjenicu da su letovi uglavnom u sezoni, u budućnosti bismo ta sredstva radije usmjerili u autobusede i neki drugi vid udruženog oglašavanja npr. dolaske vlakom.

Nositelj aktivnosti: HTZ, TZ Kvarnera, TZG Novi Vinodolski

Iznos potreban za realizaciju: 15.000,00 €

Rokovi realizacije: kontinuirano kroz godinu s naglaskom na pred i posezonu

3.3. KREIRANJE PROMOTIVNIH MATERIJALA

Turistička zajednica će u idućoj godini napraviti redizajn određenih brošura te neke od brošura raditi kompletno nove. Planira se napraviti redizajn kuharice te nova brošura Ružice Vinodola za koju su također sada dostupni svi potrebni materijali. Planira se i izrada brošure znamenitosti kako bi se svi dosadašnji letci sabrali u jednu brošuru – sakralna baština, vidikovci, Nebeski labirinti, otočić te kako bismo imali nekoliko sadržajnih i kvalitetnih brošura

koje pokrivaju destinaciju. Kroz godinu će se ovisno o potrebama po manifestacijama kreirati razni promotivni materijali.

I dalje ćemo za promociju koristiti portale - lokalne i nacionalne, specijalizirane časopise i biltene, televizijske emisije i reportaže, radio postaje – nacionalne i lokalne te surađivati s nacionalnim i lokalnim radijskim postajama, što za destinaciju, što ciljano po projektima.

Svi navedeni materijali bit će na web stranici prisutni i u online izdanju. Ovdje je svakako potrebno uključiti i protokolarne poklone TZG-a za raznu namjenu – VIP gostima, partnerima, odlaske na razna događanja i sl.

Kada se govori o promociji u destinaciji, koristiti i dalje kabine za presvlačenje na plažama kao način komunikacije, bilboarde na frekventnim lokacijama i slično.

Nositelj aktivnosti: TZG Novi Vinodolski

Iznos potreban za realizaciju: 61.300,00€

Rokovi realizacije: kontinuirano kroz godinu

3.4. INTERNETSKÉ STRANICE

Izrađena je nova web stranica koja će se unaprjeđivati i doradivati kroz vrijeme, a sukladno potrebama. Naglasak je stavljen na kvalitetne fotografije i dobro posložene segmente kako bi bila jednostavna za korištenje. U budućnosti će se vidjeti treba li dodati još neke segmente na stranicu i koje jezične varijante treba dodatno zastupiti. Novi Vinodolski zajedno s Crikvenicom i Vinodolskom općinom ima i zajedničku web stranicu na kojoj se mora raditi kako bi bila vidljivija, a isto tako imamo i stranice koje moramo puniti sadržajem sa destinacije (s nacionalne razine – Croatia.hr). S obzirom da je TZG Novi Vinodolski član udruge ruralnog turizma i tamo će imati svoju podstranicu koja će također voditi na glavni web, a tamo pružati samo osnovne informacije potrebne korisniku. Aktivna je i stranica Okolotorno koja je

preuzeta od Grada, a napravljena je ciljano za taj projekt. Naglasak je na lokacijama na kojima se održava manifestacija te fotografijama s destinacije i prevedena je na engleski i njemački.

U sklopu web stranice, bit će potreban i prijevod tekstova te cjelogodišnje održavanje i web stranice i novih mailova. Turistička zajednica ima i svoju Facebook i Instagram stranicu te Youtube kanal na kojima objavljuje sadržaj.

Nositelj aktivnosti: TZG Novi Vinodolski, TZ Kvarnera

Iznos potreban za realizaciju: 20.000,00 €

Rokovi realizacije: kontinuirano kroz godinu

3.5. KREIRANJE I UPRAVLJANJE BAZAMA TURISTIČKIH PODATAKA

Turistička zajednica Grada Novog Vinodolskog kontinuirano ulaže u nove foto i video materijale koji služe promociji destinacije, ali i koji se šalju raznim agencijama, vlasnicima smještaja i slično kako bi i oni putem svojih kanala predstavili ponudu destinacije. Isto tako, kroz godinu se javljaju i brojni upiti novinara koji žele Novi Vinodolski predstaviti čitateljima i zainteresirati ih za destinaciju. Sve se to čini u svrhu kreiranja čim bolje multimedijske baze. Osim multimedijalnih sadržaja, TZG vodi i baze podataka o ponudi i potražnji na tržištu, otkupljuje sadržaje koji su kvalitetni za daljnju distribuciju te stoji na raspolaganju TZ Kvarnera i HTZ-u za potrebne podatke.

Nositelj aktivnosti: TZG Novi Vinodolski

Iznos potreban za realizaciju: 6.500,00 €

Rokovi realizacije: kontinuirano tijekom svake godine

3.6. TURISTIČKO INFORMATIVNE AKTIVNOSTI

Kroz turističke informativne aktivnosti se upravlja TIC-evima koji se nalaze na području destinacije, a u službi su promocije destinacije; upravlja se centrima za posjetitelje te se postavlja i održava turistička signalizacija.

3.6.1. UPRAVLJANJE TIC-EVIMA

Novi Vinodolski će i kroz narednu godinu imati Turističko informativni centar u Novom Vinodolskom te će u ljetnim mjesecima TIC biti i u Klenovici, kao i ove godine u novouređenoj Ribarskoj kući što se pokazalo kao jako dobro. I dalje će se potpomagati i pratiti rad Županijskog info punkta Kvarner Jug. U TIC-u će kroz godinu biti zaposlena dva djelatnika, dok će se za vrijeme turističke sezone kada je turistička djelatnost pojačana zaposliti dva djelatnika u Novom Vinodolskom te jednog u TIC-u u Klenovici. TIC osim što ima informativnu i promotivnu zadaću te stoji na raspolaganju svim posjetiteljima i građanima Novog Vinodolskog, prati i statistike, popis turista, naplatu turističke pristojbe, na raspolaganju je za plasiranje informacija i daje prijedloge za unaprjeđenje rada. Kroz TIC se distribuiraju informativni materijali, kreira se sadržaj na stranicama destinacije, surađuje sa subjektima javnog i privatnog sektora u svrhu poboljšanja ponude destinacije, komunicira sa TZ-om Crikvenice i Vinodolske općine te TZ Kvarnera. TIC-evi su veoma važni svakoj destinaciji te su na raspolaganju posjetiteljima kroz cijeli dan u tijeku turističke sezone.

Nositelj aktivnosti: TZG Novi Vinodolski sa djelatnicima svojih TIC-eva

Iznos potreban za realizaciju: 90.000,00 €

Rokovi realizacije: TIC Novi Vinodolski kontinuirano tijekom svake godine, a TIC Klenovica samo u tijeku turističke sezone (lipanj-rujan)

3.6.2. ODRŽAVANJE TURISTIČKE SIGNALIZACIJE

Kroz godinu se povećava broj predstavnika turističke ponude, smještajnih jedinica i ostalih aktivnosti koje se obavljaju na destinaciji pa sukladno tema treba dodavati nove table turističke signalizacije i ažurirati odnosno popravljati postojeće table. Troškovi ove aktivnosti uključuju izradu i postavljanje tabli te popravak postojećih.

Nositelj aktivnosti: TZG Novi Vinodolski

Iznos potreban za realizaciju: 20.000,00 €

Rokovi realizacije: kontinuirano kroz cijelu godinu

4. DESTINACIJSKI MENEDŽMENT

Destinacijski menedžment je veoma važna stavka u destinaciji koja obuhvaća turističke informacijske sustave i aplikacije /eVisitor, upravljanje kvalitetom u destinaciji te poticanje na očuvanje i uređenje okoliša.

		AKTIVNOSTI	Rebalans plana za 2025. (eur)	Plan za 2026. (eur)	Indeks	Udio %
4.		DESTINACIJSKI MENEDŽMENT	8.000,00	17.000,00	212,50	100,00
	4.1.	Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor	3.000,00	4.000,00	133,33	23,53
	4.2.	Upravljanje kvalitetom u destinaciji	1.500,00	8.000,00	533,33	47,06
	4.3.	Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša	3.500,00	5.000,00	142,86	29,41

4.1. TURISTIČKI INFORMACIJSKI SUSTAV I APLIKACIJE /E VISITOR

eVisitor je online informacijski sustav koji je povezivanjem svih turističkih zajednica na području Republike Hrvatske omogućio uvid u stanje turističkog prometa, dnevno ažuriranje baza podataka o svim subjektima koji pružaju smještaj, bolju kontrolu naplate boravišne pristojbe i još mnoštvo toga. *eVisitor* je jako dobra podloga za izradu raznih izvještaja, tablica, grafikona, jer prati kretanja turista po raznim kriterijima koji su važni destinaciji. Turistička

zajednica Novog Vinodolskog će sudjelovati u daljnjem razvoju ove aplikacije, unositi sve podatke i pratiti kretanja te usklađivati svoje marketinške aktivnosti sukladno tome. Statistika će se objavljivati na web stranicama TZ-a te će se informirati javnost o istima. Nastavit ćemo i s aplikacijom *mVisitor* koji se pokazao kao jako koristan te se nadamo da će ga kroz iduću godinu koristiti još veći broj iznajmljivača. Osim što olakšava prijavu i evidenciju gostiju, isto tako je i alat kroz koji Turistička zajednica može komunicirati sa svojim iznajmljivačima putem *push* notifikacija koje može slati.

Nositelj aktivnosti: TZG Novi Vinodolski u suradnji s TZ Kvarnera i HTZ-om

Iznos potreban za realizaciju: 4.000,00 €

Rokovi realizacije: kontinuirano kroz godine

4.2. UPRAVLJANJE KVALITETOM U DESTINACIJI

Kvalitetu destinacije kreiraju svi stanovnici destinacije i svi aktivni sudionici turističke ponude koji moraju razumjeti viziju i cilj napretka destinacije. Veoma je važno educirati pružatelje ugostiteljskih usluga i iznajmljivače u vođenju apartmana, kuća za odmor, ugostiteljskih objekata i ponude u njima. Pomoći im oko načina oglašavanja, reći kako najbolje prezentirati objekt i komunicirati s gostima, koji su novi trendovi u turizmu i slično, a sve u svrhu unaprjeđenja kvalitete destinacije. Poticati ih na uređenje poslovnih prostora, okućnica, ugostiteljskih objekata – svega što bi utjecalo na kvalitetu boravka gosta na destinaciji. Također ćemo i dalje surađivati sa predstavnicima turističke ponude po proizvodima kako bismo zajednički podigli kvalitetu ponude u destinaciji te organizirati edukacije za pružatelje svih vrsta usluga u turizmu. Na ovoj stavci se planira i sudjelovanje na Danima hrvatskog turizma kroz koji se dodjeljuju i nagrade po raznim kategorijama.

Nositelj aktivnosti: TZG Novi Vinodolski

Iznos potreban za realizaciju: 8.000,00 €

Rokovi realizacije: kontinuirano kroz godinu

4.3. POTICANJE NA OČUVANJE I UREĐENJE OKOLIŠA

Kroz 2026. godinu ćemo također podržavati eko akcije čišćenja podmorja u suradnji s ronilačkim klubom te nastaviti suradnju s Osnovnom školom Ivana Mažuranića po pitanju eko kugli koje izrađuju, a koje čiste more pomoću aktivnih mikroorganizama. Projekt je to koji je jako dobro odrađen i važan za more i okoliš te će se provoditi i u 2026. godini, uz eko predavanja koja su držali stručnjaci iz prakse. Uključivat ćemo se i u nacionalne projekte ozelenjivanja našeg područja, kao i u 2025. godini kroz projekt Hrvatska prirodno tvoja.

Nositelj aktivnosti: TZG Novi Vinodolski, Grad Novi Vinodolski, ronilački klub

Iznos potreban za realizaciju: 5.000,00 €

Rokovi realizacije: kontinuirano tijekom godina s naglaskom na predsezonske mjesece

5. ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA

	AKTIVNOSTI	Rebalans plana za 2025. (eur)	Plan za 2026. (eur)	Indeks	Udio %
	ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA	700,00	1.000,00	142,86	100,00
5.1.	Međunarodne strukovne i sl. organizacije	-	-	-	0,00
5.2.	Domaće strukovne i sl. organizacije	700,00	1.000,00	142,86	100,00

5.1. MEĐUNARODNE STRUKOVNE I SL. ORGANIZACIJE

Turistička zajednica Grada Novi Vinodolski nije član Međunarodnih strukovnih i sl. organizacija.

5.2. DOMAĆE STRUKOVNE I SL. ORGANIZACIJE

Turistička zajednica Grada Novi Vinodolski je članica nekoliko udruga/grupa/organizacija s kojima će suradnju nastaviti i u 2026. godini:

- Lokalna akcijska grupa „VINODOL“ (LAG „VINODOL“)
- Hrvatska udruga karnevalista
- Udruga ruralnog turizma Hrvatske (URTH)
- Udruga hrvatskih putničkih agencija (UHPA) što se pokazalo kao još jedan kvalitetan kanal promocije destinacije
- SKÅL klub Kvarner

Cilj suradnje i članstva je umrežavanje, korištenje podataka o trendovima i tržištima te specifično djelovanje u pojedinim područjima čime se jača lokalna inicijativa.

Nositelj aktivnosti: TZG Novi Vinodolski

Iznos potreban za realizaciju: 1.000,00 €

Rokovi realizacije: kontinuirano tijekom svake godine

6. ADMINISTRATIVNI POSLOVI

U strukturi administrativnih poslova bit će prikazani izdaci za plaće, materijalni troškovi poslovanja, troškovi tijela turističke zajednice te ostale aktivnosti.

		AKTIVNOSTI	Rebalans plana za 2025. (eur)	Plan za 2026. (eur)	Indeks	Udio %
6.		ADMINISTRATIVNI POSLOVI	84.500,00	99.500,00	117,75	100,00
	6.1.	Plaće	61.000,00	76.000,00	124,59	76,39
	6.2.	Materijalni troškovi	20.000,00	20.000,00	100,00	20,10
	6.3.	Tijela turističke zajednice	1.500,00	1.500,00	100,00	1,50
	6.4.	Ostale aktivnosti	2.000,00	2.000,00	-	2,01

6.1. PLAĆE

Sukladno zakonskim propisima kroz ovu će stavku biti prikazani troškovi plaća za sve stručne i administrativne poslove koje će provoditi TZ, a sve u svrhu ostvarenja programa rada za iduće razdoblje izrađenog temeljem Zakona o turističkim zajednicama i svim ostalim strateškim dokumentima. Neki od poslova djelatnika TZG-a će tako biti obrada podataka o turističkom prometu na području grada, poticanje rada turističkih subjekata, sudjelovanje u organizaciji raznih manifestacija, edukacija i ostalih aktivnosti, suradnja sa svim ostalim dionicima u turizmu na destinaciji itd. S obzirom na inflaciju i troškove života, ostvareno je povećanje plaće u 2025. godini za 30%. S obzirom na troškove i rast plaće u drugim djelatnostima, ukoliko bude mogućnosti, planirat će se dodatno povećanje.

Iznos potreban za realizaciju: 76.000,00

Rokovi realizacije: kontinuirano tijekom godine

6.2. MATERIJALNI TROŠKOVI

U materijalne troškove spadaju izdaci uredske opreme i materijalno održavanje prostora, troškovi platnog prometa, održavanje prostora, odvjetnički i javnobilježnički troškovi, stručna usavršavanja zaposlenika, troškovi poštarine i sl.

Iznos potreban za realizaciju: 20.000,00 €

Rokovi realizacije: kontinuirano tijekom godine

6.3. TIJELA TURISTIČKE ZAJEDNICE

Tijela turističke zajednice su Turističko vijeće, Skupština i Poslovni odbor, koji za svoj rad ne primaju naknadu tako da za navedenu stavku neće biti iskazan trošak za rad, no tu su mogući ostali troškovi kao što su putni troškovi, troškovi reprezentacije, pripreme distribucije materijala i slične aktivnosti.

Skupština godišnje održava najmanje dvije sjednice na kojima se predstavljaju financijska izvješća, izvješća o radu Turističkog vijeća, o radu Direktora i Turističkog ureda. Usvaja se i prijedlog Godišnjeg programa rada i financijskog plana.

Turističko vijeće provodi odluke i zaključke Skupštine, predlaže godišnji program i financijsko izvješće, podnosi izvješće o svom radu, daje sugestije, prijedloge, mišljenja koja se tiču rada Zajednice te se brine kako bi se program provodio prema planu. Sjednice će se ovisno o mogućnosti održavati elektronski, hibridno ili redovnim putem.

Iznos potreban za realizaciju: 1.500,00 €

Rokovi realizacije: prema potrebi, kroz godinu

6.4. OSTALE AKTIVNOSTI

Kroz ostale aktivnosti važno je planirati nastavak implementacije Zakona o zaštiti osobnih

podataka GDPR koji je dosta sveobuhvatan i važan te ga je potrebno redovno pratiti i usklađivati poslovanje s istim. Isto tako, sredstva se su namijenjena i korištenju financiranja neplaniranih aktivnosti.

Iznos potreban za realizaciju: 2.000,00 €

Rokovi realizacije: tijekom godine

7. REZERVA

Hrvatska turistička zajednica je izdala naputak prema kojem se mora imati rezerva do 5% za potrebe osiguranja likvidnosti u izvanrednim situacijama te za financiranje neplaniranih aktivnosti. Planirala sredstva za 2026. godinu su 15.000,00 €. Odlukom Turističkog vijeća moguća je alokacija sredstava rezerve na ostale pojedinačno planirane aktivnosti ili nove aktivnosti.

8. POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE

U 2025. godini planira se ostvariti višak sredstava odnosno pozitivan financijski rezultat u iznosu od 37.300,00 eura koji se prenosi u iduću, 2026. godinu.

9. OSTALO

Kroz 2026. godinu se planira napraviti još nekoliko sitnijih promjena, opremanje TIC-a i ureda novim inventarom te sufinanciranje nove pozornice koja je potrebna za održavanje događanja. Kroz ovu stavku se planira i nastavak plaćanja operativnog *leasinga* za auto te servisi i sve potrebno. Dakle, sukladno stanju i potrebama će se raditi na održavanju i oplemenjivanju prostora TIC-a (Novi Vinodolski i Klenovica) i ureda Turističke zajednice Grada Novi Vinodolski. Potreban iznos – 10.000,00 eura.

Zaključno, program je izrađen s ciljem težnje prepoznatljivosti i pozitivnog imidža destinacije prilikom čega se naglasak stavlja na prirodne ljepote i *outdoor* aktivnosti te bogatu povijest i tradiciju. Gastro ponuda je nešto na što će se u idućem razdoblju staviti naglasak, i samostalno i na razini subregije, jer potencijal itekako postoji. Imperativ je bazirati se na lokalnim namirnicama. U budućnosti će se veći naglasak staviti i na promociju destinacije putem svih dostupnih online i offline kanala.

Zamjenik direktorice TZG Novi Vinodolski

Tomislav Cvitković

