

TURISTI KA ZAJEDNICA OP INE KALI

Izvješ e o izvršenju Programa rada za 2023. godinu

Kali, svibanj 2024.

UVOD

U skladu s odredbama članka 57. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/19 i 42/20) turističke zajednice izrađuju i donose Izvješće o izvršenju programa.

Izvješće za 2023. godinu izrađeno prema novoj metodologiji i standardima planiranja i izvješćivanja u sustavu turističkih zajednica temeljeno na novoj strukturi zadataka definiranim u novom zakonu koji je stupio na snagu 1. siječnja 2020. godine.

Izvješće o izvršenju Programa rada sadržava podatke o:

- detaľjan i precizan opis svih ostvarenih prihoda
- detaľjan i precizan opis svih planiranih i izvršenih aktivnosti
- podatke o ostvarenju dugoročnih i kratkoročnih ciljeva
- podatke o ostvarenom turističkom prometu
- tablicu u kojem je iskazana usporedba realiziranih aktivnosti s pojedinačno planiranim aktivnostima.

Izvješće o izvršenju Programa rada sadrži:

I. FINANCIJSKI REZULTAT

II. OSTVARENE AKTIVNOSTI

III. OSTVARENJE DUGOROČNIH I KRATKOROČNIH CILJEVA

IV. OSTVARENI TURISTIČKI PROMET

V. TABLICA PRIKAZ REALIZIRANIH AKTIVNOSTI S POJEDINAČNO PLANIRANIM AKTIVNOSTIMA

I. FINANCIJSKI REZULTAT

Izvršeno o izvršenju programa rada na precizan i jasan način iskazuje financijski rezultat turističke zajednice iz kojeg je bitno razvidan iznos financijskih sredstava s kojima je turistička zajednica raspolagala u narednom razdoblju te vrijednosti financijske i nefinancijske imovine.

OSTVARENI PRIHODI

	PRIHODI	Plan 2023. u EUR	Rebalans 2023. u EUR	Realizacija 2023.	Udio % u realizaciji	Indeks realizacija/rebalans
1.	Izvorni prihodi	19.908,42	21.900,00	22.481,96	24,8	103
1.1.	Turistička pristojba	15.926,74	17.500,00	17.931,98	19,8	102
1.2.	Članarina	3.981,68	4.400,00	4.549,98	5,0	103
2.	Prihodi iz proračuna općine/grada/županije i državnog proračuna	12.821,02	11.750,00	11.748,96	13,0	100
3.	Prihodi od sustava turističkih zajednica	5.972,53	24.850,00	24.842,30	27,4	100
4.	Prihodi iz EU fondova	17.253,97	16.860,00	16.859,63	18,6	100
5.	Prihodi od gospodarske djelatnosti	1.194,51	1.195,00	2.139,92	2,4	179
6.	Preneseni prihod iz prethodne godine	3.981,68	4.007,00	4.006,73	4,4	100
7.	Ostali prihodi	1.990,84	8.762,00	8.517,02	9,4	97
	SVEUKUPNO	63.122,97	89.324,00	90.596,52	100,0	101

1. Izvorni prihodi

Turisti ka pristojba se plaća temeljem članka 59. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN52/19; NN42/20), a u skladu sa Zakonom o turističkoj pristojbi (NN52/19; NN32/20; NN42/20). S obzirom da izvorni prihod turističke zajednice u 2022. godini prešao prag od 200.000,00 kn bruto (26.544,56 EUR) raspodjela sredstava od turističke pristojbe se raspoređivala na sljedeći način: 1% sredstva za HCK, 2% sredstva za projekte i programe udruženih turističkih zajednica (Fond za udružene turističke zajednice), 3,5% za Fond za turističke zajednice na turistički nedovoljno razvijenim područjima, a preostala sredstva raspoređuju se 15% Turističkoj zajednici Zadarske županije, 20% Hrvatskoj turističkoj zajednici, 65% sredstava Turističkoj zajednici Općine Kali, od kojih se opet 30% direktno raspodjeljuje na račun Općine Kali. Nažalost, ova raspodjela uvelike je utjecala na uvjete poslovanja naše turističke zajednice koja ionako raspolaže s nedostatnim sredstvima.

U 2023. godini ukupno se planiralo ostvariti prihod na ime turističke pristojbe u iznosu od 15.926,74 eura neto. Rebalansom je planirano 10% više, u brojkama 17.500,00 eura. Na povećanje izvornih prihoda utjecalo je povećanje broja novih iznajmljivaca i njihovih smještajnih kapaciteta i uredno plaćanje iznajmljivaca pušalnice članarine turističkoj zajednici.

U konačnici realizirano je 17.931,98 eura od kojih 16.704,46 od iznajmljivaca i vlasnika kuća za odmor, dok 1.227,52 od nautike što je 2% više od planiranog rebalansom.

Turisti ka članarina plaća se temeljem članka 59. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, a u skladu s Zakonom o članarinama u turističkim zajednicama (NN52/19; NN144/20). S obzirom da smo u 2022. godini ostvarili izvorni prihod viši od

200.000,00 kn (26.544,56 EUR) raspodjela bruto sredstava od turisti ke lanarine raspodijelila se na na in da je 2 % upla eno na poseban ra un Hrvatske turisti ke zajednice za projekte i programe udruženih turisti kih zajednica, 3% uzima porezna uprava za evidenciju, 9% u Fond za turisti ke zajednice na nedovoljno razvijenim podrujima, a preostala sredstva raspore uju se: 65% sredstava Turisti koj zajednici Op ine Kali, 15% sredstava Turisti koj zajednici Zadarske županije i 20% Hrvatskoj turisti koj zajednici.

U 2023. godini bilo je planirano ostvariti prihod od 3.981,68 eura neto od lanarine, rebalansom je planirano 4.400,00 eura, zbog pove anja uplata paušalnih lanarina od iznajmljiva a ije smo pla anje potaknuli dopisom i slanjem uplatnica. U kona nici ostvaren je prihod od lanarine u iznosu od 4.549,98 što je 3% više od planiranog rebalansom.

Realizacija izvornih prihoda: 22.481,96 €

Turisti ka pristojba – 17.931,98 €

lanarina – 4.549,98 €

2. Prihodi iz prora una op ine/grada/županije i državnog prora una

Prihodi iz prora una Op ine Kali rebalansom su umanjeni za 8% i ostali su skoro na razini planiranog. Iz prora una Op ine Kali ostvarili smo prihod od 10.248,96 €i to za potporu rada turisti kog ureda 4.000,00 €i 6.248,96 €za programe. Od Zadarske županije smo ostvarili prihod od 1.500,00 €prijavom na Javni poziv za dodjelu potpora doga anjima u turizmu na podru ju Zadarske županije sa programom manifestacije "Kualjske ribarske no i-Tunuara".

Realizacija prihoda iz prora una op ine/županije i državnog prora una: 11.748,96 €

Op ina Kali – 10.248,96 €

Zadarska županija – 1.500,00 €

3. Prihodi od sustava turisti kih zajednica

Rebalansom je planirano gotovo 4 puta ve i prihod od planiranog što je i ostvareno. 8. travnja 2023. TZO Kali se prijavljuje na Javni poziv koji je raspisala TZZŽ za lokalne turisti ke zajednice na turisti ki nedovoljno razvijenom podru ju i kontinentu za bespovratna sredstva iz istoimenog Fonda. Prijavljuje 2 programa: (1) "Plaža Mala Lamjana – zona odmora i rekreacije" iz podru ja razvoja turisti kog proizvoda, za koji ostvaruje potporu u iznosu 8.925,30 € (2) "Strateški plan razvoja kulturnog turizma Op ine Kali" iz podru ja istraživanja i strateškog planiranja, za koji ostvaraju potporu u iznosu 9.917,00 €

Od Turisti ke zajednice Zadarske županije ostvarujemo još prihod od 2.000,00 €za Tunuaru i 2.000,00 € za Blue Fish Festival temeljem prijave na natje aj za potpore turisti kim doga anjima za marketinške aktivnosti. Temeljem prijave na natje aj TZZŽ za potpore projektima razvoja turisti kih proizvoda posebnih interesa ostvaruje još potporu od 2.000,00 € za projekt "Od mora do stola-kaljska ribarska kuhinja".

Realizacija prihoda od sustava turisti kih zajednica: 24.842,30 €

TZZŽ i HTZ Fond za nedovoljno razvijene – 18.842,30 €

Turisti ka zajednica Zadarske županije – 6.000,00 €

4. Prihodi iz EU fondova

Planirana su sredstva u iznosu od 16.860,00 € prijavom na natječaj Lokalno akcijske grupe u ribarstvu "Plodovi mora" iz Fonda za pomorstvo i ribarstvo za Mjeru 2. ulaganja u valorizaciju i promociju ribarske i maritimne baštine u 2022. godini. Konačno rješenje o ostvarenju sredstava dobiveno je u siječnju 2023. godine kada smo mogli poslati zahtjev za isplatu sredstava.

Realizacija prihoda iz EU fondova: 16.859,63 €

5. Prihod od gospodarske djelatnosti

Prihod od gospodarskih djelatnosti odnosi se na prihod od najma prostora za bankomat u turističkom uredu koji je ostvaren u visini 1.194,48 € (99,54 eura mjesečno), a u ovaj razred prihoda stavili smo i refundaciju za troškove struje i vode UO LB 945,44 €

Realizacija prihoda od gospodarske djelatnosti: 2.139,92 €

6. Preneseni prihod iz prethodne godine

U 2023. godini prenesen je prihod iz 2022. godine u visini 4.006,73 € kako je i planirano.

Ta sredstva omogućuju uvajanje nesmetanog rada ureda i izvršavanje zadaća a do značajnijeg priljeva sredstava što je tek krajem srpnja tekuće godine.

7. Ostali prihodi

Planiranih 1.990,84 € povećali smo rebalansom na 8.762,00 € Značajno se povećao prihod u kategoriji ostali prihodi i to na ime donacija građana, obrtnika i Udruge "Kvaljske ribarske noćice" za Tunuaru.

Realizacija prihoda ostali prihodi: 8.517,02 €

II. OSTVARENE AKTIVNOSTI

Izveštaje je strukturirano slijedom unificirane metodologije Programa rada i sastoji se od sljedećih cjelina:

- 1. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE**
- 2. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA**
- 3. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE**
- 4. DESTINACIJSKI MENA DŽMENT**
- 5. RAZVOJ LANSTVA U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA**
- 6. ADMINISTRATIVNI POSLOVI**

1. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE

		AKTIVNOSTI	Plan 2023. u EUR	Rebalans 2023. u EUR	Realizacija 2023.	Udio % u realizaciji	Indeks realizacija/ rebalans
1.		ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE	6.437,06	12.937,50	12.963,82	13,1	100
	1.1.	Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata	6.437,06	12.937,50	12.963,82	13,1	100
	1.2.	Istraživanje i analiza tržišta					
	1.3.	Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti					

1.1. Izrada strateških/operativnih akcijskih dokumenata

1.1.1. Strateški plan razvoja turizma Op ine Kali 2015. – 2020.

Detaljan i precizan opis aktivnosti: U cilju sustavnog pristupa izazovu razvoja turizma Op ina Kali je donijela odluku o izradi Strateškog plana razvoja turizma za razdoblje 2015. – 2020. U Op ini Kali ribarstvo i marikultura su pretežite i vitalne gospodarske aktivnosti uz trgovinu i uslužne djelatnosti. S premisom stvaranja uvjeta za raznoliku i uravnoteženu gospodarsku strukturu u budu nosti opredijelila se na snažnije poticanje i razvoj svojih potencijala na planu turizma. Strategiju je izradio Institut za turizam.

U 2023. izostala je analiza dokumenta i odluka o produljenju roka valjanosti, ali su se dogodile investicije u prostoru koje su bile dio akcijskog plana u sklopu dokumenta definirani kao projekti od visoke važnosti vezano za daljnja ulaganja u ure enje plaža.

Ostavreni cilj aktivnosti: Pregled i detekcija u njenog vezano za akcijski plan provedbe Strateškog plana razvoja turizma Op ine Kali 2015. – 2020.

Nositelj aktivnosti: Op ina Kali i TZO Kali

Realizacija: 0,00 kn

1.1.2. Strateški plan razvoja kulturnog turizma Op ine Kali

Detaljan i precizan opis aktivnosti: Ocijenili smo da je izuzetno važno da se na razini op ine ozbiljno pristupi procesu intepretacijskog planiranja prirodne i kulturne baštine mjesta. Interpretacija može donijeti brojne dobrobiti za lokalnu zajednicu i posjetitelje. U smislu održivog razvoja turizma destinacije o baštini valja razmišljati kao o resursima koji stvaraju preduvjete za razvoj posebnih oblika turizma, u ovom slu aju kulturnog turizma. Posebnu pažnju svakako smo posvetili ribarskoj tradiciji, po emu smo prepoznatljivi i oko nje strateški planirati ostale baštinske doživljaje.

Izradom planiranog dokumenta dobivamo sustavan okvir i precizne smjernice za budu e aktivnosti materijalizacije baštine u snažna iskustva i doživljaje posjetitelja, kao i razradi budu e kulturno-turisti ke ponude. Jasnu viziju o nužnim ulaganjima u interpretacijsku infrastrukturu i medije interpretacije, kao i omogu en pristup razli itim financijskim instrumentima za realizaciju istog.

Procjena vrijednosti izrade dokumenta je bila viša od planiranog. S obzirom na ograni ene financijske mogu nosti naše turisti ke zajednice izgledno je bilo da do realizacije ovog plana

možemo isključivo pronaći druge izvore financiranja stoga prijavljujemo izradu na javni poziv iz Fonda za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent gdje ostvarujemo sredstva u iznosu od 9.917,00 €. U rujnu potpisujemo ugovor s renomiranom tvrtkom Muze d.o.o. za izradu studije koja će se izraditi u vremenskom periodu od rujna 2023. do svibnja 2024. godine u 4 faze. U 2023. odrađene su 2 faze i to: Prikupljanje i dostava ulaznih podataka i dokumentacije, te terenski pregled i radionica sa dionicima. Djelatnice Muza boravile su na našem području od 6. – 8. prosinca 2023., a 7. prosinca održana je radionica za zainteresiranim dionicima na kojoj su bili upoznati sa svrhom aktivnosti, prošli smo kroz radionicu promjena kulturnog turizma Općine Kali i mapiranje baštine. Radna grupa je brojila 14 sudionika. Troškovi se odnose na rad za dvije faze odrađene u 2023. godini.

Cilj aktivnosti: unaprijeđenje razumijevanja kulturnih vrijednosti područja, promocija kulturno-povijesnih vrijednosti lokalne zajednice, konzervacija artefakata, očuvanje memorije zajednice, osnaživanje iskustva turista.

Nositelji aktivnosti: TZO Kali, Općina Kali, Muze d.o.o.

Realizacija: 12.963,82 €

1.2. Istraživanje i analiza tržišta

Detaljan i precizan opis aktivnosti: Turistička zajednica je pratila dostupne različite informativne kanale i publikacije preko kojih je dobivala informacije vezano za analize tržišta, kretanje trendova u turizmu i ostale informacije koje su pomogle u promišljanju i planiranju aktivnosti.

Koordinacijski sastanci organizirani od strane TZŽŽ također pomažu u praćenju stanja u ostalim destinacijama i razvoju ponude regije.

Ostvareni cilj aktivnosti: Podizanje razine kompetencija i sustavno praćenje kretanja u turizmu.

Nositelj aktivnosti: TZŽŽ, TZO Kali

Realizacija: 0,00 €

1.3. Mjerenje uinkovitosti promotivnih aktivnosti:

Detaljan i precizan opis aktivnosti: Pratili smo statistiku posjetenosti stranica, virtualne šetnje i objava.

Nositelj aktivnosti: TZO Kali

Realizacija: 0,00 €

2. RAZVOJ TURISTI KOG PROIZVODA

	AKTIVNOSTI	Plan 2023. u EUR	Rebalans 2023. u EUR	Realizacija 2023.	Udio % u realizaciji	Indeks realizacija/ rebalans
2.	RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA	24.673,17	46.799,00	49.092,28	49,6	105
2.1.	Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda	3.318,07	567,00	567,24	0,6	100
2.2.	Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda	3.702,97	1.500,00	3.600,00	3,6	240
2.3.	Podrška razvoju turističkih događanja	14.997,68	35.807,00	35.807,04	36,2	100
2.4.	Turistička infrastruktura	2.654,46	8.925,00	9.118,00	9,2	102
2.5.	Podrška turističkoj industriji					

U razvoj turisti kog proizvoda utrošeno je gotovo dvostruko više od prvog plana iz sljede ih razloga: troškovi za organizaciju doga nja su se pove ali zbog obujma istih i pove anja cijena usluga. Turisti ka zajednica je nositelj prijave na LAGUR "Plodovi mora" za Tunuaru i ostvarena isplata za aktivnosti iz 2022. nije bila dostatna da pokrije troškove ovogodišnje manifestacije. Pove an je obim aktivnosti i ulaganja u opremu za organizaciju i promidžbu, a pove anje cijena tako er su utjecali na ishod. U konzultaciji s na elnikom i njegovim suradnicima, a i na sjednici vije a podržana su oba prijedloga direktorice za prijavu na Fond za turisti ki nedovoljno razvijena podru ja i kontinent i to: 1) projekt: Strateški plan razvoja kulturnog turizma Op ine Kali (objašnjeno u razredu 1) istraživanje i strateško planiranje) i 2) projekt: Plaža Mala Lamjana-zona odmora i rekreacije za koju je op ina dala suglasnost za upravljanje turisti koj zajednici na 5 godina, tako da su izvršena ve a ulaganja potaknuta i sredstvima iz Fonda.

2.1. Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turisti kih proizvoda

2.1.1. Selekcija klju nih atributa, poruka i identificiranje potencijalnih ciljnih skupina kojima se turisti ki proizvod komunicira

Razvojem diferencirane palete turisti kih proizvoda, namijenjenih razli itim ciljnim segmentima posjetitelja s razli itim motivima dolaska, turisti ke destinacije nastoje valorizirati svoje ukupne resurse i poslovati tijekom što duljeg razdoblja godine maksimiziraju i tako pozitivne efekte turizma. U tom smislu, predvi ena struktura turisti kih proizvoda Op ine Kali uklju uje niz razli itih proizvoda odmora, bilo da je rije o glavnom (5+ dana), kratkom (2-4 dana) ili jednodnevnom odmoru.

Rije je o paleti komplementarnih, me usobno nadopunjavaju ih proizvoda, a u potonjem tekstu emo opisati što se napravilo u protekloj 2023. godini na planu ulaganja i razvoja artikularinih proizvoda u našoj destinaciji. Opsežnija objašnjenja za pojedine aktivnosti opisane su u drugim dijelovima dokumenta, u ovom dijelu samo nabrajamo što je u injeno.

Detaljan i precizan opis aktivnosti: proizvod "Sunce i more": izvršena su daljnja ulaganja u turisti ku infrastrukturu, dovršenje plažnog dijala Mul-Kolegini, dovršenje plaže Artina,

nabava urbane opreme, ure enje dje jeg igrališta i igrališta odbojke na pijesku, nabava modelarnog drvenog odmorišnog dijela za Plažu Mala Lamjana.

Proizvod **“Aktivni odmor”**: sve aktivnosti vezano za ovaj proizvod u prošloj godini napravljene su u suradnji s turisti kim zajednicama udruženim u Zadarski arhipelag i bile financirane iz zajedni kog bu eta. O iš ena je dionica na obalnom dijelu izme u Kali i Kukljice (dobili neprekinutu mogu nost šetnje od Ždrele kog mosta do Lukorana), priprema i tisak trail karte Ugljan-Pašman, priprema i tisak bike karte Ugljan-Pašman, aktiviran web portal Zadarski arhipelaGO, zajedni ka platforma za aktivni turizam, montiran je promo film za biciklizam Zadarski arhipelaGO Inviting Adventure, obavljena su snimanja za promo filmove *trail* i kajak. Sve pješa ke staze su ponovno markirane osebujnim i zajedni kim simbolom “plava šapica”.

Proizvod **“Gastronomija”**: provela se edukacija za ugostitelje koji uslužuju hranu pod nazivom “Od mora do stola-kaljska ribarska kuhinja”, osnažene i vidljivije gastro manifestacije Kualjske ribarske no i-Tunuara i Blue Fish Festival, ve a vidljivost i dostupnost lokalnih proizvoda (maslinovo ulje i proizvodi ribarstva).

Proizvod **“Nauti ki turizam”**: 2023. nauti ka ponuda zadarske regije prezentirana je na britanskom Nautical Channel-u u sklopu TV serijala „WIND MASTERS CROATIA“ kojeg podržava i HTZ. U suradnji sa produkcijom Amali Doare ukupno je snimljeno 10 emisija u trajanju od 26 minuta od kojih 2 emisije predstavljaju nauti ku ponudu zadarske regije kroz otoke Ugljan, Pašman i Dugi Otok. U Kalima je snimljen dobar dio reportaže o Ugljanu, turisti ka zajednica je dogovorila sadržaje i subjekte zajedno s produkcijskom ku om. Zadarska regija je predstavljena kao sigurna i poželjna nauti ka destinacija. Materijali su snimani u mjesecu lipnju, a emitiranje u studenom uz ukupnu realizaciju od 30 emitiranja na Nautical Channel-u.

Ostvareni cilj aktivnosti: Ulaganja, razvoj i promocija diferencirane palete turisti kih proizvoda namijenje razli itim segmentima posjetitelja

Nositelj aktivnosti i partneri: TZO Kali, Op ina Kali, tz-i Zadarski arhipelag, subjekti privatnog sektora

Realizacija: *e biti prikazana u naravi na adekvatnim stavkama u dokumentu*

2.1.2. Razvojne aktivnosti vezane uz povezivanje elemenata ponude u pakete i proizvode

Projekt razvoja TOP doživljaja

Detaljan i precizan opis aktivnosti: TZZŽ pokrenula je projekt detektiranja TOP doživljaja u regiji u kategorijama “Priroda i pustolovine”, “Povijest i kultura”, “Nautika”, “Hrana i pi e”, “Nacionalni parkovi i parkovi prirode”, “Plaže”, “Obiteljsko ljetovanje” sukladno brend strategiji. Projekt je zapo eo krajem 2020. godine i TZO Kali aktivno je sudjelovala u projektu putem interaktivnih radionica sa subjektima javnog i privatnog sektora. Poslali smo prijedloge i evaluacije ponude sa podru ja svoje destinacije i otoka Ugljana u kategorijama “Hrana i pi e”, “Priroda i pustolovina”.

Nakon u injene evaluacije i selekcije TZZŽ u 2021. u suradnji sa stru nim tvrtkama je napravila izbor od 30-ak doživljaja, najve i dio je posve en outdooru, istraživanju morskih

pri a na otocima, zaštiti njihovih dijelova prirode, ruralna ponuda (kušaonice, vinarije i sl.) i sl. koje se mogu vidjeti na web-u www.zadar.hr u kategoriji "Doživljaji" podkategorija "Istraži".

Sumiramo da smo zadovoljni jer su u kategoriju TOP doživljaja Zadarske regije uvrštena i 2 doživljaja koje smo predlagali, a to su "Gastro pri obilazak otoka Ugljana" koji je u stvarnosti posjet Kalima i "Najbolje ideje za izlete po otocima-Ugljan", gdje je uključena i posjet našem mjestu.

TZZŽ u rujnu tiska priručnik za stvaranje turističkih doživljaja u Zadarskoj županiji u cilju poticanja na transformaciju turističkih proizvoda u autentičnim i relevantnim doživljajima namijenjenim relevantnim dionicima u turizmu u javnom i privatnom sektoru.

Ostvareni cilj aktivnosti: Kreirani su jedinstveni doživljaji koji pomažu posjetiteljima da bolje upoznaju destinaciju i njene mogućnosti, kao i pružatelje usluga s područja. Stvorena je baza i pomoć za daljnju promociju, komunikaciju i distribuciju.

Nositelj aktivnosti i partneri: TZZŽ, TZO Kali, subjekti javnog i privatnog sektora

Realizacija: 0,00 €

Projekt razvoja eno-gastro turizma regije

Detaljan i precizan opis aktivnosti: TZZŽ pokrenula je projekt razvoja eno-gastro turizma u koji smo se uključili na lokalnom nivou. Regionalna zajednica je putem našeg djelovanja upoznata sa resursima s kojima raspolažemo na području destinacije, prvenstveno mislimo na ribu i proizvode ribarstva, događanja s gastro predznakom i našu jedinstvenu ribarsku prirodu. Kroz projekt se nastoji poticati: posluživanje autohtonih jela i pića, korištenje lokalno uzgojenih namirnica/dobara, povezivanje proizvođača i pružatelja usluga i osnaživanja imidža Zadarske regije kao destinacije s vrijednom gastro ponudom.

U 2023. godini lokalni smo partneri regionalnoj zajednici i dajemo podršku njezinim aktivnostima o čemu uredno obavještavamo zainteresirane subjekte na lokalnoj razini.

Po etkom siječnja pomažemo organizirati snimanje za kampanje promo gastro Zadar na temu ribarenja. Dogovaramo glavnog protagonista pri obilazku Livija Perina Šišmara iz Kali, logistiku pripreme i prisutni smo tijekom snimanja.

TZZŽ priredila je 10. veljače 2023. godine 2. izdanje susreta „Dan vina i gastronomije Zadarske županije“. Kongresna dvorana centra Fortis u Punta Skala Resortu tako je bila domaćin za preko 35 izlagača i 120 gostiju, mahom ugostitelja, hotelijera i F&B menadžera. TZ Kali animira proizvođače iz Kali na sudjelovanje, no zbog poslovnih obveza nisu bili u mogućnosti i to za proizvode ribarstva i maslinova ulja. Na događaju ipak sudjeluje jedan naš poduzetnik Mate Lukin (Mesnice Lukin) sa svojim proizvodima (dalmatinski pršut) za koje kontinuirano dobiva nagrade na raznim natjecanjima.

TZZŽ organizirala je Enogastro prezentaciju za medije u Milanu u prostorima La Cucina Italiana - brenda renomiranog travel izdavača Condé Nast, 30. ožujaka 2023. U Milanu je za talijanske medije održana značajna turistička prezentacija eno-gastro mogućnosti Zadarske županije u prostorima La Scuola de la Cucina Italiana - brenda renomiranog travel izdavača Condé Nast, mjesta raznih eno-gastro okupljanja. U suradnji s Predstavništvom Hrvatske turističke zajednice u Milanu i uz podršku partnera.

Za potrebe ove prezentacije TZO Kali osigurala je in unu preko Ribarske zadruge Omega 3 iz Kali.

Budu i da je jedan od glavnih ciljeva promidžbe TZ Zadarske županije predstaviti Zadarsku regiju kao destinaciju bogate eno-gastro ponude u suradnji sa renomiranim brendom Falstaff organiziran je 24. travnja ekskluzivni event koji je popraćen objavama u tiskanim medijima. Ovim eventom kao i oglašivačkim aktivnostima na tržištu Austrije, jednom od naših ključnih emitivnih tržišta, značajno je povećana vidljivost Zadarske regije kao eno-gastro destinacije - kroz eno-gastro doživljaj omogući ili smo novu inspiraciju našim vjernim gostima. Aktivna komunikacija ponude izvan glavne turističke sezone, uz ciljanje na high-end urbanu publiku metropole Beča, te činjenice o blizini samog tržišta za cilj imaju privlačenje gostiju sa tržišta Austrije, posebice u terminima pred i post sezone. Ponuda je predstavljena kroz tri advertorijala u magazinu Falstaff.

U Beču u dio smo prezentacijskog nastupa kao brend Zadar Arhipelago. Marko Kolega iz Kali naš je glavni kuhar, spremljena je bila tunjevine umido i zalogaji s Markovim proizvodima (slani i marinirani in uni, kozice, tunjevine, hobotnica, srdele). Kolege iz Pašmana i Dugog otoka šalju reprezentativne proizvode svojih proizvođača.

TZZŽ organizira eno-gastro turističku prezentaciju u Parizu za francuske top influencere, 29. lipnja 2023. u sklopu posjeda povijesne vile na periferiji Pariza, u neuobičajenoj i originalnoj formi nazvanoj Secret Peregrination odnosno Tajno putovanje. Održana je turistička prezentacija Hrvatske s naglaskom na Zadarsku županiju za 15-ak francuskih top influencera. Turistička zajednica Zadarske županije je zajedno s Predstavništvom Hrvatske turističke zajednice u Parizu i uz podršku lokalnih partnera, organizirala ovo cjelodnevno neuobičajeno događanje koje je bilo podijeljeno u nekoliko dijelova odnosno tematskih cjelina. Značajno je istaknuti kako sudionici/influenceri do samog dolaska na mjesto događanja nisu znali o kakvoj je vrsti eventa riječniti koja se destinacija predstavlja, a kako bi im tzv. tajno putovanje bilo zanimljivije i atraktivnije.

TZ Kali i Ribarski obrt Moćun sudjelujemo kao partneri u ovoj uspješnoj prezentaciji u Parizu uz ostale turističke zajednice iz Zadarske županije i subjekte Maraska, OPG Matuli, MarFish, Paška sirana, TZ Pag i Solana Pag, na način da smo donirali lokalne proizvode koji su se koristili u programu.

U listopadu (23. 10. 2023.) pomažemo organizirati snimanje za kampanje promo gastro Zadar na temu maslinarstva i maslinovog ulja. Dogovaramo glavne protagoniste pri čemu obitelj Ivoš ispred tvrtke Mrotine i poljoprivrednog gospodarstva, logističke pripreme i prisutni smo tijekom snimanja.

Ostvareni cilj aktivnosti: Kvalitativni pomoci i sustavan rad kroz projekt u osnaživanju Zadarske regije kao zanimljive gastro destinacije u kojem se Kali prepoznaju kao jedna od nezaobilaznih mjesta kada je riječ o ribi, poglavito plavoj ribi, lokalnim proizvodima ribarstva

Nositelj aktivnosti i partneri: TZZŽ, TZO Kali, subjekti javnog i privatnog sektora

Realizacija: 0,00 €

2.1.3. Razvoj događanja u destinaciji i drugih motiva dolaska u destinaciju za individualne i grupne goste

Oснаživanje imidža mjesta i prepoznatljivosti Kali kao "mjesta ribe i ribarenja" iziskuje dosljednu primjenu koncepta u turističkoj ponudi i promociji a gastronomija i gastro događanja su jedan od najupečatljivijih načina transmisije brenda i stvaranje stvarnog iskustva posjetitelja.

U 2023. nismo ostvarili želju da iznjedrimo još jedan gastro događaj, ali smo promišljali koncept, tražili partnere, logistike mogući i dr.

2.1.4. Razvoj ostalih elemenata turističke ponude s fokusom na cjelogodišnju ponudu destinacije

Suradnja po projektnoj osnovi Zadarski arhipelag

Detaljan i precizan opis aktivnosti: 1. listopada 2020. godine TZ Općine Sali, TZ Općine Preko, TZ mjesta Ugljan (danas u sklopu TZO Preko), TZ Općine Kukljica, TZ Općine Tkon, TZ Općine Pašman, TZ mjesta Božava, TZ grada Zadra, TZ mjesta Silba i TZ Općine Kali udružuju se radi zajedničkog provođenja više aktivnosti usmjerenih razvijanju turističkog proizvoda i promociji destinacije tako da u zajedničkim aktivnostima djeluju kao jedinstvena destinacija u smislu članka 2. točke 1. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/2019) pod imenom Zadarski arhipelag.

2023. godina bila je vrlo intenzivna u provođenju aktivnosti vezano za razvoj outdoor proizvoda Zadarskog arhipelaga. Za našu zajednicu posebno je važno izgraditi dionice u dužini 200m na obalnom dijelu između Kali i Kukljice, čime smo dobili neprekinutu mogućnost šetnje od Ždrele kroz mosta do Lukorana. Tisak trail karte Ugljan-Pašman, priprema i tisak bike karte Ugljan-Pašman, aktiviran web portal Zadarski arhipelaGO, zajednička platforma za aktivni turizam, montiran je promo video za biciklizam Zadarski arhipelaGO Inviting Adventure, obavljena su snimanja za promo videa *trail* i kajak. Sve pješačke staze su ponovno markirane osebujnim i zajedničkim simbolom "plava šapica".

Promotivni video za biciklizam "Zadarski arhipelaGO Inviting Adventure" osvaja nagradu u Portugalu na Festivalu turističkog filma. Osvajamo nagradu na Danima Hrvatskog turizma u kategoriji razvoja aktivnog turizma.

Aktivnosti su se najviše dijelom financirati putem prijave na javni natječaj koji provodi HTZ a čija sredstva su osigurana u Fondu za udružene turističke zajednice sukladno zakonu. TZZŽ također sufinancira određene aktivnosti. Uložimo i vlastita sredstva. 2023. podmirujemo paušalni trošak za tvrtku Ciklonaut sukladno veličini turističke zajednice, izvornim prihodima i brojem članova, također po istoj shemi podmirujemo troškove vezano za izradu zajedničke web stranice.

Ostvareni cilj aktivnosti: Ujednašen i održiv razvoj i promidžba turizma otoka arhipelaga Zadarske županije te razvoj ključnih i komplementarnih proizvoda

Nositelj aktivnosti i partneri: TZO-e (Sali_koordinator, Kali, Preko, Kukljica, Tkon, Pašman), TZ grada Zadra, TZM-a (Silba, Božava).

Realizacija: 567,24 €

2.2. Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda

2.2.1. Oznaka za avangardnu kvalitetu, labeling obiteljskog smještaja u koordinaciji s regionalnom turističkom zajednicom

Detaljan i precizan opis aktivnosti: U okviru razvoja ponude obiteljskog smještaja na području Zadarske regije aktivnosti ove mjere odnose se na projekt označavanja kvalitete (labelling) u obiteljskom smještaju pod brand imenom "Welcome" koji je pokrenula Turistička zajednica Zadarske županije u suradnji sa sustavom lokalnih turističkih zajednica. Riječ je o skupini standarda i mjerila kojima se želi stvoriti nova osnova za povezivanje nositelja obiteljskog smještaja. Radi se o nadopuni postojećeg sustava kategorizacije s ciljem povećanja konkurentnosti i razine kvalitete apartmana, soba i kuća koje se privatno iznajmljuju. Privatni smještaj na ovim prostorima odlikuje briga o gostu, susretljivost, obiteljsko ozračje boravka kod doma i ta lojalnost gostiju koji upravo zbog prethodnih karakteristika spojenih s prirodnim i stvorenim atrakcijama borave generacijama u obiteljskom smještaju Zadarske županije. Trenutno imamo četiri (4) nositelja na našem području.

TZZŽ nastavila je sa radom i planiranjem novih podbrendova na tragu održivog turizma i trenutnih trendova, te je odabrala specijalizaciju i razvoj novih podbrendova. „Welcome eco friendly“ kao nova prilika za bolje pozicioniranje doma instava koje primjenjuju neka od preporučenih načela održivog turizma u segmentu označavanja okoliša.

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

„Welcome Taste“ isto spada u ponudu održivog turizma jer izravno povezuje proizvođača poljoprivrednog proizvoda s turistom, kupcem ali na specifičan način kroz koji se priključuje proizvod, njegovoj specifičnosti i time pojačava snagu branda destinacije.

TZZŽ ugovorila je suradnju s tvrtkom „Quararius“ čija je osnovna djelatnost pružanje usluga marketinškog, turističkog i destinacijskog savjetovanja, a 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 komplementarnu obliku malog poduzetništva u turizmu, odnosno specijalizacije. U sklopu opisanog programa organizirano je studijsko putovanje, izrađena je Knjižica standarda za nove podbrendove, održane su prezentacije zainteresiranim subjektima, mini edukacija LTZ-ima, dok je obilazak prijavljenih domaćinstava i treninzi za domaćine zbog opsega projekta biti potrebni u 2024. godinu. Zadovoljni smo što smo na svom području detektirali i zainteresirali 4 lokalna subjekte za ovaj projekt i to u području Welcome taste (3) i Welcome B&B (1).

Ostvareni cilj aktivnosti: povećanje konkurentnosti i razine kvalitete apartmana, soba i kuća za odmor. Povećanje svijesti o važnosti kvalitete u djelatnosti pružanja usluga smještaja u domaćinstvu, kao i specijalizaciji, odnosno prilagođavanju kapaciteta potrebama posebnih interesa - family, city, rural, bike, eco, taste, B&B.

Nositelj aktivnosti i partneri: TZZŽ, TZO Kali

Realizacija: 0,00 €

2.2.2. Suradnja s predstavnicima turisti ke ponude po proizvodima radi podizanja kvalitete ponude u destinaciji (suradnja s ugostiteljima, hotelijerima itd.)

TZO Kali dobro surađuje s predstavnicima turisti ke ponude u cilju postizanja što kvalitetnije ponude u destinaciji i njezinoj vidljivosti. Suradnja se ogleda u kontinuiranoj komunikaciji, razmjeni ideja i zajedni kim aktivnostima. Posebno bi istaknuli suradnju s ugostiteljima i ribarsko-prera iva kim subjektima koji e biti nositelji razvoja kaljske gastro pri e, a u budu nosti i dio projekta razvoja eno-gastro ponude regije.

U 2023. godini omogu ili smo ugostiteljima besplatnu edukaciju koja se ostvarila sa stru nom tvrtkom u ugostiteljstvu Atore. Krajnji cilj edukacije je da svaki ugostiteljski objekt u mjestu još više razvija svoju prepoznatljivu gastro pri u, da dobije stru na znanja vezano za pripremu i iskoristivost plodova mora, uz mogu nost nadogra ivanja vlastitih menija s ponekim inovativnim jelima na bazi ribe i morskih plodova. Tijekom svibnja obilazimo ugostiteljske objekte, kako bi se upoznali s njihovim menijima, poslovnoj filozofiji, uvjetima kuhinje i motivaciji za sudjelovanje u edukaciji. U zimskom periodu u adekvatnom prostoru za kulinarske edukacije organiziramo 6 edukacija po 3 sata s razli itim temama i mogu nostima iskoristivosti ribe. U kona nici osim edukacije, slijedile su i konzultacije oko jelovnika i izrada jelovnika na bazi ribe i morskih plodova na individualnoj bazi, tako da svaki ugostitelj može graditi svoju specifi nu gastro pri u u budu nosti u autenti nom okviru tradicije kaljskog ribarstva.

Ostvareni cilj aktivnosti: Prepoznavanje važnosti podizanja kvalitete ponude u destinaciji s naglaskom na ugostiteljsku ponudu ribe i proizvoda ribarstva. Uspostavljeni kontakti sa stru nim osobama radi ostvarivanja suradnje u budu im aktivnostima na polju gastronomije.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZO Kali

Realizacija: 3.600,00 €

2.3. Podrška razvoju turisti kih doga anja

2.3.1. Organizacija i suorganizacija doga anja, kulturno-zabavnih, sportskih i sli nih manifestacija u destinaciji

Kualjske ribarske no i-Tunuara

Detaljan i precizan opis: Naša najve a, najpoznatija i najzahtjevnija manifestacija koja se uvijek organizira kada je pun mjesec i kad su ribari kod ku e u kontinuitetu od 2003. Jedinstven poziv gostima da posjete iskonsko ribarsko mjesto. Program je kolaž gastronomije, kulture, zabave i tradicije. 2023. odražle su se od 27. – 29. srpnja. Tri dana posjetitelji i lokalno stanovništvo mogli su uživati u bogatoj ponudi ribe na otvorenom. Manifestacija je poznata po tome što je u ponudi isklju ivo riba. HGK nam je dopustila, s obzirom da imamo iste ciljeve, doprinijeti ve oj potrošnji ribe, da koristimo njihov slogan Riba Hrvtake-Jedi što vrijedi. Tijekom prvog dana održao se sljede i program: promocija dje je slikovnice Srdela Dela koju je dala izraditi Op ina Kali, Dan Tune u sklopu programa Jedi što vrijedi, ugostiteljski objekti sukladno dogovoru nudili su tunu pripremljenu na razli ite na ine, održale su se ribarske igre, a u ve ernjim satima nastupila je zadarska grupa Pink Noise. Drugog dana od popodnevnih sati nudila su se jela od ribe, održalo se tradicionalno natjecanje u kuhanju kaljskog brudeta koje je oborilo još jedan rekord u broju prijavljenih ekipa, sudjelovalo je njih 22, zabavni program nastavljen je uz glazbu DJ-a. Tre i dan zapo eo je atrakcijom manifestacije, održao se dvosatni

defile ribarskih brodova kaljske flote Zadarskim kanalom s gostima i lokalnim stanovništvom, gastro ponuda jela od ribe, te glazbeni koncert Dražena Ze i a. U tkz. *off* programu znana umjetnica Ana Kolega nastavila je svoj rad od prošle godine i naslikala drugi mural na zidu od 12 m svojim osebujnim, koloristi kim slikarskim izri ajem na temu tradicije ribarstva i jedinstvene vizure mjesta koju ukrašavaju goleme ribarice ve desetlje ima i *akuluonama*, tako da smo dobili drugi mural koji ostaje trajna uspomena na doga anje i predstavlja novu malu atrakcija mjesta. Istovremeno u prostorima turisti kog ureda i Narodne knjižnice Kali održavala se izložba maketa ribarskih brodova zna ajnih za povijest kaljskog ribarstva autora Tomislava Vitlova. Turisti ka zajednica financirala je Tunuaru do krajnjih granica svojih financijskih mogu nosti zahvaljuju i dobivenim sredstvima na javnim pozivima i ostvarenjem isplate za prošlogodišnju Tunuaru od LAGUR-a "Plodovi mora". Ostale rashode pokrila je Udruga "Kualjske ribarske no i" uz finacijsku pomo Op ine Kali, donatora i ugostitelja koji su pružali usluge tijekom doga anja.

Na realizaciju doga anja Tunuare ukupno je utrošeno 21.519,05 € prema sljede oj strukturi:

- usluge dizajna i izrada vizuala – 667,09 €
- izrada promidžbenog materijala i promidžbene usluge – 3.498,35 €
- nabava opreme za organizaciju doga aja – 3.143,69 €
- scenografija – 1.826,25 €
- trošak materijala za organizaciju doga aja i nagrade – 2.514,94 €
- komunalne usluge, usluge elektrifikacije, montaže i prijevoza – 3.386,26 €
- usluge reprezentacije – 200,00 €
- honorari sudionika i troškovi realizacije programa – 6.282,47 €

Ostvareni cilj aktivnosti: Doprinos oboga ivanju turisti ke ponude destinacije, unapre enje turisti kog proizvoda destinacije, doprinos o uvanju etnološkog i povijesnog naslije a destinacije, promocija proizvoda ribarstva, doprinos razvoju zabavnih programa destinacije.

Nositelj aktivnosti i partneri: TZO Kali, Op ina Kali, Udruga "Kualjske ribarske no i"

Realizacija: 21.519,05 €

Blue Fish Festival

Detaljan i precizan opis aktivnosti: U okviru razvoja doga anja u destinaciji i drugih motiva dolaska u destinaciju za individualne i grupne goste TZO Kali je u partnerskom odnosu s Ugostiteljskom obrtom Eva dala potporu vezano za planiranu organizaciju doga anja Blue Fish Festivala uglavnom u segmentu marketinških aktivnosti.

Od 23. – 24. lipnja 2023. (2 dana) poznati kuhari David Skoko, Tomislav Karamarko i Josip Vrsaljko spremali su jela od plave ribe koja su se nudila gostima u vremenu od 17.00 – 23.00 sata. Cijeli doga aj organizirao se na ure enoj punti Artine gdje je smješten bistro Gugulo u vlasništvu UO Eva koji je bio središte doga nja s obzirom da se koristila kuhinja za pripremu jela, te bašta u kojoj su kuhari kuhali. Na javnoj površini i pripadaju oj plaži bili su postavljeni punktovi za konzumaciju. Namirnice su bile visoke kvalitete. Od plave ribe spremale su se srdele, in uni, tuna i lokarde. Sve je bilo vrhunski pripremljeno i inovativno, servirano u prihvaljivoj ambalaži, namirnice nabavljene od lokalnih ribara, a koje su pritom dobile dodatnu vrijednost radi inovativnosti i kvalitetne pripreme. Ostvorena je i suradnja s Ivanom Stiblikom

koji je imao osigurano posebno mjesto na kojem je nudio vina Zadarske regije. Tako da se kroz ovaj događaj ostvarila i višegodišnja želja i ideja da se naši lokalni događaji koji imaju gastro komponentu povežu i sa drugim subjektima kako bi se ostvario pravi eno-gastro doživljaj. Program je dodatno obogaćen glazbenom podlogom, angažmanom DJ-a i koncertom za zadnji dan.

Višestruko nagrađivana britanska novinarka Mary Novakovich u lipnju na portalu CNN travel objavljuje članak o ljepotama grada Zadra i županije. Pored toga je u britanskom mediju, koji djeluje pod prestižnim The Independentom, u objavljenom članku među najboljim festivalima Hrvatske istaknula Saljske užance na Dugom otoku i Blue Fish Festival u Kalima na otoku Ugljanu.

Na realizaciju događanja *Blue Fish Festival* ukupno je utrošeno 4.209,99 € prema sljedećoj strukturi:

- Izrada/tisak promidžbenog materijala i visual – 2.356,35 €
- Promidžbene usluge – 1.754,09 €
- Komunalne usluge – 99,55 €

Ostvareni cilj aktivnosti: Razvoj novih događanja kao motiva dolaska, promocija destinacije, gastro turizma i proizvoda ribarstva.

Realizacija: 4.209,99 €

Dani maslina otoka Ugljana

Detaljan i precizan opis: U cilju osnaživanja i povezivanja lokalnih turističkih zajednica otoka Ugljana u promociji zajedničkih resursa i snaga postigli smo zajednički dogovor da navedena manifestacije koja je imala više lokalni karakter postane otoka manifestacija gdje će svaka turistička zajednica sudjelovati. Za tekuću godinu animacijom lokalnih uljara. TZO Kali animirala je 5 maslinara sa svog područja koji su imali zavidan rezultat u kvaliteti ulja. Događanje se organizira u sastavu maslini i maslinovom ulju, te se slavi dvijetisuće godina tradicije maslinarstva na našem otoku. Posjetitelji manifestacije i sudionici uljari 17. lipnja mogli su uživati u tradicionalnim pjesmama, plesu i jelima, prisustvovati stručnim predavanjima na temu maslinarstva, degustirati maslinova ulja koja su pristigla na natjecanje. Dodijeljene su nagrade najboljim uljima, te se održao sajam HOP proizvoda.

Cilj aktivnosti: Obogaćivanje ponude destinacije u predsezoni, promocija lokalnih proizvoda i tradicije maslinarstva.

Nositelj aktivnosti i partneri: TZO Preko, TZO Kali, TZO Kukljica

Realizacija: 0,00 €

Kulturno-zabavna događanja

Detaljan i precizan opis: Turistička zajednica organizirala je sljedeća kulturno-zabavna događanja: 6. siječnja Božićni koncert u crkvi sv. Lovre; 14. srpnja gostovanje kazališta Rugantino iz Zagreba s predstavom "Uvijek će nam ostati ljubav"; 20. srpnja gostovanje

kazališta Gala s predstavom "Otvoreni brak"; 10. kolovoza tradicionalna fešta Lovrinja, veernji duhovni glazbeni program uz nastup Vanesse Mio i benda; 31. srpnja program za djecu u suradnji s Tontorinom cirkus; 18. kolovoza koncert rock-benda Seven and Counting; 20. kolovoza koncert "Pjesme" autorica Marte Kolega i Dunje Bahtijarevi; Adventski program, uz gostovanje djevoja splitskog kazališta Produkcija Z s predstavom za djecu.

- Rashodi honorara sudionika programa – 6.835,93 €
- Reprerentacija za sudionike – 1.226,45 €
- Promidžbeni materijal – 445,26 €
- Usluge razglasa – 956,87 €

Ostvareni cilj aktivnosti: Obogaivanje turističke ponude.

Nositelj aktivnosti: TZO Kali

Realizacija: 9.464,51 €

2.3.2. Sufinanciranje manifestacija u organizaciji drugih subjekata koje su od značaja za razvoj, promociju i uinkovito turističko i gospodarsko pozicioniranje destinacije

Detaljan i precizan opis: TZO Kali podupirala je događanja u organizaciji drugih subjekata, a koje doprinose razvoju, promociji, prezentaciji destinacije i ovaivanju tradicije.

Po etkom veljae je Biciklistički klub Macaklin iz Zadra na otoku organizirao trku Enduro; donirali smo "Kvaljske maškare" (čija tradicija je jedna od najdugovječnih u regiji) i "Streetball Kali"-turnir ulične košarke koju organizira Udruga "Kvaljska mladost". Bili smo jedan od domaćina za prihvata Kluba mopedista iz Slovenije u rujnu. Čiji program je provodila TZO Tkon, pomogli smo u organizaciji glazbeno-književnog događanja "Što kaj a" Udruge "Stihovi i note" koji se održao u Kalima u prostoru Narodne knjižnice.

Ostvareni cilj aktivnosti: Obogaivanje turističke ponude i podrška lokalnim inicijativama udruga.

Nositelj aktivnosti i partneri: BK Macaklin, Udruga "Kvaljska mladost", TZO Tkon, Udruga "Stihovi i note"

Realizacija: 613,49 €

2.4. Turistička infrastruktura

Upravljanje turističkom infrastrukturom danom na upravljanje od strane jedinice lokalne samouprave.

Detaljan i precizan opis: Turistička zajednica Općine Kali zatražila je od Općine Kali suglasnost na privremeno upravljanje plažom Mala Lamjana u minimalnom vremenskom razdoblju od 5 godina zbog planova aktivnosti i ulaganja u istu u cilju podizanja kvalitete turističke infrastrukture i poboljšanja uvjeta boravka turista u destinaciji. Projekt "Plaža Mala Lamjana-zona odmora i rekreacije" prijavljen je na natječaj Fonda za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent u segmentu razvoja i unapređenja turističkog proizvoda, konkretno u dominirajućem proizvodu odmorišnog turizma "sunca i mora", planirane aktivnosti odnosile su se na ulaganje u nove sadržaje na plaži i poboljšanje postojećih, tako da je nabavljen

novi pijesak za igralište za odbojku na pijesku u koli ni 52m3, nabavljene je modularna drvena terasa površine 30m2 za zonu odmora u šumiku pokraj plaže, te urbana oprema i to: 4 klupe, 1 klupa za dje je igralište, 1 stalak za bicikle, 1 piknik stol, 1 ležaljka i 2 koša. Plaža Mala Lamjana naša je najzna ajnija plaža kojoj emo se sustavno posvetiti i nastojati razviti sve njezine potencijale daljnim planiranjem ulaganja u uži (plaža) i širi prostor uvale Male Lamjane.

Na realizaciju opisanih aktivnosti utrošeno je 9.918,00 € prema sljede oj strukturi:

- nabava drvene modularne terase s dostavom – 5.512,50 €
- nabava urbane opreme 10 artikala s dostavom – 3.605,50 €
- trošak pijeska podmirila je Op ina Kali

Ostvareni cilj aktivnosti: Pove ati konkurentnost destinacije unapre enjem turisti ke infrastrukture dominiraju eg proizvoda "sunce i more" ulaganjem u nove sadržaje na plaži Mala Lamjana

Nositelji aktivnosti: TZO Kali i Op ina Kali

Realizacija: 9.918,00 €

2.5. Podrška turisti koj industriji:

Detaljan i precizan opis aktivnosti: TZO Kali je kontinuirano komunicirala sa subjektima važnih za razvoja turisti kog proizvoda destinacije. Analizirali smo mogu nosti, kapacitete, snage, slabosti u cilju kontinuiranog ja anja suradnje i partnerskih odnosa.

Ostavreni cilj aktivnosti: Osnaživanje partnerskih odnosa sa turisti kim subjektima i planiranje aktivnosti u cilju razvoja turisti ke ponude i promocije destinacije.

Nositelji aktivnosti: TZO Kali i lokalni turisti ki subjekti

Realizacija: 0,00 €

3. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE

		AKTIVNOSTI	Plan 2023. u EUR	Rebalans 2023. u EUR	Realizacija 2023.	Udio % u realizaciji	Indeks realizacija/ rebalans
3.		KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE	13.657,18	12.957,00	12.956,74	13,1	100
	3.1.	Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice	398,17	2.000,00	2.000,00	2,0	100
	3.2.	Suradnja s organizatorima putovanja	132,72				
	3.3.	Kreiranje promotivnog materijala	3.795,87	2.224,00	2.224,16	2,2	100
	3.4.	Internetske stranice	3.225,16	2.409,00	2.408,71	2,4	100
	3.5.	Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka	929,06	700,00	700,00	0,7	100
	3.6.	Turističko-informativne aktivnosti	3.981,68	4.499,00	4.498,99	4,5	100
	3.7.	Marketinške i poslovne suradnje-udruženo oglašavanje sa sustavom TZ-a i predstavnicima turističke ponude	1.194,51	1.125,00	1.124,88	1,1	100

U aktivnostima vezano za Komunikaciju i oglašavanje ostali smo gotovo u planiranim okvirima, samo 5% manje od planiranog gledaju i ukupno. Pojedine aktivnosti su se smanjile, a pojedine poveale o emu emo detaljnije opisati u potonjim razredima.

3.1. Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice

Nisu bila planirana sudjelovanja na sajmovima i poslovnim radionicama. Iste aktivno provodi regionalna turisti ka zajednica.

Sajmovi

TZO Kali pomogla je kolegama u vidu dostave zajedni kih promotivnih materijala otoka Ugljana iz svojih rezervi za nastup na sajmu Bolzano „Tempo libero“, 22.-25. travnja 2023. Sajam Tempo libero op i je turisti ki 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 TZO Preko – Otok Ugljan u suradnji sa TZZŽ. Štand je sadržavao vizuale otoka Ugljana, izložene su bile brošure otoka Ugljana i TZ Zadarske županije koje su se podijelile gostima. Sajam se održao na površini od ak 500 m2, predstavilo se 125 izlaga a a sajam je razgledalo 36.000 posjetitelja.

Posebne prezentacije

TZZŽ organizirala je Eno-gastro prezentacija za medije u Milanu u prostorima La Cucina Italiana - brenda renomiranog travel izdava a Condé Nast, 30. ožujaka 2023.

Za potrebe ove prezentacije TZO Kali osigurala je in une preko Ribarske zadruge Omega 3.

Eno-gastro prezentacija u Be u u partnerstvu s renomiranim brendom Falstaff, 24. travanj 2023. U elegantnom prostoru Ovalhalle Museumsquartiera u Be u, Turisti ka zajednica Zadarske županije je organizirala ekskluzivan event u suradnji s vode im medijem za eno-gastronomiju njema kog govornog podru ja - Falstaffom, te uz suradnju s Predstavništvom Hrvatske turisti ke zajednice u Be u, te Zadarskom županijom. Zadar Archipelago do arali su bogatu ribarsku tradiciju nude i zalogaje chefa Marka Kolege iz Kali s raznim plodovima mora - in unima, hobotnicom, kozicama, tunom ili sardinama uz dodatak posebnih delicija poput ukiseljenog motra. Odabranoj publici predstavljena je Zadarska županija kao destinacija održivog turizma, dobre hrane i sjajnih proizvoda, a zanimanje koje su uzvanici pokazali, svakako e doprinijeti pozicioniranju regije kao vrlo privla ne destinacije gurmanima i ljubiteljima putovanja.

Eno-gastro turisti ka prezentacija u Parizu za francuske top influencere, 29. lipanj 2023. Kao partneri u ovoj uspješnoj prezentaciji u Parizu sudjelovali su proizvo a i i turisti ke zajednice iz Zadarske županije uklju uju i TZ Kali i Ribarsko prera iva ki obrt Mo un iz Kali.

Posebna prezentacija Kali u Ljubljani

23. rujna 2023. sudjelovali smo u Ljubljani na prezentaciji i promociji kuharice "Iz mora u lonac" iji su autori Gregor Podržaj iz Grosuplja i naš mještани Livio Perin-Šišmar. Ova knjiga je više od kuharice, ona na simboli koj razini govori o povezanosti Gregora s našim mjestom Kali u koje dolazi ve više od 40 godina, prijateljstvu s našim mještanima, a posebno s Livijom, što je bilo i povod sklapanja prijateljstva izme u dviju op ina Kali i Grosuplja i budu e suradnje na raznim podru jima. Knjiga je nastajala duže vrijeme i bilo je jako zahtjevno, stoga je bila želja autora da promocija bude organizirana na zavidnoj razini s uvaženim gostima.

Promocija se održala u Kristalnoj dvorani trgovačkog centra BTC City Ljubljana sa bogatim programom posebno degustacijama hrane iz mora. Sama promocija je bila nezamisliva bez Kaljana. 30-ak Kaljki i Kaljana bili su pozvani i nazovani ili događaju zašto smo trebali osigurati smještaj i prijevoz. Naklada kuharice je 1.400 knjiga, od čija je 700 tiskano na slovenskom i 700 komada na hrvatskom jeziku. Na samom događaju prezentirali smo Kali i izložili naše promotivne materijale. Bili su nazovni mnogi slovenski mediji, tako da se kroz ovaj događaj odradila i promocija našeg ribarskog mjesta, koja će biti nastavljena kroz daljnju distribuciju kuharice. Cijeli pothvat organizacije prezentacije bio je financijski zahtjevan, stoga smo participirali u troškovima vezano za prijevoz i smještaj Kaljana u Ljubljani.

Cilj aktivnosti: Promocija regije i destinacija i turističkih proizvoda regije. Zadarska županija kao destinacija održivog turizma, dobre hrane i proizvoda, doprinos pozicioniranju regije kao vrlo privlačne destinacije gurmanima i ljubiteljima putovanja.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZO Kali, Općina Kali, RPO Šišmar, TZZŽ

Realizaciju: 2.000,00 €

3.2. Suradnja s organizatorima putovanja

3.2.1. Pružanje podrške u organizaciji studijskih putovanja novinara, predstavnika organizatora putovanja i agenata

Detaljan i precizan opis aktivnosti: Za pružanje podrške u organizaciji studijskih putovanja novinara, predstavnika organizatora putovanja i agenata u suradnji s regionalnom turističkom zajednicom i HTZ-om TZO Kali je uvijek na raspolaganju.

U listopadu je područje Zadarske županije posjetio nizozemski novinar Frank Peters koji će velike reportaže objaviti u 2 časopisa - Wandel & Bergen Magazine. Tema njegovog putovanja su pješani putevi i pješani staze, a na Ugljanu je proveo cijeli dan 6. listopada. Osim Ugljana boravio je na području Paga, Paklenice i Zrmanje. Ovo je bilo njegovo prvo putovanje u Hrvatsku. Proveli smo cijeli dan s novinarom, upoznali ga s poviješću, tradicijom, priama i prošli zahtjevne dionice pješanih ruta otoka Ugljana.

U studenom novinarka HTV-a Zrinka Krešo odrađuje snimanje reportaže o Kalima s naglaskom na ribarstvo i tradiciju ribarstva za emisiju Alpe Dunav Jadran s protagonistima iz obitelji Blaslov i obrta Provir. Snimanje, struktura i sadržaj dogovarali su se na proljeće u suradnji s turističkom zajednicom, u srpnju novinarka dolazi i obilazi potencijalne lokacije za snimanje. Promotivan prilog o namenu života i karakteristikom duhu mjesta Kali sigurno će pridonijeti našoj prepoznatljivosti.

Cilj aktivnosti: Pružiti dodanu vidljivost destinacije i njezinih resursa u medijima, kao i kod organizatora putovanja i agenata

Nositelji aktivnosti i partneri: TZZŽ, HTZ, TZO Kali

Realizacija: 0,00 €

3.3. Kreiranje promotivnog materijala

	AKTIVNOSTI	Plan 2023. u EUR	Rebalans 2023. u EUR	Realizacija 2023.	Udio % u realizaciji	Indeks realizacija/ rebalans
3.3.	Kreiranje promotivnog materijala	3.795,87	2.224,00	2.224,16	2,2	100

Informativni i promotivni materijali, ovisno o potrebama i tipu materijala bili su dostupni u TIC-u TZO Kali, u turisti ko informativnim centrima otoka Ugljana i Pašmana, TIC-u TZG Zadra i TZZŽ, agenciji na otoku, na info pultu koje smo postavili u poslovnica Jadrolinije u luci Gaženica i Preko, za potrebe sajмова i prezentacija, te iznajmljiva ima na podru ju destinacije.

U 2023. godini imali smo dostatne koli ine promotivnog materijala u vidu brošura i karata, tako da nismo imali posebne rashode za tisak.

Tisak se radio za karte trail i bike za otoke Ugljan i Pašman, nove karte koje smo dizajnerali i osmislili u sklopu aktivnosti Zadarski arhipelag Outdoor, tako da su troškovi bili financirani iz zajedni kog Fonda koje je podmirila TZO Sali kao koordinator. TZO Kali je dobila na raspolaganje 400 komada karata.

Dio rashoda odnosi se na suradnju s tvrtkom Mobilitas d. o. o. iz Splita i uklju enost u njihov projekt EXPLORE DALMATIA i turisti ku kartu Zadarske županije.

Suradnja se odvija na 4 na ina:

1. TZ op ine Kali zakupljuje oglasnu karticu na Turisti koj karti Zadarske županije na kojoj oglašava destinaciju. Karta se tiska u 25.000 primjeraka za Zadarsku županiju i distribuira na 300 lokacija.
2. Projekt Explore Dalmatia uklju uje i predstavljanje u mobilnoj aplikaciji Explore Dalmatia koja je dostupna na Google Play i App Store.
3. Uklju eni subjekti predstavljeni su i na portalu www.explore-dalmatia.com
4. Objavljuju se doga anja tijekom cijele godine na Facebook stranici (www.facebook.com/ExploreDalmatia). Na stranici imaju preko 15.600 pratitelja. Po zastupljenosti prednja e Hrvatska, Slovenija, Njema ka, Austrija, Italija i ostale zemlje iz susjedstva BIH, Srbija, Crna Gora. U manjoj mjeri zastupljeni su i pratitelji iz Velike Britanije, Španjolske, Francuske koji su posjetili i koje je dojmila Dalmacija.

Ured je angažirao studenticu turizma Mihaelu Pavi da vodi društvene mreže zajednice, facbook i instagram, producira sadržaje i objave.

Ured je naru io malu koli ini suvenira za potrebe promocijskih poklona.

Od TZZŽ na raspolaganje u dostatnim koli inama smo dobili sljede e materijale: Regija Zadar (image brošura), Konobe i kušaonice (u kojoj je prezentiran i naš OPG Pierini), Nauti ka karta ZŽ, turisti ka karta ZŽ, bike karte ZŽ (Ugljan i Pašman).

Na realizaciju kreiranje promotivnog materijala ukupno je utrošeno 2.224,16 €

- nabava promocijskih suvenira za poklon – 104,84 €

- Turisti ka karta Zadarske županije (Mobilitas d.o.o.-Explore Dalmatia) – 497,71 €

-kreiranje sadržaja za društvene mreže i objave – 1.621,61 €

Ostvareni cilj aktivnosti: Posjedovanje i kreiranje promotivnog materijala i distribucija istih.

Nositelj aktivnosti: TZO Kali

Realizacija: 2.224,16 €

3.4. Internetske stranice

		AKTIVNOSTI	Plan 2023. u EUR	Rebalans 2023. u EUR	Realizacija 2023.	Udio % u realizaciji	Indeks realizacija/ rebalans
3.4.		Internetske stranice	3.225,16	2.409,00	2.408,71	2,4	100

3.4.1. Upravljanje odre enim sadržajem na internetskim stranicama

Detaljan i precizan opis aktivnosti: 2021. u suradnji s licenciranom tvrtkom koja posjeduje "Google Street View Trusted Photographer" certifikat, izradili smo "virtualnu šetnju" destinacije koja je objavljena na *Google Street View-u* i *Google Maps-u*. Izra ene su panoramske fotografije lokacija za koje smo smatrali da vjerno pridonose dojmu koji pretraživa , posjetitelj može ste i virtualnom šetnjm kroz destinaciju. Obuhva ena je stara jezgra, obalna šetnica, biciklisti ke i pješa ke staze, 3 oto na vidikovca, 4 gradske plaže, uvale Velika i Mala Lamjana, Crkva sv. Lovre, Crkva sv. Pelegrina i jedan obrt s proizvodima ribarstva. "Virtualna šetnja" možemo koristiti u materijalima za promociju, u digitalnim medijima, u svrhu dekoracije u prostoru i dr.

Troškovi se odnose na godišnji hosting i godišnje održavanje. U 2023. godini virtualna šetnja Kali je imala 14.105 pregleda. Od objave naša virtualna šetnja je imala 40.320 pregleda.

Ostvareni cilj aktivnosti: Upravljanje sadržajem na internetskim stranicama i održavanje istih u cilju promocije destinacije.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZO Kali, Meditel usluge d. o. o.

Realizacija: 173,08 €

3.4.2. Razvoj i održavanje internetskih stranica

Detaljan i precizan opis aktivnosti: U prosincu 2022. objavljene su nove web stranice online. Troškovi dizajna novih stranica i rad *web developera* bio je pla en po etkom 2023. U ovaj razred troškova ulazi i prijevod sadržaja na engleski jezik. Na stranici je potreban kontinuirani rad i ulaganja.

Na realizaciju pripreme i ulaganja u internetske stranice utrošeno je 2.235,63 €

- rad *web developera* – 2.000,00 €

-kreativan rad i izrada tekstova za novi web – 235,63 €

Ostvareni cilj aktivnosti: produkcija novih web stranica

Nositelji aktivnosti i partneri: TZO Kali i stru ne tvrtke

Realizacija: 2.235,63 €

3.5. Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka

	AKTIVNOSTI	Plan 2023. u EUR	Rebalans 2023. u EUR	Realizacija 2023.	Udio % u realizaciji	Indeks realizacija/ rebalans
3.5.	Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka	929,06	700,00	700,00	0,7	100

3.5.1. Uspostavljanje detaljne turističke baze podataka o ponudi i potražnji

Redovito ažuriranje baze podataka u destinaciji o ponudi u destinaciji, smještajni kapaciteti, pružatelji turističkih usluga, ugostitelji, to je od interesa. Podaci su slani TZZZŽ na zahtjev i kod kreiranja prezentacijske ponude na njihovim stranicama ponude posebnih interesa za Experiences i Explore podstranicama njihova web-a i drugim projektima poput specijaliziranih brošura s regionalnom ponudom.

Ostvareni cilj aktivnosti: ažurirana baza podataka o ponudi i pružateljima usluga.

Nositelji aktivnosti: TZO Kali

Realizacija: 0,00 €

3.5.2. Otkup sadržaja, fotografija i ostalih podataka

Detaljan i precizan opis aktivnosti: U 2023. nastavljamo suradnju sa profesionalnim fotografom Borisom Kaanom s kojim smo dogovorili sustavno fotografiranje destinacije i sadržaja koji su nam interesantni za daljnje promotivne aktivnosti. Na terenu smo proveli 3 dana snimanja. Odradili smo fotografiranje Tunuare i nove pejzažne perspektive destinacije i otoka.

-troškovi usluge fotografiranja – 700,00 €

Ostvareni cilj aktivnosti: Obogaćen fondus fotografija i fondus pokaznog materijala za novinare i turiste.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZO Kali, profesionalni fotograf

Realizacija: 700,00 €

3.6. Turističko-informativne aktivnosti

	AKTIVNOSTI	Plan 2023. u EUR	Rebalans 2023. u EUR	Realizacija 2023.	Udio % u realizaciji	Indeks realizacija/ rebalans
3.6.	Turističko-informativne aktivnosti	3.981,68	4.499,00	4.498,99	4,5	100

3.6.1. Upravljanje TIC-om

Precizan i detaljan opis aktivnosti: Bila su angažirana 2 informatora tijekom sezone (studenti) koji su bili raspoređeni za rad od druge polovice lipnja do polovice rujna. U lipnju i rujnu TIC je radio dvokratno (8.30 – 13.00 h i od 18.00 – 20.00, u periodu srpanj kolovoz od 8.30 – 20.00 h). Ostali period rad TIC-a pokriva direktorica.

Troškovi funkcioniranja Turisti ko-informativnog centra uključuju naknadu turističkog informatora čija satnica je iznosila 4,38 € na sat.

U TIC-u provodile su se sljedeće aktivnosti:

- asistencija kod prijave i odjave boravka turista, te vlasnika kuća i stanova za odmor
- kontrolirala naplata boravišne pristojbe
- kontrolirali naplatu članarine turističkim zajednicama
- informirali/upoznavali pravne i fizičke osobe s aktualnim propisima iz turizma, posebno nove iznajmljivače po izvršenoj kategorizaciji i ishodu rješenja
- dnevno praćenje turističkog prometa
- obavljali informativne poslove u svezi s turističkom ponudom, znamenitostima i privlačnostima turističkog okruženja
- davali ostale potrebne turističke informacije
- prikupljali, obrađivali i davati informacije u cilju promidžbe turizma na području destinacije
- promovirali turističku destinaciju lokalno, na razini otoka i upoznavali sa regijom
- objavljivali informacije na webu-u, društvenim mrežama i medijima, posebno o događajima
- pomagali turistima u njihovim potrebama
- zaprimali pritužbe i nastojali ih riješiti sa nadležnim službama ili samostalno
- angažirano smo radili na pronalasku smještaja, odgovarali na upite i komunicirali s ponudama smještaja s obzirom da nema putničke agencije u Kalima
- zaprimali i vodili evidenciju o raspoloživim smještajnim kapacitetima.

Na realizaciju upravljanja TIC-om utrošeno je prema sljedećoj strukturi:

-obavljanje studentskog posla informatora u turističkom uredu (2 osobe) – 4.186,49 €

Ostvareni cilj aktivnosti: Pružanje podrške posjetiteljima i iznajmljivačima, informiranje i asistencija u radu turističke zajednice.

Nositelji aktivnosti: TZO Kali

Realizacija: 4.186,49 €

3.6.2. Postavljanje i održavanje turističke signalizacije samostalno i/ili u suradnji s jedinicom lokalne samouprave

Detaljan i precizan opis aktivnosti: Postavljena je nova informativna tabela za plažu Mala Lamjana sa novim vizualom koji uključuje atraktivne fotografije i simbole sadržaja na plaži. Rashodi se odnose na uslugu postavljanja tabele od strane komunalnog poduzeća Hripa d.o.o.

-usluge postavljanja turističke ko-informativne tabele – 312,50 €

Ostvareni cilj aktivnosti: Poboljšanje uvjeta boravka turista

Nositelji aktivnosti: TZO Kali

Realizacija: 312,50 €

		AKTIVNOSTI	Plan 2023. u EUR	Rebalans 2023. u EUR	Realizacija 2023.	Udio % u realizaciji	Indeks realizacija/ rebalans
3.7.		Marketinške i poslovne suradnje-udruženo oglašavanje sa sustavom TZ-a i predstavnicima turističke ponude	1.194,51	1.125,00	1.124,88	1,1	100

3.7. Marketinške i poslovne suradnje – Udruženo oglašavanje sa sustavom TZ-a i predstavnicima tur. ponude na regionalnoj razini

Detaljan i precizan opis aktivnosti: Kao i prijašnjih godina nastavila se suradnja sa regionalnom turisti kom zajednicom na udruženim marketinškim aktivnostima putem kanala strateških partnera, poglavito inozemnih avio-kompanija.

-sufinanciranje marketinških aktivnosti TZZŽ – 1.124,88 €

Ostvareni cilj aktivnosti: Doprinos promociji regije i destinacije.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZ-e, TZZŽ i Zadarska županija, Op ina Kali

Realizacija: 1.124,88 €

4. DESTINACIJSKI MENADŽMENT

		AKTIVNOSTI	Plan 2023. u EUR	Rebalans 2023. u EUR	Realizacija 2023.	Udio % u realizaciji	Indeks realizacija/ rebalans
4.		DESTINACIJSKI MENADŽMENT	1.128,14	4.055,00	4.055,00	4,1	100
4.1.		Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor	663,61				
4.2.		Upravljanje kvalitetom u destinaciji	132,72				
4.3.		Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša	331,81	4.055,00	4.055,00	4,1	100

4.1. Turisti ki informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor

Detaljan i precizan opis aktivnosti: Turisti ka zajednica svakodnevno koristi eVisitor, jedinstveni turisti ki informacijski portal HTZ-e na kojem se vrši prijava i odjava gostiju, unose rješenja iznajmljiva a, unose obveznici nekomercijalnog smještaja, kontakti i ostali podaci obveznika, odjava rješenja, dostava uplatnica za turisti ku pristojbu i lanarinu, prati se statistika, prati se uplata turisti ke pristojbe u realnom vremenu.

Sudjelovali smo na svim edukacijama vezano za razvoj portala www.croatia.hr i novih funkcionalnosti sustava eVisitor.

Ostvareni cilj aktivnosti: Jedinствeno vo enje evidencije statisti kih podataka, podataka o smještajnoj ponudi i ostalih podataka

Nositelji aktivnosti i partneri: HTZ, TZZŽ, TZO Kali

Realizacija: 0,00 €

4.2. Upravljanje kvalitetom u destinaciji

4.2.1. Sustav nagra ivanja, priznanje postignu ima u turizmu

Detaljan i precizan opis aktivnosti: Sustav nagra ivanja, priznanje postignu ima u turizmu u svrhu razvoja izvrsnosti na svim razinama turisti ke ponude u destinaciji samostalno i u suradnji s regionalnom turisti kom zajednicom i HTZ-om.

Naše projektно udruženje **otoci Zadarskog arhipelaga** ostvarilo je pobjedu u kategoriji nagrade u razvoju aktivnog turizma u programu dodjela godišnjih turisti kih nagrada. Godišnje hrvatske turisti ke nagrade projekt je Ministarstva turizma i sporta, Hrvatske turisti ke zajednice i Hrvatske gospodarske komore koji je nastao s ciljem daljnjeg poticanja konkurentnosti, inovativnosti i svijesti o održivom razvoju te podizanju kvalitete usluga i proizvoda u turisti kom sektoru. U 2023., u okviru projekta dodijeljena su priznanja u kategorijama turisti ki doga aj godine, turisti ka destinacija godine, turisti ki aranžman godine, gastronomski doživljaj godine, hotel godine, kamp godine, unique smještaj godine te nagrade u aktivnom, kulturnom, nauti kom, poslovnom, ruralnom i zdravstvenom turizmu i ovjek klju uspjeha, Djelatnik godine.

TZZŽ prepoznala je dugogodišnji rad i razvoj naših manifestacija tako da je u kolovozu 2023. na poziv za kandidiranje subjekata za nagradu *Simply the Best 2023.* koju za inovativnost i kreativnost u turizmu ve 15 godina dodjeljuju Udruga hrvatskih putni kih agencija, poslovno turisti ka burza PUT i magazin Way to Croatia, u kategoriji manifestacije: hrana i pi e kandidirala Blue Fish Festival i Kualjske ribarske no i-Tunuaru, ali nismo osvojili nagradu.

Ostvareni cilj aktivnosti: Osnadživanje partnerstva s dionicima u turizmu, nagra ivanje kao poticaj i vrednovanje za daljni razvoj i doprinos u turizmu.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZO Kali, TZO Preko, TZO Kukljica, TZO Sali, TZO Tkon, TZO Pašman, TZG Zadra, TZM Silba, TZM Božava, HTZ, TZZŽ

Realizacija: 0,00 €

4.2.2. Sudjelovanje u planiranju i provedbi klju nih investicijskih projekata

Detaljan i precizan opis aktivnosti: Sudjelovanje u planiranju i provedbi klju nih investicijskih projekata Op ine Kali vezano za ulaganja u turisti ku infrastrukturu, prvenstveno plaže i ostala ulaganja povezana za poboljšanje uvjeta boravka turista. Informirani smo i pratimo uklju enje Op ine Kali u program revitalizacija kulturne baštine pod nazivom Culture Uplift! razvoja urbanih podru je grada Zadra putem ITU mehanizama s projektom prezentacije Ribarske baštine mjesta Kali u Društvenom domu. Pomažemo u prikupljanju sadržaja i konceptu stvaranja web sadržaja Mare_Kali tako er povezana s ciljem digitalizacije, o uvanja i stvaranje baze ribarske materijalne i nematerijane baštine.

Ostvareni cilj aktivnosti: Razvoj turističke infrastrukture i resursne osnove na tragu oživljavanja ribarske baštine

Nositelji aktivnosti i partneri: Općina Kali, TZO Kali

Realizacija: 0,00 €

4.2.3. Suradnja s predstavnicima turističke ponude po proizvodima

Detaljan i precizan opis aktivnosti: 2023. godina bila je plodonosna vezano za osnaživanje u ponudi novih turističkih sadržaja, motiviranošću i aktivnošću malih poduzetnika na području zajednice. Ponuditelji odgovaraju na potrebe turista, informirani su i nastoje napraviti kvalitativan odmak i orijentiraju se na male grupe i individualne goste kako bi mogli pružiti što bolju uslugu. Turistička zajednica pruža podršku subjektima u vidu komunikacije, savjeta i pomoći oko vidljivosti njihove ponude. Na polju izletničke ponude aktivno je nekoliko obrta koji sa svojim brodovima do maksimalno 10 osoba nude izlete s brodom po želji turista ili preporučenim rutama vlasnika. Nudi se i *sunset fishing*, te *snorkling*. Jedan ugostiteljski objekt nudi doručak, što postaje izuzetno tražena usluga. U staroj jezgri otvara se mala trgovina, adekvatno uređena s vlastitim proizvodima poljoprivrednog gospodarstva (ulje, riba, smokva, vino) s mogućnošću degustacije.

Ostvareni cilj aktivnosti: Razvoj turističke ponude i osnaživanje odnosa s dionicima u turizmu

Nositelji aktivnosti i partneri: privatni sektor (lokalni obrti i tvrtke), TZO Kali

Realizacija: 0,00 €

4.3. Poticanje na oživljavanje i uređenje okoliša

4.3.1. Poboljšanje općih uvjeta boravka turista

Detaljan i precizan opis aktivnosti: Općina Kali je izvršila pripremu sezone u skladu sa svojim mogućnostima s naglaskom na uređenje plaža, no komunalno poduzeće nije bilo u mogućnosti svakodnevno održavati plaže. Razred destinacijskog menadžmenta to ku poticanja i uređenja okoliša u cijelosti mijenjamo u rebalansu jer tijekom izrade programa rada nije bilo planirano da se značajna sredstva ulože u održavanje istočne plaže. S obzirom da je komunalno poduzeće bilo dekapacitirano u dogovoru s Općinom Kali i pritiskom iznajmljivača angažiramo u cijenu koja je održavala iste.

Turistički ured financirao je nabavu higijenskih potrepština za javni wc na plaži Lamjana.

Na realizaciju programa poticanje na oživljavanje i uređenje okoliša ukupno je utrošeno 1.486,81 € po sljedećoj strukturi:

-participacija u održavanju javnog wc-a u Lamjani (higijenski materijal) – 287,85 €

-održavanje istočne plaže – 1.198,96 €

Ostvareni cilj aktivnost: održavanje turističke infrastrukture i briga za okoliš

Nositelji aktivnosti i partneri: TZO Kali, Općina Kali

Realizacija: 1.486,81 €

4.3.2. Aktinosti ure enja mjesta

Detaljan i precizan opis aktivnosti: U predmetnom rashodu stavljena je izrada murala umjetnice Ane Kolega, koja je djelovala u sklopu programa Tunuare, ali njezin umjetni ki rad ostaje i postaje mala turisti ka umjetni ka atrakcija na otvorenom. Aplikacija ideje na zid bila je izuzetno zahtjevna jer je zid bio znatno duži od prethodno ocrtanog, tako da govorimo o slici 12,25 m x 2,60 m. Ovogodišnji rad nadovezao se na prošlogodišnji tako da na obalnoj Šetnici kaljskih ribara i pomoraca sada imamo diptih sa sadržajima vezano uz mjesto Kali u jedinstvenom koloristi kom stilu umjetnice. Posjetitelji, ali i doma i esto se zaustavljaju i fotografiraju se ispred murala.

Na realizaciju programa aktivnosti ure enja mjesta utrošeno je 1.486,81 € po sljede oj strukturi:

-umjetni ki honorar – 1.662,50 €

-nabava boja - 905,69 €

Ostvareni cilj aktivnost: umjetni ka interpretacija baštinskih elemenata i pove anje atraktivnosti destinacije

Nositelji aktivnosti i partneri: umjetnica Ana Kolega, TZO Kali

Realizacija: 2.568,19 €

5. LANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA

		AKTIVNOSTI	Plan 2023. u EUR	Rebalans 2023. u EUR	Realizacija 2023.	Udio % u realizaciji	Indeks realizacija/ rebalans
5.		ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA	99,54	100,00	100,00	0,1	100
	5.1.	Međunarodne strukovne i sl. organizacije					
	5.2.	Domaće strukovne i sl. organizacije	99,54	100,00	100,00	0,1	100

Turisti ka zajednica op ine Kali lan je Lokalno akcijske grupe (LAG) **Mareta** i troškovi se odnose na redovnu godišnju lanarinu. Sudjelujemo u radu kao lan Skupštine, odazivamo se pozivima i sjednicama.

6. ADMINISTRATIVNI POSLOVI

		AKTIVNOSTI	Plan 2023. u EUR	Rebalans 2023. u EUR	Realizacija 2023.	Udio % u realizaciji	Indeks realizacija/ rebalans
6.		ADMINISTRATIVNI POSLOVI	16.729,71	18.597,00	19.874,23	20,1	107
	6.1.	Plaće	11.945,05	11.597,00	11.596,68	11,7	100
	6.2.	Materijalni troškovi	4.651,93	7.000,00	8.277,55	8,4	118
	6.3.	Tijela turističke zajednice	132,72				

Administrativni rashodi obuhvaćaju sve troškove turističke zajednice za ostvarivanje njezina programa rada. Ti su poslovi određeni Zakonom o turističkim zajednicama i statutom turističke zajednice.

6.1. Plaće djelatnice:

U turističkoj zajednici stalno je zaposlen jedan djelatnik, direktorica turističke zajednice.

Rashod za plaće na godišnjoj razini iznosi 11.596,68 € što uključuje neto plaće i doprinose.

Realizacija: 11.596,68 €

6.2. Materijalni troškovi

U troškove za funkcioniranje ureda turističke zajednice ubrajamo materijalne rashode i rashode za usluge koji uključuju: režijske troškove (struja, voda, komunalne usluge), mobitel, telefon i internet, troškove uredske opreme i materijala, održavanje prostora, troškovi platnog prometa, knjigovodstvene usluge, intelektualne usluge, troškovi poštarine, stručno usavršavanje zaposlenika, naknada zaposlenima za putne troškove, izdaci za stručnu literaturu i ostalo. Do povećanja materijalnih troškova je došlo jer se ugostiteljski objekt LB priključio na struju i vodu, ali su troškovi refundirani što je iskazano i objašnjeno u prihodima, a isti se nisu mogli točno predvidjeti. Kupljen je novi printer i bilo je više nepredviđenih troškova za službena putovanja.

Realizacija: 8.277,55 €

7. REZERVA

		AKTIVNOSTI	Plan 2023. u EUR	Rebalans 2023. u EUR	Realizacija 2023.	Udio % u realizaciji	Indeks realizacija/ rebalans
7.		REZERVA	398,17				

Rezerva do 5 % za potrebe osiguranja likvidnosti u izvanrednim okolnostima te financiranja neplaniranih aktivnosti. Odlukom Turističkog vijeća moguće je alokacija sredstava rezerve na ostale pojedinačno planirane aktivnosti ili nove aktivnosti. Rezerva nije korištena, pa rebalansom nije niti planirana, kao ni na realizaciji na kraju godine.

	AKTIVNOSTI	Plan 2023. u EUR	Rebalans 2023. u EUR	Realizacija 2023.	Udio % u realizaciji	Indeks realizacija/ rebalans
8.	POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE	0,00	0,00	0,00		

Nije bilo razloga planirati pokrivanje manjka iz prethodne godine.

III. OSTAVRENJE DUGOROČNIH I KRATKOROČNIH CILJEVA

Dugoro ni ciljevi razvoja turizma

Na području širenja i produbljivanje destinacijskog lanca vrijednosti uviđaju se pomak kod dionika u turizmu u pogledu agilnog djelovanja i praćenja novih izazova, ulaže se u kapacitete i povećava se kvaliteta ponude kako kod pružatelja usluga smještaja tako i kod ugostitelja. Turistički ured ima dobar odnos s njima i spremni su na suradnju.

Kontinuirano ulaganje Općine Kali u javnu turističku infrastrukturu, poglavito obalne šetnice i plaža.

S obzirom da je sezona još uvijek kratka kontinuirano se radi na outdoor ponudi kao elementu koji može značajno utjecati na njezino produljenje. Mreža staza se povećava i prateći promotivni materijal sukladno tome. Podizanje kvalitete outdoor ponude jedan je od projektnih zadataka i svih otvorenih zajednica udruženih u Zadarski arhipelag, kao i regionalne turističke zajednice.

U domeni povećanja tržišne prepoznatljivosti destinacije ulaže se napor u materijalizaciji pri čemu je vezano za tradiciju ribarstva. Regionalna turistička zajednica je prepoznala našu prirodu i uvrstila u posebne doživljaje. Sustavno i polako nadamo se da će biti prepoznato i na nacionalnoj razini, a i šire. Pod materijalizacijom mislimo na mogućnost "konzumiranja" naše prirode od strane posjetitelja, kroz interpretaciju prostora, gastronomiju i vidljivosti lokalnih proizvoda ribarstva i ostalih proizvoda.

Kratkoro ni ciljevi

-Ostvareno je 1,3% manje dolazaka i 4,5% više noćenja nego u 2022. godini.

-Nastavak uređenja mjesta i obalne šetnice (lungomare) kao ključnih elemenata podizanja atraktivnosti destinacije i povećanje kvalitete života lokalnog stanovništva.

-Nastavak uređenja plaža kao izuzetno važnog elementa obogaćivanja turističke ponude i unapređenja turističke atraktivnosti destinacije te povećanje kvalitete života lokalnog stanovništva.

-Intezivan rad na kaljskom gastronomskom identitetu u cilju oboga ivanja turisti ke ponude Kali i diverzifikacije turisti kih iskustava uspostavljanjem tržišno održive autohtone kaljske gastronomske ponude zasnovane na ribarskoj tradiciji.

- gastro manifestacija Blue Fish Festival se nastavlja i ulaganja u kvalitetu doga aja. Još jedan element koji e pomo i u prepoznatljivosti Kali.

-Zna ajno je oboga en fundus turisti ke zajednice u pogledu fotografija.

-Sudjelovanje u projektu regionalne turisti ke zajednice Razvoja TOP doživljaja.

-Sudjelovanje u osmišljavanju i provedbi projekta za podru je Zadarski arhipelag nastavno na udruživanje naših 9 zajednica po projektnoj osnovi.

- Kontinuirani rad na prikupljanju, planovima valorizacije i interpretaciji specifi ne kulture rada na podru ju destinacije vezano za ribarstvo koji predstavlja izuzetan turisti ki resurs.

IV. OSTVARENI TURISTIČKI PROMET

- **Podaci o ostvarenom turisti kom prometu u 2023. godini**

U periodu od 1. 1. 2023. – 31. 12. 2023. na podru ju turisti ke zajednice ostvareno je 6.006 dolazaka što je u odnosu na 2022. za 1,3% manje kada je ostvareno 6.086 dolazaka. U istom periodu ostvareno je 53.517 no enja i u odnosu na 2022. kada je ostvareno 51.187 no enja predstavlja pove anje od 4,5%.

U usporedbi s predpandemijskim razdobljem, odnosno godinom 2019. ovogodišnji turisti ki promet je 10% ve i u dolascima i 5% u no enjima.

U ukupnoj strukturi doma i gosti ostvarili su 1.026 dolazaka što je 9,4% više u odnosu na 2022. godinu i 10.325 no enja, što je 18% više nego lani. Strani turisti 4.980 dolazaka, što je 3,3% manje u odnosu na 2022. godinu i 43.192 no enja, 1,8% više u odnosu na lani. Udio doma ih turista je 17% u dolascima i 19% u no enjima, dok je udio stranih turista 83% u dolascima i 81% u no enjima.

Vrsta turista	Dolasci	Usporedba dolazaka	Indeks dolazaka	No enja	Usporedba no enja	Indeks no enja
Doma i	1.026	938	109,38	10.325	8.750	118,00
Strani	4.980	5.148	96,74	43.192	42.437	101,78
Ukupno:	6.006	6.086	98,69	53.517	51.187	104,55

Tabela 1. Dolasci i no enja turista 2023. i usporedba s 2022. (izvor eVisitor)

- **Turisti ki promet po vrstama objekta 2023.**

U analizi popunjenosti po vrstama objekta u objektima u doma instvu ostvareno je 5.252 dolaska i 43.786 no enja. Ostali ugostiteljski objekti za smještaj 203 dolazaka i 1.543 no enja, u OPG-u 7 dolazaka i 67 no enja. U nekomercijalnom smještaju 544 dolazaka i 8.121 no enja.

Vrsta objekta	Dolasci doma i	Dolasci strani	Dolasci ukupno	No enja doma i	No enja strani	No enja ukupno
Objekti u doma instvu	870	4.382	5.252	6.836	36.950	43.786
Nekomercijalni smještaj	153	391	544	3.470	4.651	8.121
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj (Druge vrste - skupina kampovi)	2	201	203	8	1.535	1.543
Objekti na OPG-u (selja kom doma instvu)	1	6	7	11	56	67
Hoteli	0	0	0	0	0	0
Kampovi	0	0	0	0	0	0
Nekomercijalni plovni objekt	0	0	0	0	0	0
Ostalo	0	0	0	0	0	0
Plovni objekt	0	0	0	0	0	0
Restorani	0	0	0	0	0	0
Ukupno:	1.026	4.980	6.006	10.325	43.192	53.517

Tabela 2. Dolasci i no enja turista 2023. po vrstama objekata (izvor eVisitor)

- **Turisti ki promet po državama 2023./2022.**

Struktura stranih turista po državama pokazuje sljede e, prvo mjesto po broju dolazaka i no enja odnosi se na Sloveniju 1.213 dolazaka (7% manje od lani) i 11.051 no enja (4% manje nego lani). Na drugom mjestu je Njema ka, 945 dolazaka (10% više od lani) i 8.779 no enja (16% više nego lani). Na tre em mjestu je Poljska, 576 dolazaka (1% više od lani) i 4.476 no enja (3% manje od lani). Na etvrtom mjestu je eška, 409 dolazaka (16% manje nego lani) i 3.349 no enja (11% manje nego lani). Na petom mjestu je Ma arska, 234 dolazaka (13% manje nego lani) i 1.933 no enja (5% više nego lani). Na šestom mjestu Slova ka sa 230 dolazaka (25% manje nego lani) i 1.872 no enja (25% manje nego lani). Na sedmom mjestu Austrija, 222 dolazaka i 1.654 no enja (8% više dolazaka, 2% manje no enja). Na osmom mjestu Ujedinjeno Kraljevstvo, 171 dolazak (36% više od lani) i 1.218 no enja (75% više od lani) i na devetom mjestu Italija 152 dolazaka (26% manje nego lani) i 1.115 no enja (14% manje nego lani).

U 2023. nastavljen je kontinuitet rasta turisti kog prometa u mjesecima prije i poslije glavne sezone, tako u mjesecu travnju bilježimo porast no enja za 17%, svibnju 57%, lipnju 7%, rujnu 20%, listopadu 8%. U srpnju i kolovozu ipak bilježimo blagi pad u dolascima i no enjima, tako da statisti ki podaci za srpanj pokazuju pad od 6% u dolascima i 3% u no enjima, a u kolovozu 10% u dolascima i 5% u no enjima.

Statistika iskazuje da na turisti ki promet u srpnju i kolovozu otpada 69%, 2022. godine je iznosio 76 %, što pokazuje da se tedencija dolaska u drugim mjesecima intezivira, a što i potvr uju gore izraženi postoci. Usporedbe radi 2016. godine na promet u srpnju i kolovozu pripadalo je 85% prometa.

Država	Dolasci	Usporedba dolasci	Indeks dolasci	No enja	Usporedba no enja	Indeks no enja
Slovenija	1.213	1.307	92,81	11.051	11.506	96,05
Hrvatska	1.026	938	109,38	10.325	8.750	118,00
Njema ka	945	860	109,88	8.779	7.575	115,89
Poljska	576	569	101,23	4.476	4.635	96,57
eška	409	489	83,64	3.349	3.751	89,28
Ma arska	234	268	87,31	1.933	1.847	104,66
Slova ka	230	309	74,43	1.872	2.508	74,64
Austrija	222	206	107,77	1.654	1.694	97,64
Ujedinjena Kraljevina	171	126	135,71	1.218	695	175,25
Italija	152	205	74,15	1.115	1.297	85,97
Bosna i Hercegovina	68	43	158,14	937	384	244,01
Švicarska	49	31	158,06	752	472	159,32
Francuska	102	121	84,30	660	681	96,92
Ostale azijske zemlje	21	4	525,00	626	13	4.815,38
Ukrajina	74	39	189,74	465	406	114,53
Srbija	44	37	118,92	431	505	85,35
Makedonija	23	15	153,33	387	373	103,75
Belgija	53	58	91,38	356	364	97,80
Nizozemska	58	95	61,05	353	590	59,83
Južnoafri ka Republika	11	2	550,00	328	4	8.200,00
Švedska	51	72	70,83	314	371	84,64
SAD	35	62	56,45	248	677	36,63
Rumunjska	44	46	95,65	233	326	71,47
Portugal	5	13	38,46	184	683	26,94
Australija	19	13	146,15	170	142	119,72
Indija	5	1	500,00	129	3	4.300,00
Kanada	15	10	150,00	124	31	400,00
Brazil	4	2	200,00	112	56	200,00
Irska	19	6	316,67	111	41	270,73
Kosovo	2	0	0,00	100	0	0,00
Danska	13	17	76,47	72	90	80,00
Finska	13	16	81,25	72	49	146,94
Bugarska	8	6	133,33	68	18	377,78
Norveška	8	7	114,29	60	34	176,47
Luksemburg	8	4	200,00	57	40	142,50
Ostale europske zemlje	6	1	600,00	46	8	575,00
Litva	8	15	53,33	40	67	59,70
Španjolska	11	22	50,00	40	106	37,74
Turska	5	6	83,33	36	40	90,00
Letonija	8	0	0,00	34	0	0,00
Rusija	3	18	16,67	32	184	17,39
Indonezija	1	0	0,00	29	0	0,00
Koreja, Republika	5	0	0,00	25	0	0,00
Ujedinjeni Arapski Emirati	4	0	0,00	19	0	0,00
Bjelorusija	3	0	0,00	17	0	0,00
Jordan	3	0	0,00	15	0	0,00
Estonija	2	4	50,00	14	12	116,67
Crna Gora	2	0	0,00	12	0	0,00
Japan	3	0	0,00	9	0	0,00
Malta	4	0	0,00	8	0	0,00
Ostale zemlje Sjeverne Amerike	2	2	100,00	8	13	61,54
Novi Zeland	2	6	33,33	5	20	25,00
Ostale zemlje Južne i Srednje Am	3	3	100,00	5	28	17,86
Ostale afri ke zemlje	1	3	33,33	2	12	16,67
Albanija	0	0	0,00	0	0	0,00
Argentina	0	1	0,00	0	5	0,00
Cipar	0	0	0,00	0	0	0,00
ile	0	0	0,00	0	0	0,00
Gr ka	0	2	0,00	0	5	0,00
Hong Kong, Kina	0	0	0,00	0	0	0,00
Island	0	0	0,00	0	0	0,00
Izrael	0	4	0,00	0	12	0,00
Katar	0	0	0,00	0	0	0,00
Kazahstan	0	0	0,00	0	0	0,00
Kina	0	1	0,00	0	3	0,00
Kuvajt	0	0	0,00	0	0	0,00
Lihtenštajn	0	0	0,00	0	0	0,00
Makao, Kina	0	0	0,00	0	0	0,00
Maroko	0	0	0,00	0	0	0,00
Meksiko	0	1	0,00	0	61	0,00
Oman	0	0	0,00	0	0	0,00
Ostale zemlje Oceanije	0	0	0,00	0	0	0,00
Tajland	0	0	0,00	0	0	0,00
Tajvan, Kina	0	0	0,00	0	0	0,00
Tunis	0	0	0,00	0	0	0,00
Strani turisti:	4.980	5.148	96,74	43.192	42.437	101,78
Doma i turisti:	1.026	938	109,38	10.325	8.750	118,00
UKUPNO:	6.006	6.086	98,69	53.517	51.187	104,55

Tabela 3. Dolasci i no enja turista po državama u 2023./ 2022. (izvor eVisitor)

V. REALIZIRANE AKTIVNOSTI S POJEDINAČNO PLANIRANIM AKTIVNOSTIMA (TABLIČNI PRIKAZ)

	PRIHODI	Plan 2023. u EUR	Rebalans 2023. u EUR	Realizacija 2023.	Udio % u realizaciji	Indeks realizacija/rebalans
1.	Izvorni prihodi	19.908,42	21.900,00	22.481,96	24,8	103
1.1.	Turistička pristojba	15.926,74	17.500,00	17.931,98	19,8	102
1.2.	Članarina	3.981,68	4.400,00	4.549,98	5,0	103
2.	Prihodi iz proračuna općine/grada/županije i državnog proračuna	12.821,02	11.750,00	11.748,96	13,0	100
3.	Prihodi od sustava turističkih zajednica	5.972,53	24.850,00	24.842,30	27,4	100
4.	Prihodi iz EU fondova	17.253,97	16.860,00	16.859,63	18,6	100
5.	Prihodi od gospodarske djelatnosti	1.194,51	1.195,00	2.139,92	2,4	179
6.	Preneseni prihod iz prethodne godine	3.981,68	4.007,00	4.006,73	4,4	100
7.	Ostali prihodi	1.990,84	8.762,00	8.517,02	9,4	97
	SVEUKUPNO	63.122,97	89.324,00	90.596,52	100,0	101

	AKTIVNOSTI	Plan 2023. u EUR	Rebalans 2023. u EUR	Realizacija 2023.	Udio % u realizaciji	Indeks realizacija/rebalans
1.	ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE	6.437,06	12.937,50	12.963,82	13,1	100
1.1.	Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata	6.437,06	12.937,50	12.963,82	13,1	100
1.2.	Istraživanje i analiza tržišta					
1.3.	Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti					
2.	RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA	24.673,17	46.799,00	49.092,28	49,6	105
2.1.	Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda	3.318,07	567,00	567,24	0,6	100
2.2.	Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda	3.702,97	1.500,00	3.600,00	3,6	240
2.3.	Podrška razvoju turističkih događanja	14.997,68	35.807,00	35.807,04	36,2	100
2.4.	Turistička infrastruktura	2.654,46	8.925,00	9.118,00	9,2	102
2.5.	Podrška turističkoj industriji					
3.	KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE	13.657,18	12.957,00	12.956,74	13,1	100
3.1.	Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice	398,17	2.000,00	2.000,00	2,0	100
3.2.	Suradnja s organizatorima putovanja	132,72				
3.3.	Kreiranje promotivnog materijala	3.795,87	2.224,00	2.224,16	2,2	100
3.4.	Internetske stranice	3.225,16	2.409,00	2.408,71	2,4	100
3.5.	Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka	929,06	700,00	700,00	0,7	100
3.6.	Turističko-informativne aktivnosti	3.981,68	4.499,00	4.498,99	4,5	100
3.7.	Marketinške i poslovne suradnje-udruženo oglašavanje sa sustavom TZ-a i predstavnicima turističke ponude	1.194,51	1.125,00	1.124,88	1,1	100
4.	DESTINACIJSKI MENADŽMENT	1.128,14	4.055,00	4.055,00	4,1	100
4.1.	Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor	663,61				
4.2.	Upravljanje kvalitetom u destinaciji	132,72				
4.3.	Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša	331,81	4.055,00	4.055,00	4,1	100
5.	ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA	99,54	100,00	100,00	0,1	100
5.1.	Međunarodne strukovne i sl. organizacije					
5.2.	Domaće strukovne i sl. organizacije	99,54	100,00	100,00	0,1	100
6.	ADMINISTRATIVNI POSLOVI	16.729,71	18.597,00	19.874,23	20,1	107
6.1.	Plaće	11.945,05	11.597,00	11.596,68	11,7	100
6.2.	Materijalni troškovi	4.651,93	7.000,00	8.277,55	8,4	118
6.3.	Tijela turističke zajednice	132,72				
7.	REZERVA	398,17				
8.	POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE					
	SVEUKUPNO AKTIVNOSTI	63.122,97	95.445,50	99.042,07	100,0	104

FINANCIJSKI REZULTAT

Novac na računu 31.12.2023.	795,53 €
Financijska potraživanja (uplaćena u siječnju 2024.)	6.562,19 €
Nefinancijska imovina	10.910,36 €
Manjak prihoda za naredno razdoblje	12.571,73 €

