



HRVATSKA TURISTIČKA ZAJEDNICA

---

**IZMJENE I DOPUNE GODIŠNJEG PROGRAMA  
RADA I FINANCIJSKOG PLANA  
ZA 2020. GODINU**

Prihvaćen na 13. sjednici Skupštine Hrvatske turističke zajednice, 21. prosinca 2020.

---

Zagreb



## SADRŽAJ

<b>1</b>	<b>Plan jačanja snage brenda (BRP plan)</b> .....	<b>8</b>
1.1	Razvoj i implementacija brenda .....	8
1.1.1	Definiranje hrvatskog branding sustava i brend arhitekture .....	8
1.2	Integrirani sustav brend komunikacije .....	8
1.2.1	Integrirani sustav odnosa s javnošću (PR) i oglašavanja .....	8
1.2.1.1	Odnosi s javnošću (PR) .....	9
1.2.1.1.1	PR aktivnosti na emitivnim tržištima .....	9
1.2.1.1.2	Zlatna penkala .....	10
1.2.1.1.3	Komunikacija s domaćim medijima .....	10
1.2.1.2	Studijska putovanja za inozemne novinare .....	11
1.2.1.3	Opće oglašavanje i posebne tržišne aktivnosti .....	11
1.2.1.3.1	Opće oglašavanje i ostale posebne tržišne aktivnosti .....	12
1.2.1.3.2	Posebne marketinške aktivnosti .....	15
1.2.1.4	Online oglašavanje i komunikacija na društvenim mrežama .....	16
1.2.1.5	Udruženo oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora .....	18
1.2.2	Razvoj i kreiranje sadržaja za brend Hrvatska .....	18
1.3	Internet stranice HTZ-a .....	19
<b>2</b>	<b>Plan predsezone i posezone (PPS plan)</b> .....	<b>21</b>
2.1	Razvoj ponude u predsezoni i posezoni .....	21
2.2	PPS komunikacijska kampanja .....	21
2.2.1	Nautika – PPS komunikacijska kampanja .....	22
2.2.2	Poslovni turizam – PPS komunikacijska kampanja .....	22
2.2.3	Ostali proizvodi – PPS komunikacijska kampanja .....	22
<b>3</b>	<b>Plan povećanja potrošnje po gostu (PCE plan)</b> .....	<b>24</b>
3.1	Razvoj premium ponude .....	24
3.2	Razvoj kategorija proizvoda .....	24
3.2.1	Razvoj kategorija proizvoda – opće .....	24
3.2.2	Razvoj kategorija proizvoda – EU fondovi .....	25
3.2.3	Razvoj zdravstvenog turizma .....	26
3.2.4	Razvoj poslovnog turizma .....	26
3.2.4.1	Kongresne i insentiv burze te poslovne prezentacije i radionice .....	26
3.2.4.2	Inspekcijska putovanja .....	27
3.2.4.3	Suradnja sa specijaliziranim međunarodnim i domaćim organizacijama poslovnog turizma te strukovnim udrugama i institucijama .....	27

3.2.4.4	Poslovni skupovi u Hrvatskoj .....	28
3.2.5	Razvoj nautičkog turizma .....	28
<b>4</b>	<b>Plan podrške industriji (IS plan).....</b>	<b>29</b>
4.1	Edukacija i program umrežavanja .....	29
4.1.1.1	Tematska istraživanja .....	29
4.1.1.2	Redovna istraživanja.....	30
4.1.1.3	Pripreme i objave analiza vezanih uz istraživanje tržišta/market intelligence.....	30
4.1.1.4	Otkup analiza/studija/baza podataka i partnerski projekti.....	31
4.1.2	eVisitor i ostala poslovna rješenja .....	32
4.1.2.1	eVisitor (nadogradnja funkcionalnosti i redovno održavanje) .....	32
4.1.2.2	ePrijave .....	32
4.1.2.3	Intranet HTZ-a .....	33
4.1.3	EDEN .....	33
4.1.4	Nagrađivanje izvrsnosti i dostignuća turističkih destinacija.....	33
4.1.5	Dani hrvatskog turizma (DHT) .....	34
4.1.6	Hrvatski digitalni turizam (HDT) .....	34
4.2	Sajmovi i prezentacije.....	36
4.2.1	Sajmovi .....	36
4.2.1.1	Sajamski nastupi Glavnog ureda HTZ-a .....	37
4.2.1.2	Sajamski nastupi predstavništava HTZ-a .....	37
4.2.2	Posebne prezentacije na tržištima .....	38
4.3	Studijska putovanja inozemnih agenata .....	38
4.4	Buy&sell radionice.....	39
4.4.1	Buy radionice .....	39
4.4.2	Sell radionice .....	39
4.5	Tržišne i druge aktivnosti s javnim i privatnim sektorom.....	39
4.5.1	Posebni promotivni i drugi strateški projekti .....	40
4.5.2	Potpore TOP događanjima .....	40
4.5.3	Koordinacija rada TZ.....	41
4.5.3.1	Koordinacija sustava TZ.....	41
4.5.3.2	Suradnja s inspekcijskim tijelima.....	42
4.6	Razvoj DMC.....	42
4.7	Razvoj DMO .....	42
4.7.1	Edukacija za turističku industriju .....	43

4.7.2	Javni natječaj/i financirani iz Fonda za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent i Fonda za udružene turističke zajednice.....	43
4.7.3	Potpore za turističke zajednice na turistički nerazvijenim područjima.....	43
4.8	Tiskani i promotivni materijali.....	44
4.8.1	Izrada brošura i drugog tiskanog materijala.....	44
4.8.2	Izrada suvenira i ostalog promidžbenog materijala .....	44
4.8.3	Održavanje i nadogradnja multimedijalne banke i razvoj digitalnog arhiviranja.....	45
4.9	Skladište i distribucija .....	45
4.10	Suradnja sa strukovnim udrugama i organizatorima putovanja .....	46
4.11	Infopunktovi i signalizacija .....	46
4.12	Ostale aktivnosti (časopis Turizam).....	47
<b>5</b>	<b>Troškovi HTZ-a .....</b>	<b>48</b>
5.1	Plaće .....	48
5.2	Materijalni troškovi .....	49
5.3	Tijela HTZ-a .....	50
<b>6</b>	<b>Predstavništva i međunarodna suradnja .....</b>	<b>51</b>
6.1	Materijalni troškovi poslovanja mreže predstavništava HTZ-a u inozemstvu .....	51
6.2	Suradnja s međunarodnim institucijama .....	52
6.3	Svjetska izložba EXPO 2020 Dubai.....	52
<b>7</b>	<b>Ostale neplanirane aktivnosti .....</b>	<b>53</b>
<b>8</b>	<b>Strateški marketinški plan hrvatskog turizma.....</b>	<b>54</b>
<b>9</b>	<b>Financijski plan .....</b>	<b>55</b>
9.1	Prihodi .....	55
9.2	Rashodi .....	58
<b>ZAKLJUČAK.....</b>		<b>62</b>

## UVOD

Godišnji program rada i financijski plan za 2020. usvojen je na sjednici Skupštine (ranije Sabor) Hrvatske turističke zajednice u prosincu 2019. godine. Aktivnosti planirane Godišnjim programom rada za 2020. godinu, sadržajno i dinamički bile su u funkciji realizacije strateških ciljeva postavljenih Strateškim marketinškim planom hrvatskog turizma do 2020. godine (SMPHT), a to su:

- Jačanje snage nacionalnog turističkog brenda Hrvatske (BRP plan)
- Povećanje turističkog prometa u predsezoni i posezoni (PPS plan)
- Povećanja dnevne potrošnje po gostu (PCE plan)
- Plan podrške turističkoj industriji (ISP plan).

Tekuća turistička godina za Hrvatsku je otpočela u ozračju optimističnih najava i pozitivnih pokazatelja siječnja i veljače, no nagla eskalacija globalne pandemije bolesti COVID-19, koja se krajem 2019. godine pojavila u Kini (žarište u gradu Wuhan) te se kroz iduća tri mjeseca proširila na većinu svijeta, već je početkom ožujka dovela do primjene dosad nezabilježenih protekcionističkih mjera na razini većine država na prostoru svih kontinenata, a posljedično i izrazito naglih i dramatičnih poremećaja u sferi putovanja. U svega nekoliko tjedana ožujka, gotovo sve zemlje Europe (i šire) otpočele su s primjenama interventnih mjera koje značajno ili čak potpuno onemogućuju međunarodno i/ili domicilno kretanje populacije, uspostavile su karantenske zone s različitim stupnjem restrikcija te poduzele druge postupke suzbijanja zaraze. Turistički promet na području Europe i svijeta u svega nekoliko tjedana sveden je na minimum, a turistički sektor na globalnoj razini je ušao u vrlo teško razdoblje, posebice tijekom travnja i svibnja. Usporedno s postupnim ublažavanjem zaštitnih mjera i usporavanjem epidemije, tijekom lipnja dolazi do ponovnog djelomičnog „buđenja“ međunarodnog turizma. Tijekom ljetnih mjeseci većina destinacija uspijeva ostvariti određeni promet turista, no uz pokazatelje koji su u većini slučajeva ipak znatno manji od prošlogodišnjih. Valja naglasiti kako je u takvom kontekstu Hrvatska uspješnije „odradila“ srpanj i kolovoz, nego li je to slučaj s drugim destinacijama Južne Europe i Mediterana, no u rujnu, a posebice listopadu, ponovno dolazi do snažne kontrakcije međunarodnog turističkog prometa, u ozračju ponovne snažne eskalacije pandemije i uspostave brojnih formalnih ograničenja.

U takvom kontekstu Hrvatska turistička zajednica prilagodila je svoje poslovanje i aktivnosti novonastalim okolnostima. Naglasak je stavljen na ciljanu promociju na domaćem tržištu te na odabranim stranim tržištima, s najvećim potencijalom doprinosa hrvatskom turističkom rezultatu u specifičnim okolnostima aktivne pandemije (dvije promotivne kampanje - „The vacation you deserve is closer than you think“ i „Enjoy the view from Croatia“ prije vrhunca sezone te „Discover the Colours of Croatia“ za posezonu). Osim navedenih kampanja provedeni su i dodatni promotivni projekti na domaćem tržištu. HTZ je virtualnim putem sudjelovao na većem broju događanja, npr. na sajmu WTM u Londonu koji je jedan od najvećih svjetskih turističkih sajmova. Osim navedenih aktivnosti, provedene su i različite druge akcije s ciljem promocije hrvatskog turizma u zemlji i svijetu, imajući u vidu objektivne ograničavajuće čimbenike i realan tržišni i financijski potencijal.

Prema podacima sustava eVisitor, u prvih deset mjeseci 2020. broj dolazaka stranih turista iznosio je 6.056.618 (indeks 34,08), dok je istovremeno ostvareno 1.539.479 dolazaka domaćih turista (indeks 71,51). U istom vremenskom razdoblju ostvareno je 42.674.962 noćenja stranih turista (indeks 45,60),

kao i 10.948.091 noćenja domaćih turista (indeks 83,07). Sveukupni (strani i domaći) broj dolazaka u razdoblju siječanj-listopad iznosio je 7.596.097 (indeks 38,13), dok je ujedno zabilježeno 53.623.053 noćenja (indeks 50,23).

Usljed gore navedene pandemije te njezinih posljedica na cjelokupno svjetsko gospodarstvo, a samim time i na turizam u svijetu i Hrvatskoj, došlo je do smanjenja izvornih prihoda Hrvatske turističke zajednice. S ciljem racionalizacije poslovanja Turističko vijeće HTZ-a je u travnju donijelo odluku o stavljanju van snage Godišnjeg programa rada HTZ-a za 2020. te isti uputila Skupštini na usvajanje kao i sve prethodne odluke Turističkog vijeća koje proizlaze iz Godišnjeg programa rada.

Ukupni prihodi i rashodi planirani u Godišnjem programu rada za 2020. godinu iznosili su 328.111.649 kuna. Ukupni planirani prihodi Hrvatske turističke zajednice za 2020. godinu sukladno ovim Izmjenama i dopunama procjenjuju se na iznos od 219.952.417 kn, što u odnosu na planirane predstavlja smanjenje za 33%, dok ukupni planirani rashodi Hrvatske turističke zajednice za 2020. godinu procjenjuju se na 154.039.326 kn, što u odnosu na inicijalno planirane rashode predstavlja smanjenje od oko 53%. Razlika između prihoda i rashoda u iznosu od 26.147.821 kn zbog iznimno nesigurne i nestabilne situacije na turističkom tržištu planira se prenijeti u 2021. godinu.

Obzirom da će očekivani pad prihoda Hrvatske turističke zajednice u 2020. biti za 33% manji od planiranog te će rashodi biti za oko 53% manji od planiranog, sukladno stavku 5. članka 56. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, Hrvatska turistička zajednica je u obvezi donijeti izmjene, odnosno dopune Godišnjeg programa rada i financijskog plana za 2020. godinu.

## 1 Plan jačanja snage brenda (BRP plan)

Planirana sredstva u GPR-u 2020.	133.935.214 kn
Izmjene i dopune GPR-a 2020.	65.908.423 kn

### 1.1 Razvoj i implementacija brenda

Planirana sredstva u GPR-u 2020.	800.000 kn
Izmjene i dopune GPR-a 2020.	0 kn
Nositelj:	Sektor za brend

#### 1.1.1 Definiranje hrvatskog branding sustava i brend arhitekture

Planirana sredstva u GPR-u 2020.	800.000 kn
Izmjene i dopune GPR-a 2020.	0 kn
Nositelj:	Sektor za brend Odjel za brend

Usljed nastanka izvanredne situacije uzrokovane pandemijom bolesti COVID-19 i temeljem Odluke Turističkog vijeća HTZ-a iz travnja 2020. godine kojom se Skupštini predlaže stavljanje Godišnjeg programa rada za 2020. godinu izvan snage, nije se započelo s realizacijom ove aktivnosti. Planirana sredstva prenamijenila su se na druge aktivnosti.

### 1.2 Integrirani sustav brend komunikacije

Planirana sredstva u GPR-u 2020.	130.525.214 kn
Izmjene i dopune GPR-a 2020.	65.128.490 kn
Nositelj:	Sektor za poslovne komunikacije Sektor za promociju i oglašavanje

#### 1.2.1 Integrirani sustav odnosa s javnošću (PR) i oglašavanja

Planirana sredstva u GPR-u 2020.	124.495.214 kn
Izmjene i dopune GPR-a 2020.	58.809.682 kn
Nositelj:	Sektor za poslovne komunikacije Sektor za promociju i oglašavanje Sektor za strateške projekte



### 1.2.1.1 Odnosi s javnošću (PR)

<b>Planirana sredstva u GPR-u 2020.</b>	<b>17.260.000 kn</b>
<b>Izmjene i dopune GPR-a 2020.</b>	<b>7.193.740 kn</b>
<b>Nositelj:</b>	Sektor za poslovne komunikacije Sektor za strateške projekte

#### 1.2.1.1.1 PR aktivnosti na emitivnim tržištima

<b>Planirana sredstva u GPR-u 2020.</b>	<b>16.140.000 kn</b>
<b>Izmjene i dopune GPR-a 2020.</b>	<b>6.336.585 kn</b>
<b>Nositelj:</b>	Sektor za poslovne komunikacije Odjel za globalni PR

Očekivana realizacija za 2020. godinu znatno odstupa od plana za 2020. prvenstveno zbog situacije s bolesti COVID-19. Naime, sukladno Odluci Turističkog vijeća HTZ-a, donesenoj 14. travnja 2020. na 65. sjednici, kojom je Skupštini HTZ-a predloženo stavljanje izvan snage Godišnjeg programa rada za 2020. zbog pandemije bolesti COVID-19, obustavljen je ugovor s PR agencijom za odnose s medijima za koji je veliki dio budžeta bio rezerviran, a također i veći dio ugovora za press clipping te se shodno tome odustalo od velikog broja aktivnosti na tržištima bez agencije, kao što su npr. SAD, Italija, Španjolska, Slovenija, Kina, Koreja, Rusija i Ukrajina. U Španjolskoj je otkazan ugovor vanjskoj suradnici za PR i društvene mreže, dok je u SAD-u ugovor s vanjskom suradnicom stavljen izvan snage.

Odjel za globalni PR započeo je suradnju s časopisom TimeOut Croatia, izdavačkom kućom Revelin na ino-izdanju Večernjeg lista i Fenix Magazina te je plan bio podržati projekt Miss&Mister turizma koji je zbog cjelokupne situacije odgođen. Planirana PR podrška za teniski turnir u Sloveniji u potpunosti je otkazana. Također, pripremao se posjet i aktivnosti vezane uz pobjednicu Eurovizije iz 2018. Nette Barzilai na događanju „Dora 2020“ ali je nastup otkazan zbog pandemije bolesti COVID-19.

U srpnju su Odlukom Turističkog vijeća potvrđena sredstva za krizno komuniciranje koja su se prvenstveno koristila za zakup advertorijala kako bi se pravovremeno objavile ispravne informacije o mogućnostima putovanja u Hrvatsku.

Dio planiranih aktivnosti koji nije realiziran u 2020. godini realizirat će se u 2021. kao što su ugovori s Virtuoso i Signature na tržištu SAD-a. Isto tako, privremeno je obustavljen ugovor za press clipping u Nizozemskoj i dio obveza se prenosi u 2021. godinu.

Osim navedenog, odustalo se i od realizacije projekta „Explore Croatia“ s produkcijskom kućom Metan. Sama produkcija bila je predviđena za tržište Kine, a kako partner nije izvršio dio ugovoreni obveza na vrijeme te se nije izjasnio na prijedlog prolongacije projekta u 2021., od projekta se odustalo u cijelosti.

#### 1.2.1.1.2 Zlatna penkala

<b>Planirana sredstva u GPR-u 2020.</b>	<b>300.000 kn</b>
<b>Izmjene i dopune GPR-a 2020.</b>	<b>30.000 kn</b>
<b>Nositelj:</b>	Sektor za poslovne komunikacije Odjel za posebne prezentacije i događanja

Dodjelom Zlatne penkale, prestižne godišnje nagrade inozemnim predstavnicima medija, Hrvatska turistička zajednica ističe vrijednost profesionalnog pristupa pisanju i izvještavanju o Hrvatskoj u inozemnim medijima te je u konačnici to prigoda za zahvalu novinarima na doprinosu u promidžbi hrvatskog turizma u svijetu.

U 2020. godini odabrana je Turistička zajednica Istarske županije kao domaćin dodjele nagrada. Odrađene su pripreme i razgovori oko organizacije projekta sa svim uključenim dionicima. Odrađeno je inspekcijsko putovanje te dogovoren i prihvaćen program boravka kao i program i koncept svečane dodjele nagrada. Provedena je nabava za produkcijske i tehničke usluge. Prikupljene su nominacije s inozemnih tržišta i započele su pripreme materijala potrebnih za produkciju i scenarij svečane dodjele nagrada. Zbog izvanrednih okolnosti, odnosno pandemije bolesti COVID-19, projekt Zlatna Penkala je otkazana te će se odgoditi za 2021. godinu.

Unatoč činjenici nemogućnosti održavanja fizičke dodjele nagrade, u dogovoru s direktorima predstavništava, medijima će se poslati zahvalnice u znak zahvale za promidžbu Hrvatske u svijetu te održavanja tradicije i kontinuiteta projekta Zlatna Penkala koji se ove godine trebao održati 16. godinu za redom.

#### 1.2.1.1.3 Komunikacija s domaćim medijima

<b>Planirana sredstva u GPR-u 2020.</b>	<b>820.000 kn</b>
<b>Izmjene i dopune GPR-a 2020.</b>	<b>827.155 kn</b>
<b>Nositelj:</b>	Sektor za poslovne komunikacije Odjel za domaći PR

Odjel za domaći PR od početka godine uspješno je organizirao studijska putovanja domaćih medija koji su pratili promotivne aktivnosti i događanja na stranim tržištima na kojima je sudjelovao HTZ (FITUR Madrid, f.re.e München, BIT Milano), a pokriveni su i određeni troškovi studijskog putovanja novinara na sajam ITB Berlin u ožujku koji je otkazan uslijed situacije uzrokovane pandemijom bolesti COVID-19. Uspješno su provedene ili se i dalje sukladno ugovoru provode i ugovorno regulirane suradnje na praćenju i analizi medijskih objava, kreiranju i distribuciji newslettera, kao i medijske suradnje, a realizirano je i nekoliko oglasa, advertorijala i posebnih priloga. Proaktivni i kvalitetni odnosi s medijima održavaju se konstantno kroz kreiranje i slanje priopćenja, dogovaranje intervjua, odgovaranja na upite i slično.

Ostvarenim uštedama na određenim projektima, naknadno je realizirana suradnja s Hanza Media, odnosno Slobodnom Dalmacijom u pogledu organizacije konferencije „Nautički turizam - najotporniji

na korona krizu“. Konferencija u kojoj je HTZ bio partner, ujedno je predstavljala završnicu projekta „Nautička patrola“ Jutarnjeg lista gdje su nagrađene najbolje i najuspješnije marine u 2020. godini.

Također, obzirom da, zbog situacije uzrokovane pandemijom bolesti COVID-19, sajam WTM u Londonu neće biti realiziran u klasičnom obliku, već u online izdanju, neće se realizirati ni studijsko putovanje novinara na sajam.

Do kraja tekuće godine planiran je nastavak ugovorno reguliranih aktivnosti i suradnju, kao i nastavak proaktivnih i kvalitetnih odnosa s medijima kroz kreiranje i slanje priopćenja, dogovaranje intervjua, odgovaranja na upite i slično.

#### 1.2.1.2 Studijska putovanja za inozemne novinare

<b>Planirana sredstva u GPR-u 2020.</b>	<b>1.950.000 kn</b>
<b>Izmjene i dopune GPR-a 2020.</b>	<b>300.422 kn</b>
<b>Nositelj:</b>	Sektor za poslovne komunikacije Odjel za globalni PR

Hrvatska turistička zajednica je i u 2020. godini planirala nastaviti s organizacijom studijskih putovanja inozemnih novinara i blogera na području hrvatskih turističkih regija vodeći računa o kategorijama proizvoda utvrđenim Strategijom razvoja turizma RH do 2020. godine i SMPHT-om 2014.-2020. godine, a sukladno interesu i potencijalu pojedinih tržišta. Tijekom prva dva mjeseca realizirana su putovanja za 22 inozemna novinara s tržišta Belgije, Francuske, Italije, Nizozemske i Ujedinjenog Kraljevstva.

Izvanredne okolnosti uzrokovane pandemijom bolesti COVID-19 utjecale su na planiranu realizaciju studijskih putovanja. Naime, sukladno Odluci Turističkog vijeća HTZ-a, donesenoj 14. travnja 2020. na 65. sjednici, kojom je Skupštini HTZ-a predloženo stavljanje izvan snage Godišnjeg programa rada za 2020. zbog pandemije bolesti COVID-19, odlučeno je da se smanjuju sredstva za studijska putovanja i sve kvote za emitivna tržišta.

Zbog ograničenja u organizaciji putovanja te epidemiološkoj situaciji velik broj redakcija nisu svojim medijima dali suglasnost na putovanja u ranoj fazi otvaranja granica kao i kod drugog vala bolesti COVID-19 te je sukladno navedenom otkazan velik broj planiranih putovanja.

Studijsko putovanje ruske televizijske ekipe emisije „Poedem poedim“ (Let's go, let's eat), televizijske kuće NTV je odobreno, ali je odgođeno za proljeće 2021. kada će se i financijski realizirati.

#### 1.2.1.3 Opće oglašavanje i posebne tržišne aktivnosti

<b>Planirana sredstva u GPR-u 2020.</b>	<b>66.990.054 kn</b>
<b>Izmjene i dopune GPR-a 2020.</b>	<b>44.781.839 kn</b>
<b>Nositelj:</b>	Sektor za promociju i oglašavanje / Sektor za strateške projekte

### 1.2.1.3.1 Opće oglašavanje i ostale posebne tržišne aktivnosti

<b>Planirana sredstva u GPR-u 2020.</b>	<b>43.780.054 kn</b>
<b>Izmjene i dopune GPR-a 2020.</b>	<b>38.434.355 kn</b>
<b>Nositelj:</b>	Sektor za promociju i oglašavanje Odjel za planiranje i promociju na tržištima

Ukupan realizirani budžet na kraju godine na aktivnosti općeg oglašavanja bit će manji od planiranog, obzirom na smanjenje budžeta i činjenicu da su sredinom veljače na svim tržištima nastupile posebne okolnosti vezane uz pandemiju bolesti COVID-19 te je sukladno navedenom velik broj promotivnih aktivnosti privremeno obustavljen ili otkazan. Detaljna pojašnjenja navode se u nastavku:

#### **Brend kampanja**

**Prva Brend kampanja** realizirana je tijekom siječnja, veljače i ožujka na sljedećim emitivnim tržištima: Njemačka, Austrija, UK, Nizozemska, Belgija, Francuska i Norveška. Komunicirani su turistički proizvodi sunce i more, kultura, eno-gastro i aktivni turizam. Oglašavanje se provodilo putem online i offline kanala, zakupom raznovrsnih medija po pojedinom tržištu, od display i native oglašavanja na najposjećenijim portalima, zakupa mreže portala koristeći bannere velikih formata, videa i native oglašavanja, izrada posebnih HUB stranica o Hrvatskoj unutar samih portala, TV, print i DOOH/OOH oglašavanja.

**Druga Brend kampanja** “Vacation you deserve is closer than you think” realizirana je od sredine lipnja do kraja kolovoza na tržištima Njemačke, Austrije, Češke, Francuske, Italije, Mađarske, Nizozemske, Poljske, Velike Britanije, Slovenije, Slovačke, Švicarske, Belgije i Norveške. Komunicirani su turistički proizvodi sunce i more, priroda, nautika, cikloturizam i kampiranje. Oglašavanje se provodilo putem medijskog zakupa online i offline kanala, što uključuje zakup raznovrsnih medija po pojedinom tržištu, od display i native oglašavanja na najposjećenijim portalima, zakupa mreže portala koristeći bannere velikih formata, videa i native oglašavanja, izrada posebnih HUB stranica o Hrvatskoj unutar samih portala, TV, print oglašavanja te OOH/DOOH oglašavanja na frekventnim lokacijama.

#### **Promidžbena kampanja na domaćem tržištu**

U periodu od 1. srpnja do 31. kolovoza 2020. realizirana je promidžbena kampanja na domaćem tržištu “Odmor kakav zaslužujete”. Obzirom da je epidemiološka situacija utjecala ograničavajuće na turistički promet iz inozemstva, kreirana je ekstenzija druge brand kampanje za inozemna tržišta te plasirana na domaće tržište. Komunicirani su proizvodi sunce i more, nautika, priroda, biciklizam, kultura, kampiranje i aktivni turizam, a poruke su plasirane kroz različite online i offline kanale. U kampanju su, kroz različite formate, uključene sve najvažnije medijske kuće u Hrvatskoj, a osim klasičnog zakupa medijskog prostora, kampanja je realizirana i kroz posebno kreirane projekte.

U okviru ove aktivnosti dogovorena je suradnja na projektu Like! Hrvatska. Realiziran je tisak turističkog vodiča koji prezentira širinu turističke ponude u Hrvatskoj, a do kraja godine će biti iskorišten native prostor u mjesečniku Like! Putovanja koji izlazi uz Jutarnji list.

#### **Outdoor ljetna kampanja**

Ove je sezone odrađena i outdoor ljetna kampanja usmjerena na turiste koji se već nalaze u Hrvatskoj. Za te potrebe odabran je kanal komunikacije kojem je ova skupina primatelja najizloženija - plaže. U

okviru ove aktivnosti zakupljene su 22 oglasne pozicije na tornjevima za spasitelje te 17 pozicija kabina za presvlačenje. Dodatno je osigurano 5 super premium pozicija tornjeva za spasitelje. Kampanja je trajala od 1. srpnja do 30. rujna.

### **Projektna suradnja s domaćim medijima-ostali projekti**

Projektne suradnje s domaćim medijima koristile su kao podrška ključnim porukama usmjerenima prema domaćoj javnosti te s ciljem povećanja njihovog udjela u ukupnom turističkom prometu. Dogovorene su suradnje s najvažnijim medijskim kućama, a neke od njih još traju.

Započeta je suradnja s Večernjim listom na projektu Turistička patrola. To je tradicionalni projekt ove medijske kuće u okviru kojeg je obrađeno 29 destinacija. Kroz projektnu suradnju plasirano je i 30 print oglasa te 5.500.000 impresija.

Suradnja sa Slobodnom Dalmacijom na projektu Adrian usmjerena je na segment malih obiteljskih hotela, a ove godine je, iznimno, bio usmjeren na predstavljanje svih pobjednika prethodnih godina te dijeljenje njihovog iskustva u otežanim okolnostima rada i prilagodbi potreba tržišta u pandemiji. Kroz projekt je predstavljeno 13 obiteljskih hotela te je realizirano 13 print oglasa. Projekt će biti zaključen u zadnjem kvartalu.

S Jutarnjim listom započeta je suradnja na već dugogodišnjem partnerskom projektu Dobri restorani. Ovaj projekt će sve elemente projektne suradnje realizirati u zadnjem kvartalu.

Realizirana je suradnja s Novim listom na projektu Otrgnuto zaboravu u okviru kojeg je predstavljena kulturna baština Hrvatske, a kroz projekt je ostvareno i 120.000 impresija.

U suradnji s Glasom Istre pokrenuta su dva projekta. Istra Outdoor, prilog o aktivnostima na otvorenom koji izlazi na mjesečnoj bazi do kraja godine te projekt Kuće za odmor koji je završen u trećem kvartalu.

### **Vanjsko oglašavanje u zemlji**

Aktivnost vanjskog oglašavanja u zemlji realizirana je kroz oglašavanje putem digitalnih totoma pozicioniranih na 62 različite lokacije. Ovaj kanal korišten je za plasiranje poruka iz dvije glavne komunikacije u ovom periodu: Advent i brend kampanje. Također, na 16 najfrekventnijih panela omogućen je i besplatan wi-fi "Powered by HTZ". Oglašavanje na istim pozicijama nastavljeno je i u trećem kvartalu kada je ovaj kanal korišten za komuniciranje poruka iz kampanje Odmor kakav zaslužujete te poruke koje pozivaju na odgovorno ponašanje. U trećem kvartalu ostvareno je 16.000.000 impresija i 3.400.000 aktivnih gledatelja. Aktivnost se nastavlja i u zadnjem kvartalu.

### **Projektna suradnja s inozemnim medijima i travel platformama**

**Euronews**, projektna suradnja dogovorena je u okviru predsjedanja Republike Hrvatske Vijećem EU, te obuhvaća plasman ključnih poruka putem različitih kanala komunikacije. Tako je dogovoreno TV oglašavanje, snimanje i emitiranje reportaža, izrada zasebnog huba posvećenog projektu Croatia 360, kreiranje i plasman content članka, display kampanja. Cijela suradnja usmjerena je na 12 različitih tržišta, a svi sadržaji producirani od strane Euronews-a prevedeni su na 9 različitih jezika. Realizirano je 175 emitiranja TV spota na 4 različita jezika, snimljene su i objavljene 3 reportaže na temu tradicionalne Feste sv. Vlaha, života u Zagrebu i tehnološkog poduzetničkog okruženja u Hrvatskoj. Izrađen je Croatia 360 hub na koji su plasirane sve snimljene reportaže kao i jedan content članak s popisom mjesta za kulturni obilazak Hrvatske, a hub je pregledan preko 125.000 puta. Kreirani su traffic driveri za sve reportaže koji su ostvarili 535.000 impresija, a objavljene su i dvije objave na društvenim mrežama.

Početak godine potpisan je Ugovor o suradnji s partnerom Lonely planet na zajedničkom projektu. Slijedom nepovoljne epidemiološke situacije umanjeno je budžet za oglašavanje te je već započeta kampanja otkazana. Jedan dio kampanje bit će odrađen u sklopu jesenske kampanje, dok se preostala sredstva, zbog ugovorne obveze, prenose u narednu 2021. godinu.

### **Posebni tematski medijski projekti**

**Croatia Bike routes** je tematski medijski projekt pokrenut još u 2019. u sklopu projekta Croatia bike routes. Projekt je usmjeren doprinosu razvoju cikloturizma u Hrvatskoj te je realiziran kao besplatna dvojezična mobilna aplikacija koja objedinjava preko 660 službenih bike ruta u Hrvatskoj. Cilj aplikacije je poboljšanje iskustva cikloturista na samoj destinaciji dajući im kartografski pregled cikloruta svake regije ili Hrvatske u cjelini. U sklopu aplikacije HTZ plasira svoje oglase te uvrštenje banner Croatia Full of Life na stranicama aplikacije. Do 31. svibnja broj preuzetih aplikacija bio je 1829. Suradnja je trajala od siječnja pa do kraja svibnja.

U suradnji s Večernjim listom realizirana je prva faza projekta „Hrvati koji su mijenjali svijet“. Ovaj cjelogodišnji projekt zamišljen je na način da koristeći različite medijske kanale komunicira kulturu kao važan turistički proizvod. U prvom kvartalu realiziran je tisak specijala „Hrvati koji su mijenjali svijet“, a 5.000 primjeraka distribuirano je za potrebe predsjedanja Republike Hrvatske Vijećem EU. HTZ je u specijalu prisutan kroz 1/1 oglas na poziciji C2 te je integriran na svu online i offline komunikaciju o projektu.

### **Posebni marketinški projekti i oglašavanje predstavništava**

Hrvatska turistička zajednica krajem prosinca 2019. započela je s promotivnom kampanjom putem vanjskog oglašavanja u Bruxellesu, kojom se obilježava početak predsjedanja Hrvatske Vijećem Europske unije. Kampanja je nastavljena do polovice veljače 2020. gdje su javni gradski prijevoz, (autobusi, tramvaji), zračna luka i citylightovi na najfrekventnijim i najreprezentativnijim gradskim lokacijama u Bruxellesu krasili motivi Hrvatske. Ukupan projekt financiran je dijelom iz sredstava u 2019. godini, a dijelom iz sredstava iz 2020. godine.

### **Aktivnosti do kraja godine**

Do kraja godine u sklopu aktivnosti *Promidžbena kampanja na domaćem tržištu* planirano je oglašavanje kampanje “Tjedan odmora vrijedan” putem online i offline kanala s najvažnijim medijskim kućama i medijima u zemlji, a u okviru iste aktivnosti završit će se suradnja s Jutarnjim listom na projektu Like!.

U okviru aktivnosti *Projektne suradnje s domaćim medijima - ostali projekti* finalizirat će se već pokrenuti projekti Dobri restorani, Istra Outdoor i Adrian, a u planu su i dodatni projekti za poticanje putovanja po zemlji domaćih gostiju Korak do avanture s Novim listom, Vukovar 2020. s 7 Dnevno te Idemo na izlet s Večernjim listom.

U sklopu suradnje s travel platformama National geographic i Lonely planetom provodit će se oglašavanje jesenske kampanje “Discover the colours of Croatia” usmjerene na tržišta Njemačke, Austrije, Italije, Češke, Mađarske, Poljske i Velike Britanije do kraja studenog.

Obzirom da su početkom godine zaključeni Ugovori o suradnji s inozemnim travel platformama Lonely planet, National Geographic i Skyscanner, slijedom novonastalih okolnosti, jedan dio sredstava

iskoristit će se u sklopu jesenske kampanje „Discover the colours of Croatia“ dok će se ostatak dijela aktivnosti prebaciti u 2021.godinu.

#### **1.2.1.3.2 Posebne marketinške aktivnosti**

<b>Planirana sredstva u GPR-u 2020.</b>	<b>23.210.000 kn</b>
<b>Izmjene i dopune GPR-a 2020.</b>	<b>6.347.484 kn</b>
<b>Nositelj:</b>	Sektor za strateške projekte
	Odjel za posebne marketinške projekte

Zbog situacije uzrokovane pandemijom bolesti COVID-19, Turističko vijeće je u travnju donijelo odluku o stavljanju izvan snage Godišnjeg programa rada za 2020. godinu i racionalizaciji troškova, uključujući i odluku kojom su odobrena sredstva u projektu Sportska Hrvatska, sredstva za provedbu marketinških suradnji s organizatorima mega događanja i ostalih planiranih ugovora.

S Hrvatskim olimpijskim odborom, kao i Hrvatskim rukometnim savezom u prvom kvartalu provodila se redovna suradnja i aktivnosti na društvenim mrežama te je zbog novonastalih okolnosti isplaćen dio ugovorenih sredstava za 2020. godinu vezanih uz realizirane aktivnosti. Suradnja se nastavlja u 2021. godini te je s oba partnera potpisan sporazum o prolongaciji aktivnosti.

Suradnja u 2020. godini s ostalim partnerima s kojima su potpisani višegodišnji ugovori (Uniline – Sportska destinacija Hrvatska, Turistička zajednica Istarske županije – FC Bayern) je odgođena te nisu planirane obaveze do kraja tekuće godine dok se s Hrvatskim nogometnim savezom očekuje dogovor ovisno o mogućnostima i aktivnostima.

Početak godine održane su FIS World Ski Kup međunarodne skijaške utrke na Sljemenu, čime je realizirana marketinška suradnja s Hrvatskim skijaškim savezom planirana Godišnjim programom rada za 2020.

U sklopu projekta Sportska Hrvatska u ožujku je realizirana suradnja s Hrvatskim teniskim savezom vezano za kvalifikacije za Davis Cup, održane u Zagrebu u ožujku.

Sukladno dodatnoj odluci Turističkog vijeća iz lipnja realizirana je i suradnja s Hrvatskim teniskim savezom vezano za održavanje teniskog turnira „Adria Tour“ u lipnju u Zadru.

U zadnjem kvartalu planira se realizacija suradnje s Hrvatskim judo savezom vezano uz održavanje nekoliko međunarodnih natjecanja u Hrvatskoj s naglaskom na promociju sigurne destinacije kao domaćina sportskih natjecanja u uvjetima pandemije bolesti COVID-19.

Provedba Projekta dobrodošlice na graničnim prijelazima u 2020. godini nije realizirana zbog epidemiološke situacije.

#### 1.2.1.4 Online oglašavanje i komunikacija na društvenim mrežama

**Planirana sredstva u GPR-u 2020.**

**10.500.000 kn**

**Izmjene i dopune GPR-a 2020.**

**6.184.409 kn**

**Nositelj:**

Sektor za promociju i oglašavanje

Odjel za udružene i strateške projekte

Ukupan realizirani budžet na kraju godine na aktivnosti online oglašavanja i komunikacije na društvenim mrežama bit će manji od planiranog, obzirom na smanjenje budžeta i činjenicu da su sredinom veljače na svim tržištima nastupile posebne okolnosti vezane uz pandemiju bolesti COVID-19 te je sukladno navedenom velik broj aktivnosti privremeno obustavljen ili otkazan. Detaljna pojašnjenja navode se u nastavku:

##### **Facebook**

U sklopu brend kampanje, koja se odvijala u terminu od 10. siječnja do 8. ožujka, realizirano je Facebook oglašavanje za proizvode sunce i more, nautiku, eno-gastro i aktivni turizam na tržištima Njemačke, UK, Austrije, Norveške, Nizozemske, Belgije, Španjolske i Švedske. Format i oglasa koji su korišteni u kampanji su slikovni i video oglasi.

U sklopu PPS kampanje koja se odvijala u terminu od 1. do 4. ožujka realizirano je Facebook oglašavanje za proizvode kulturu, eno-gastro, sunce i more, cikloturizam i aktivni turizam na tržištima Austrije i Švicarske. Format i oglasa koji su korišteni u kampanji su slikovni i video oglasi. Kampanja je nedugo nakon pokretanja stopirana obzirom na situaciju s pandemijom bolesti COVID-19.

U sklopu druge brend kampanje Vacation you deserve, koja se odvijala u terminu od 28. svibnja do 31. srpnja, realizirano je Facebook oglašavanje za proizvode sunce i more, prirodu, nautiku, cikloturizam i kampiranje na tržištima Njemačke, Austrije, Češke, Poljske, Mađarske, Slovenije, Slovačke, Belgije i Švicarske. Format i oglasa koji su korišteni u kampanji su slikovni i video oglasi.

U sklopu info kampanje pokrenute u cilju komunikacije i isticanja Hrvatske kao sigurne destinacije za putovanje, a koja se odvijala u terminu od 17. srpnja do 10. kolovoza, realizirano je Facebook oglašavanje na tržištu Njemačke, Austrije i UK. Format i oglasa koji su korišteni u kampanji su slikovni i video oglasi.

##### **Instagram**

U sklopu brend kampanje, koja se odvijala u terminu od 10. siječnja do 8. ožujka, realizirano je Instagram oglašavanje za proizvode sunce i more, nautiku, eno-gastro i aktivni turizam na tržištima Njemačke, UK, Austrije, Norveške, Nizozemske, Belgije, Španjolske i Švedske. Format i oglasa koji su korišteni u kampanji su slikovni i video oglasi.

U sklopu PPS kampanje, koja se odvijala u terminu od 1. ožujka do 4. ožujka, realizirano je Instagram oglašavanje za proizvode kulturu, eno-gastro i cikloturizam na tržištu Austrije. Format i oglasa koji su bili korišteni u kampanji su slikovni i video oglasi. Kampanja je nedugo nakon pokretanja obustavljena obzirom na situaciju s pandemijom bolesti COVID-19.

U sklopu kampanje Vacation you deserve, koja se odvijala u terminu od 28. svibnja do 31. srpnja, realizirano je Instagram oglašavanje za proizvode sunce i more, prirodu, nautiku, cikloturizam i



kampiranje na tržištima Njemačke, Austrije, Češke, Poljske, Mađarske, Slovenije, Slovačke, Belgije i Švicarske. Formati oglasa koji su korišteni u kampanji su slikovni i video oglasi.

U sklopu kampanje Enjoy the view from Croatia, koja je pokrenuta krajem svibnja i bila namijenjena onim tržištima koja nisu bila u mogućnosti putovati u Hrvatsku, realizirano je Instagram oglašavanje na tržištima Norveške, Švedske, Ukrajine, Rusije, Italije i UK. Formati oglasa koji su korišteni u kampanji su slikovni oglasi.

### **Twitter**

U sklopu brend kampanje, koja se odvijala u terminu od 10. siječnja do 20. veljače, realizirano je Twitter oglašavanje za proizvode sunce i more, nautiku, eno-gastro i aktivni turizam na tržištima Njemačke, UK i Austrije. Formati oglasa koji su korišteni u kampanji su slikovni i video oglasi.

U sklopu PPS kampanje, koja se odvijala u terminu od 1. do 4. ožujka, realizirano je Twitter oglašavanje za proizvode kulturu, eno-gastro i cikloturizam na tržištu Austrije. Formati oglasa koji su korišteni u kampanji su slikovni i video oglasi.

Kampanja je nedugo nakon pokretanja obustavljena obzirom na situaciju s pandemijom bolesti COVID-19.

### **Google Search**

U sklopu cjelogodišnje kampanje od 1. siječnja do 30. rujna 2020. realizirano je oglašavanje na Google tražilici za proizvode sunce i more, nautiku, aktivni turizam i prirodu na tržištima Njemačke, Austrije, Švicarske, Velike Britanije i Irske, Italije, Francuske, Poljske, Rusije, Španjolske, Češke, Mađarske, Slovačke i Slovenije.

Paralelno, uz cjelogodišnju kampanju, pokrenuta je info kampanja u cilju komunikacije i isticanja Hrvatske kao sigurne destinacije za putovanje u razdoblju od 17. srpnja do 10. kolovoza na tržištima Njemačke, Austrije i UK -a.

### **YouTube**

U sklopu brend kampanje, koja se odvijala u terminu od 10. siječnja do 8. ožujka 2020., realizirano je YouTube oglašavanje za proizvode sunce i more, kulturu, eno-gastro i nautiku na tržištima Njemačke, Austrije, UK i Irske, Nizozemske, Švedske, Norveške, Belgije i Španjolske.

U sklopu PPS kampanje, koja se odvijala u terminu od 1. do 4. ožujka 2020., realizirano je YouTube oglašavanje za proizvode kulture, eno-gastro, aktivni turizam i nautiku na tržištima Švicarske i Austrije. Kampanja je nedugo nakon pokretanja obustavljena obzirom na situaciju s pandemijom bolesti COVID-19.

U sklopu druge brend kampanje Vacation you deserve koja se odvijala u terminu od 28. svibnja do 31. srpnja realizirano je YouTube oglašavanje promotivnog videa kroz proizvode sunce i more, prirodu, nautiku i cikloturizam. Kampanja je bila aktivna na tržištima Njemačke, Austrije, Češke, Poljske, Mađarske, Slovenije, Slovačke i Švicarske.

### 1.2.1.5 Udruženo oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora

<b>Planirana sredstva u GPR-u 2020.</b>	<b>27.795.160 kn</b>
<b>Izmjene i dopune GPR-a 2020.</b>	<b>349.272 kn</b>
<b>Nositelj:</b>	Sektor za strateške projekte Odjel za strateška partnerstva i udruženo oglašavanje

Javni poziv za udruženo oglašavanje raspisan je u kolovozu 2019. godine. Sukladno odluci Turističkog vijeća aktivnosti s turističkim zajednicama županija nisu se mogle provoditi, odnosno sredstva se nisu mogla ugovoriti do donošenja Pravilnika za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent i nove odluke te su stoga ugovorene aktivnosti samo s partnerima u modelu 3 (nautika).

Sukladno odluci Turističkog vijeća o stavljanu izvan snage Godišnjeg programa rada za 2020. godinu i prihvaćanja troškova vezanih samo uz aktivnosti realizirane u prvom kvartalu, u modelu 3 (nautika), isplaćena su sredstva i zaključeni ugovori. samo partnerima s kojima su provedene zajedničke aktivnosti.

### 1.2.2 Razvoj i kreiranje sadržaja za brend Hrvatska

<b>Planirana sredstva u GPR-u 2020.</b>	<b>6.030.000 kn</b>
<b>Izmjene i dopune GPR-a 2020.</b>	<b>6.318.808 kn</b>
<b>Nositelj:</b>	Sektor za brend Odjel za produkciju

Sukladno planiranome za Brend i PPS kampanju producirani su online i offline materijali. Također, producirani su svi predviđeni promotivni materijali za provođenje kampanje namijenjene domaćem tržištu. Kampanja Tjedan odmora vrijedan, koja se trebala održati u tjednu nakon Uskrsa, ali je zbog pandemije bolesti COVID-19 odgođena, provedena je u listopadu. Zbog toga je bilo potrebno provesti dodatne aktivnosti, poput izmjena datuma održavanja u svim materijalima, ažuriranja weba, priprema novih specifikacija banera i oglasa, snimanja novih voice overa.

Iako su Godišnjim programom rada za 2020. bile predviđene Brend 2 kampanje (materijal za ovu kampanju je već produciran, ali je kampanja stopirana), PPS 2 kampanje, kongresna te B2B kampanje, slijedom trenutne situacije uzrokovane pandemijom bolesti COVID-19, plan oglašavanja je izmijenjen te su se novi materijali producirali sukladno potrebama novo osmišljenih kampanja: „The vacation you deserve is closer than you think“, „Enjoy the view“, „Croatia long distance love“ i „Discover the colours of Croatia“.

Godišnjim programom rada bilo je predviđeno razvijanje i produciranje foto i video materijala za novu glavnu kampanju Hrvatske turističke zajednice „It's Nothing like home“, no zbog novonastale situacije odustalo se od predviđene kampanje. Nakon otvaranja granica pojačale su se marketinške aktivnosti te je s ciljem privlačenja inozemnih gostiju započela produkcija kampanja „Enjoy the view“ i „The vacation you deserve is closer than you think“.

Internim resursima unutar Odjela osmišljen je kreativni koncept kampanje „Discover the colours of Croatia“ dok su prilagodba materijala prema specifikacijama kao i rješenje video materijala izradile agencije.

Do kraja godine u planu je realizacija projekta Hrvatske turističke kartice, na kojem HTZ surađuje s Ministarstvom turizma i sporta te kreativnom agencijom, na način da će se producirati materijali za oglašivačku kampanju. Za ukupnu produkciju zadužen je Odjel za produkciju, a za zakup medijskog prostora zadužen je Sektor za promociju i oglašavanje.

Također, završena je produkcija i emitiranje emisije Destinacija: „Hrvatska“. Tijekom ožujka, travnja i svibnja došlo je do privremene obustave projekta i prestanka emitiranja emisije zbog situacije uzrokovane pandemijom bolesti COVID-19. Iz spomenutih razloga Hrvatska udruga turizma (HUT) i Hrvatska gospodarska komora (HGK) odlučuju prekinuti suradnju na projektu te je Odlukom Turističkog vijeća HTZ-a od 19. lipnja 2020. nastavljeno emitiranje Destinacija: „Hrvatska“. Sporazumom o izmjenama Sporazuma o međusobnoj suradnji dogovoreno je da se produciraju preostali broj epizoda predviđen prvotno sklopljenim Sporazumom.

Započeti projekti foto i video snimanja na temu UNESCO nematerijalne i materijalne kulturne baštine i snimanje dodatnih pet VR video materijala (ugovori za oba projekta sklopljeni 2019.) za potrebe sajмова prolongiraju se za sljedeću godinu.

Planira se sudjelovanje u projektu Turističke zajednice Opatije u vidu sufinanciranja izrade mape Lungomare. Sredstva za navedeno bit će prebačena iz stavke skladište i distribucija. Radi se o projektu u kojem se daje naglasak na važnosti Grada Opatije za cjelokupni turizam, u povijesnom smislu, ali i zbog prekrasne prirode i parkova te činjenice kako je Opatija danas vodeće turističko mjesto za organizaciju kongresa, seminara i savjetovanja.

Obzirom na nepovoljnu situaciju s bolesti COVID-19, koja utječe na održavanje sajмова, produkcija materijala od strane Odjela za produkciju nije ostvarena u obujmu koji je bio planiran Godišnjim programom rada za 2020. te su producirani materijali za sajmove: Helsinki, Madrid, Stuttgart, Beč, Düsseldorf, Utrecht, Milano, Herning, München, Essen, Berlin i Tulln.

Pripremani su i promotivni materijali za sve ostale planirane aktivnosti HTZ-a i predstavništava te će se navedeno nastaviti raditi i do kraja godine sukladno potrebama i raspoloživom budžetu.

### 1.3 Internet stranice HTZ-a

**Planirana sredstva u GPR-u 2020.** **2.610.000 kn**

**Izmjene i dopune GPR-a 2020.** **779.933 kn**

**Nositelj:** Sektor za brend  
Odjel za internetske stranice

Hrvatska turistička zajednica u suradnji s Ministarstvom turizma sudjeluje na projektu „Hrvatski digitalni turizam“ u sklopu kojega se planira izrada novih internetskih stranica te se sve aktivnosti u 2020. godini temelje na projektu HDT.

Zbog pandemije bolesti COVID-19 pojavila se potreba za izradom novih atraktivnih i informativnih stranica kao što su [COVID-19](#), [#CroatiaLongDistanceLove](#) i [#EnjoyTheViewFromCroatia](#) koje se koriste

u marketinške svrhe. COVID-19 stranica korisnicima daje sve relevantne informacije vezano uz razvoj situacije s pandemijom bolesti COVID-19 dok je #CroatiaLongDistanceLove svojevrsna virtualna destinacija za internet korisnike, a #EnjoyTheViewFromCroatia poziva turistički sektor i druge korisnike da potencijalnim turistima putem Instagrama i weba vizualno dočaraju sve ljepote Hrvatske.

U prvom dijelu godine izrađen je i objavljen sadržaj za Croatia Feeds, ruralni turizam, kulturu, speleologiju, nautiku, sport i EDEN, a internetske stranice croatia.hr, Croatia Feeds i htz.hr će se nastaviti unaprjeđivati i optimizirati u skladu s najnovijim standardima kako bi se bolje pozicionirale na tražilicama.

Tijekom cijele godine uz pomoć vanjskih partnera održava se, ažurira, backupira, nadgleda, nadograđuje, optimizira procese te kontrolira programsko i tehnološko rješenje croatia.hr, Croatia Feeds i htz.hr. Na poslovnom webu je krajem veljače napravljen brojač koji prikazuje podatke o dolascima i noćenjima turista u Hrvatskoj prema eVisitor podacima koji se ažuriraju tri puta na dan.

Značajna ušteda očekuje se u dijelu aktivnosti koji se odnosi na serversku infrastrukturu. Naime, u sklopu HDT projekta ista će biti osigurana od strane APIS-a i Centra dijeljenih usluga (CDU).

Također, tijekom godine smanjeni su troškovi aktivnosti Trip plannerja jer će se u sklopu projekta Hrvatski digitalni turizam razviti programsko rješenje za planiranje putovanja.

Odjel za internetske stranice u suradnji s vanjskim partnerom, 24 sata, odradio je preuzimanje sadržaja s portala CroGourmet365. Plan je da se odustane od daljnjeg razvijanja projekta te da se s vremenom prebaci sav sadržaj u novi HDT portal Croatia.hr, a time će se ostvariti financijske uštede do kraja godine. U ovom trenutku rješavaju se otvorena pitanja autorskih prava na sadržaj.

Odjel za internetske stranice je u kontinuiranoj komunikaciji s Google, a obzirom na činjenicu kako je Hrvatska turistička zajednica neprofitna organizacija, otvaraju se nove mogućnosti optimizacije troška Google karata kako bi se ostvario najbolji omjer prikaza karata i troška po prikazu za HDT Croatia.hr. U skladu s navedenim do kraja godine očekuje se manja realizacija u odnosu na plan.

Zbog pandemije bolesti COVID-19 i smanjenih prihoda, preostala sredstva, koja su bila planirana ovom stavkom, ovise o dinamici i razvijanju projekta Hrvatski digitalni turizam te su korigirana, preusmjerena na 2021. godinu ili neće biti realizirana.

## 2 Plan predsezona i posezone (PPS plan)

<b>Planirana sredstva u GPR-u 2020.</b>	<b>12.055.513 kn</b>
<b>Izmjene i dopune GPR-a 2020.</b>	<b>4.255.291 kn</b>

### 2.1 Razvoj ponude u predsezoni i posezoni

<b>Planirana sredstva u GPR-u 2020.</b>	<b>300.000 kn</b>
<b>Izmjene i dopune GPR-a 2020.</b>	<b>300.095 kn</b>

**Nositelj:** Sektor za sustav TZ i razvoj proizvoda  
Odjel za razvoj proizvoda

Navedena stavka nema izmjena i dopuna već samo redistribuciju budžeta između planiranih aktivnosti. Do razlike između planiranih i realiziranih aktivnosti došlo je zbog prolongacije aktivnosti iz prošle godine kada se planirala izrada tematske brošure „Small & friendly hotels and cruises in Croatia“. Aktivnost je planirana u 2019. godini, ali zbog objektivnih razloga i nemogućnosti izvršenja ugovorenih obveza jednog od partnera, realizirana je u prvom kvartalu 2020. Isto nije bilo poznato u trenutku kada se planirao Godišnji program rada za 2020., ali je istaknuto i najavljeno u Godišnjem financijskom izvješću za 2019.

Također, do povećanja budžeta aktivnosti „Suncokret ruralnog turizma“ došlo je uslijed plaćanja dijela aktivnosti iz prethodne godine. Naime, Godišnjim programom rada za 2020. planiralo se podržati projekt „Suncokret ruralnog turizma“ u iznosu od 100.000 kn, međutim u ovoj godini je plaćen i dio aktivnosti od 2019. godine, a iznos za ovu godinu se korigirao na 80.000 kn.

Planira se podržati Hrvatski sommelier klub u vidu marketinške suradnje, tj. potpore u organizaciji 24. Prvenstva sommeliera Hrvatske.

Ostale aktivnosti neće biti realizirane sukladno Odluci Turističkog vijeća, donesenoj na 65. sjednici, kojom je Skupštini HTZ-a predloženo stavljanje izvan snage Godišnjeg programa rada za 2020. zbog pandemije bolesti COVID-19.

### 2.2 PPS komunikacijska kampanja

<b>Planirana sredstva u GPR-u 2020.</b>	<b>11.755.513 kn</b>
<b>Izmjene i dopune GPR-a 2020.</b>	<b>3.955.196 kn</b>

**Nositelj:** Sektor za promociju i oglašavanje  
Odjel za planiranje i promociju na tržištima

### 2.2.1 Nautika – PPS komunikacijska kampanja

<b>Planirana sredstva u GPR-u 2020.</b>	<b>1.500.000 kn</b>
<b>Izmjene i dopune GPR-a 2020.</b>	<b>590.000 kn</b>
<b>Nositelj:</b>	Sektor za promociju i oglašavanje Odjel za planiranje i promociju na tržištima

Ukupna realizacija na navedenoj stavci bit će manja od planiranog, obzirom na smanjenje sredstava i situaciju na svim tržištima uzrokovano pandemijom bolesti COVID-19. U skladu s navedenim, velik broj promotivnih aktivnosti je privremeno obustavljen ili otkazan.

Unatoč nepovoljnoj epidemiološkoj situaciji realizirane su suradnje s Jutarnjim listom na projektu Nautička patrola te pokretanje, kreiranje i plasman serijala Croatia - safe harbour na TV kanalu Nautical Channel. Obje projektne suradnje usmjerene su na promociju nautičkog turizma. Nautička patrola posjetila je i ocijenila 33 marine diljem obale, a za suradnju s Nautical Channelom kreirano je 20 kratkih emisija koje predstavljaju 20 različitih nautičkih destinacija u Hrvatskoj s naglaskom na sigurnost ovog vida turizma u okolnostima epidemioloških rizika. Također, realizirano je i oglašavanje nautičkog turizma na tržištu Švedske u specijaliziranom nautičkom magazinu Navigator na četiri stranice.

U zadnjem kvartalu nastavit će se oglašavanje na Nautical Channel TV postaji u vidu posebno produciranih televizijskih emisija. Planirane online nautičke kampanje na emitivnim tržištima neće se provesti zbog smanjenja prihoda HTZ-a. Međutim, promocija proizvoda nautika je uključena i u jesensku kampanju HTZ-a.

### 2.2.2 Poslovni turizam – PPS komunikacijska kampanja

<b>Planirana sredstva u GPR-u 2020.</b>	<b>750.000 kn</b>
<b>Izmjene i dopune GPR-a 2020.</b>	<b>0 kn</b>
<b>Nositelj:</b>	Sektor za promociju i oglašavanje Odjel za planiranje i promociju na tržištima

Obzirom na situaciju uzrokovanu pandemijom bolesti COVID-19 te smanjenja financijskih sredstava HTZ-a aktivnost se neće zasebno provoditi, već će se proizvod poslovnog turizma oglašavati u sklopu aktivnosti stavke Opće oglašavanje i tržišne aktivnosti.

### 2.2.3 Ostali proizvodi – PPS komunikacijska kampanja

<b>Planirana sredstva u GPR-u 2020.</b>	<b>9.505.513 kn</b>
<b>Izmjene i dopune u GPR-u 2020.</b>	<b>3.365.196 kn</b>
<b>Nositelj:</b>	Sektor za promociju i oglašavanje Odjel za planiranje i promociju na tržištima

Sukladno planiranome, a prije početka pandemije bolesti COVID-19, realizirana je PPS kampanja na tržištu Švedske putem zakupa medija kroz online i offline kanale. Na ostalim tržištima (Njemačka,

Austrija, Italija, Poljska, Nizozemska, Švicarska) početak kampanja je odgođen zbog novonastale situacije s pandemijom bolesti COVID-19. U skladu s navedenim donesena je odluka da se aktivnost prve PPS kampanje neće zasebno provoditi već će se budžet pridodati budžetu za brend kampanju u sklopu aktivnosti stavke Opće oglašavanje i tržišne aktivnosti.

Odlukom Turističkog vijeća od 2. listopada 2020. osigurana su dodatna sredstva za potrebe oglašavanja jesenske kampanje tijekom listopada i studenog na nama najbitnijim emitivnim tržištima. U sklopu jesenske kampanje "Discover the colours of Croatia" planirano je provesti oglašavanje na tržištima Njemačke, Austrije, Poljske, Češke, Mađarske, Italije i Velike Britanije. Cilj kampanje je zadržati vidljivost Hrvatske na ključnim europskim tržištima. Promoviraju se proizvodi kultura, nautika, enogastronomija te priroda s naglaskom na kontinentalni dio Hrvatske i to putem oglašavanja na društvenim mrežama (Facebook, Instagram, YouTube), najčitanijim online portalima u obliku native članaka i display oglašavanja te u vodećim tiskanim izdanjima. Kampanja će se provoditi do kraja studenog.

### 3 Plan povećanja potrošnje po gostu (PCE plan)

<b>Planirana sredstva u GPR-u 2020.</b>	<b>10.843.000 kn</b>
<b>Izmjene i dopune GPR-a 2020.</b>	<b>1.184.174 kn</b>

#### 3.1 Razvoj premium ponude

<b>Planirana sredstva u GPR-u 2020.</b>	<b>1.831.000 kn</b>
<b>Izmjene i dopune GPR-a 2020.</b>	<b>322.211 kn</b>

**Nositelj:** Sektor za sustav TZ i razvoj proizvoda  
Odjel za razvoj proizvoda

Najznačajnije odstupanje na navedenoj stavci odnosi se na predmetnu suradnju s Michelin travel partnerom kojem će se, na temelju višegodišnjeg ugovora, plaćanje obveze za 2021., izvršiti u siječnju 2021., a ne u prosincu 2020. kao što je prvotno planirano, a zbog smanjenja prihoda HTZ-a uvjetovano pandemijom bolesti COVID-19. U tom smislu sredstva će se ciljano osigurati u Godišnjem programu rada za 2021.

Temeljem Odluke o stavljanje izvan snage Godišnjeg programa rada i financijskog plana za 2020. ,sve planirane aktivnosti su zaustavljene osim u dijelu koji se odnosi na dotad realizirane aktivnosti. Private Luxury Forumi na kojima je planiran nastup u suradnji sa Stories, a koji su se trebali u lipnju u Riviera Maya s agentima iz SAD-a, Kanade, Brazila i Meksika te u rujnu i listopadu na Tenerifima s agentima iz Europe, prenamijenjeni su u tjedan sastanaka Wyred World Autumn krajem studenog . Temeljem Ugovora s grupacijom Stories isplaćeno je avansno 50% iznosa za troškove organizacije nastupa.

#### 3.2 Razvoj kategorija proizvoda

<b>Planirana sredstva u GPR-u 2020.</b>	<b>9.012.000 kn</b>
<b>Izmjene i dopune GPR-a 2020.</b>	<b>861.963 kn</b>

**Nositelj:** Sektor za sustav TZ i razvoj proizvoda

##### 3.2.1 Razvoj kategorija proizvoda – opće

<b>Planirana sredstva u GPR-u 2020.</b>	<b>645.000 kn</b>
<b>Izmjene i dopune GPR-a 2020.</b>	<b>209.973 kn</b>

**Nositelj:** Sektor za sustav TZ i razvoj proizvoda  
Odjel za razvoj proizvoda



Aktivnosti planirane Godišnjim programom rada za 2020. godinu tj. suradnja s Kamping udruženjem Hrvatske i Hrvatskom gospodarskom komorom na Forumu obiteljskog smještaja nisu se realizirale sukladno financijskoj situaciji uvjetovane pandemijom bolesti COVID-19 i stavljanja izvan snage Godišnjeg programa rada za 2020. godinu zbog posebnih okolnosti.

Sukladno planiranome, u Godišnjem programu rada za 2020. godinu ostvarene su suradnje s ciljem razvoja kulturnog turizma i to na multimedijalnoj izložbi „Tragom hrvatske baštine“ te na projektu s Leksikografskim zavodom Miroslav Krleža koja je započeo u 2019. godini.

Ostale planirane aktivnosti se otkazuju ili odgađaju za 2021. godinu zbog smanjenja financijskih sredstava HTZ-a.

### 3.2.2 Razvoj kategorija proizvoda – EU fondovi

<b>Planirana sredstva u GPR-u 2020.</b>	<b>852.000 kn</b>
<b>Izmjene i dopune GPR-a 2020.</b>	<b>143.763 kn</b>
<b>Nositelj:</b>	Sektor za sustav TZ i razvoj proizvoda Odjel za EU i srodne projekte

U sklopu navedene aktivnosti najznačajnije odstupanje odnosi se na planirani projekt zajedničke promotivne kampanje Hrvatske turističke zajednice (HTZ), Slovenske turističke organizacije (STO) i European Travel Commission (ETC) Croatia & Slovenia: Full of ways to feel and explore“. U prvom kvartalu započelo se s organizacijom radionica za agente i turoperatore koje su se trebale održati u Sydneyju i Melbourneu u ožujku i travnju. U dogovoru s STO i ETC-om, u ožujku je aktivnost zaustavljena zbog izvanrednih okolnosti uzrokovanih pandemijom bolesti COVID-19. Posljedično, obustavljene su i ostale planirane projektne aktivnosti: suradnja s australskim influencerima i online kampanja u suradnji s jednom od vodećih australskih online turističkih agencija. Temeljem Odluke kojom je Turističko vijeće HTZ-a predložilo Skupštini HTZ-a stavljanje izvan snage Godišnjeg programa rada za 2020 odlučeno je da se projektne aktivnosti neće provoditi u 2020., već će se nastojati prolongirati za 2021. godinu.

Nakon što prolongacija aktivnosti u 2021. bude službeno potvrđena te potpisan aneks, krajem godine izradit će se novi projektni plan i hodogram te će se provesti potrebni postupci nabave. Financijska realizacija planira se u 2021. Međutim, očekuje se da će u 2020. ETC-u trebati refundirati trošak avansa za ugovorene B2B radionice.

Ostala odstupanja odnose se na projekt Medcycletour. Naime, aktivnosti organizacije eventa za potpisivanje Povelje EuroVelo8, izrada brošure o hrvatskom dijelu rute EV8 te održavanje postavljene pilot EV8 signalizacije neće se provesti u 2020. sukladno Odluci Turističkog vijeća HTZ-a, o stavljanju izvan snage Godišnjeg programa rada za 2020. zbog pandemije bolesti COVID-19.

### 3.2.3 Razvoj zdravstvenog turizma

<b>Planirana sredstva u GPR-u 2020.</b>	<b>250.000 kn</b>
<b>Izmjene i dopune GPR-a 2020.</b>	<b>0 kn</b>
<b>Nositelj:</b>	Sektor za sustav TZ i razvoj proizvoda Odjel za razvoj proizvoda

Sve aktivnosti planirane Godišnjim programom rada za 2020. na navedenoj stavci neće se realizirati u 2020. godini zbog smanjenja financijskih sredstava HTZ-a uvjetovano pandemijom bolesti COVID-19.

### 3.2.4 Razvoj poslovnog turizma

<b>Planirana sredstva u GPR-u 2020.</b>	<b>6.815.000 kn</b>
<b>Izmjene i dopune GPR-a 2020.</b>	<b>508.227 kn</b>
<b>Nositelj:</b>	Sektor za sustav TZ i razvoj proizvoda Kongresni odjel

#### 3.2.4.1 Kongresne i insentiv burze te poslovne prezentacije i radionice

<b>Planirana sredstva u GPR-u 2020.</b>	<b>4.635.000 kn</b>
<b>Izmjene i dopune GPR-a 2020.</b>	<b>228.691 kn</b>
<b>Nositelj:</b>	Sektor za sustav TZ i razvoj proizvoda Kongresni odjel

Sukladno Godišnjem programu rada za 2020. realiziran je nastup na kongresnoj burzi Conventa u Ljubljani od 22. do 23. siječnja 2020. godine. Zbog izvanrednih okolnosti, organizatori su otkazali kongresnu burzu IMEX u Frankfurtu koja se trebala održati u svibnju, a HTZ-u je izvršen povrat uplaćenih sredstava za zakup prostora u cijelosti. HTZ je odustao od nastupa na kongresnim burzama Barcelona IBTM World te Las Vegas IMEX America radi pandemije bolesti COVID-19, obzirom da se radi o zemljama koje su među najpogođenijim u svijetu (Španjolska, SAD).

Nastavno na planirane poslovne radionice u organizaciji predstavništva, u siječnju je realizirana radionica Meeting Matters predstavništva u Bruxellesu dok su druge planirane radionice otkazane.

Dio planiranih poslovnih radionica na već organiziranim susretima ponude i potražnje je realiziran - MCE Central & Eastern Europe u Beču, SMU (Successful Meetings University) u New Yorku te MEETEX - Croatian Meeting Experience Summit u Zagrebu. Druge planirane radionice otkazane su ili odgođene za 2021. godinu.

Iznimka je radionica M&I Wyred World Autumn 2020. koja će se realizirati sredinom studenog. Obzirom da je radionica organizirana virtualno, na taj način možemo sudjelovati i realizirati planirano.

### 3.2.4.2 Inspekcijska putovanja

<b>Planirana sredstva u GPR-u 2020.</b>	<b>380.000 kn</b>
<b>Izmjene i dopune GPR-a 2020.</b>	<b>15.710 kn</b>
<b>Nositelj:</b>	Sektor za sustav TZ i razvoj proizvoda Kongresni odjel

U prvom dijelu godine, sukladno planu, u ožujku je realizirano inspekcijsko putovanje međunarodne grupe kupaca u Istru i Kvarner. Do kraja godine ne planiraju se dodatna grupna putovanja zbog izvanrednih okolnosti. Odgađa se realizacija inspekcijskih putovanja domaćih i inozemnih pružatelja kongresnih usluga zbog izvanrednih okolnosti.

### 3.2.4.3 Suradnja sa specijaliziranim međunarodnim i domaćim organizacijama poslovnog turizma te strukovnim udrugama i institucijama

<b>Planirana sredstva u GPR-u 2020.</b>	<b>290.000 kn</b>
<b>Izmjene i dopune GPR-a 2020.</b>	<b>66.354 kn</b>
<b>Nositelj:</b>	Sektor za sustav TZ i razvoj proizvoda Kongresni odjel

Hrvatska turistička zajednica je član međunarodnih organizacija ICCA (International Congress & Convention Association), Strateške alijanse kongresnih gradova Europe, SITE (The Society of Incentive Travel Excellence) i domaće udruge HUKPT (Hrvatska udruga profesionalaca kongresnog turizma) te su obnovljena članstva u tim organizacijama i za 2020. godinu. Putem suradnje Strateške alijanse kongresnih gradova naručena je Oxford studija o utjecaju COVID-19 virusa na kongresnu industriju. Zbog nedostatka sredstava, nije se sudjelovalo na godišnjem ICCA i SITE kongresu, a sastanci Alijanse održavat će se do kraja godine online.

Nastavno na izvanredne okolnosti, odgađa se realizacija pilot projekta za praćenje i prikupljanje podataka o poslovnim skupovima u Hrvatskoj koja je planirana u suradnji s Državnim zavodom za statistiku ili samostalno.

Godišnjim programom rada planirana su sredstva za Ambassador program kako bi ambasadori mogli aktivno lobirati unutar svojih udruženja na odabiru Hrvatske kao destinacije za sljedeće kongrese koje organiziraju. Zbog okolnosti uvjetovane pandemijom bolesti COVID-19 aktivnosti nisu realizirane.

HUPKT svake godine organizira godišnji forum, radionice i certificiranje profesionalaca u poslovnom turizmu gdje će sudjelovati i djelatnici Kongresnog odjela.

Kongresni odjel u ovom trenutku vlastitim resursima provodi ažuriranje podataka kongresnih kapaciteta za potrebe internetske stranice.

#### 3.2.4.4 Poslovni skupovi u Hrvatskoj

<b>Planirana sredstva u GPR-u 2020.</b>	<b>1.510.000 kn</b>
<b>Izmjene i dopune GPR-a 2020.</b>	<b>197.472 kn</b>
<b>Nositelj:</b>	Sektor za sustav TZ i razvoj proizvoda Kongresni odjel

Do početka pandemije u ožujku pružena je podrška stručnim skupovima i to Hrvatskom ronilačkom kongresu i kongresnoj burzi Meetex, dok su u nastavku godine ostali skupovi odgođeni ili otkazani, bez novog datuma održavanja.

Skupovi koji su planirani u programu 2020., a nisu realizirani su: SKAL International Congress, prvi hrvatski međunarodni vojni zrakoplovni miting „CROIMAS 2020“, ministarska konferencija u Dubrovniku u okviru predsjedanja Hrvatske Vijećem Europske unije te drugi skupovi koji su se trebali održati s manjim financijskim sredstvima.

#### 3.2.5 Razvoj nautičkog turizma

<b>Planirana sredstva u GPR-u 2020.</b>	<b>450.000 kn</b>
<b>Izmjene i dopune GPR-a 2020.</b>	<b>0 kn</b>
<b>Nositelj:</b>	Sektor za sustav TZ i razvoj proizvoda Odjel za razvoj proizvoda

Sve aktivnosti planirane Godišnjim programom rada za 2020. na navedenoj stavci neće se realizirati u 2020. godini zbog smanjenja financijskih sredstava HTZ-a uvjetovano pandemijom bolesti COVID-19. Značajan razvoj proizvoda nautičkog turizma vršio se u 2020. kroz marketinške i PR aktivnosti.

#### 4 Plan podrške industriji (IS plan)

<b>Planirana sredstva u GPR-u 2020.</b>	<b>110.163.497 kn</b>
<b>Izmjene i dopune GPR-a 2020.</b>	<b>36.802.348 kn</b>

##### 4.1 Edukacija i program umrežavanja

<b>Planirana sredstva u GPR-u 2020.</b>	<b>19.738.483 kn</b>
<b>Izmjene i dopune GPR-a 2020.</b>	<b>10.560.989 kn</b>

**Nositelj:** Sektor za informacijske sustave  
Sektor za sustav TZ i razvoj proizvoda  
Sektor za poslovne komunikacije

##### 4.1.1. Istraživanje i diseminacija podataka

<b>Planirana sredstva u GPR-u 2020.</b>	<b>2.130.625 kn</b>
<b>Izmjene i dopune GPR-a 2020.</b>	<b>889.286 kn</b>

**Nositelj:** Sektor za informacijske sustave  
Odjel za istraživanje tržišta i analitiku

##### 4.1.1.1 Tematska istraživanja

<b>Planirana sredstva u GPR-u 2020.</b>	<b>765.625 kn</b>
<b>Izmjene i dopune GPR-a 2020.</b>	<b>152.948 kn</b>

**Nositelj:** Sektor za informacijske sustave  
Odjel za istraživanje tržišta i analitiku

U 2020. nastavljeno je provođenje istraživanja TOMAS Hrvatska kojem je cilj utvrditi stavove i potrošnju turista koji borave u Hrvatskoj tijekom cijele godine i na području cijele države. Terensko prikupljanje podataka, iako predviđeno da traje do kraja travnja zbog krize uzrokovane pandemijom bolesti COVID-19, završeno je 13. ožujka 2020. Finalni izvještaj, nažalost, nije obuhvatio podatke za razdoblje predsezona jer istraživanjem nije obuhvaćen najvažniji dio turističke predsezona tj. Uskršnji blagdani te je sukladno navedenom, tj. smanjenom obujmu istraživanja, ostvarena i manja financijska realizacija.

Sredstva inicijalno predviđena na poziciji, vezana uz pripremna istraživanja namijenjena izradi novog Strateškog marketinškog plana hrvatskog turizma, neće se realizirati. Značajne promjene na turističkom tržištu, kao i neizvjesnost vezana uz početak i dinamiku oporavka turističkog sektora, globalno i nacionalno, dodatni su razlog odgode početka projekta izrade novog Strateškog marketinškog plana hrvatskog turizma. Početak aktivnosti ovisi i o daljnjim odlukama tijela HTZ-a. Naime, prema članku 48. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, Skupština Hrvatske turističke zajednice raspisuje javni natječaj za izradu strateškog marketinškog i operativnog

plana hrvatskog turizma te odlučuje o ponudama po raspisanom javnom natječaju. Planirana sjednica Skupštine očekuje se tijekom prosinca.

#### 4.1.1.2 Redovna istraživanja

<b>Planirana sredstva u GPR-u 2020.</b>	<b>800.000 kn</b>
<b>Izmjene i dopune GPR-a 2020.</b>	<b>400.000 kn</b>
<b>Nositelj:</b>	Sektor za informacijske sustave Odjel za istraživanje tržišta i analitiku

U rujnu su započete pripreme kontinuiranog istraživanja Brand Tracking koje će se u 2020. provest s promijenjenim parametrima istraživanja (veći broj tržišta, manji sadržajni obujam istraživanja) te s glavnim ciljem istraživanja pozicije i interesa za odmorom u Hrvatskoj nakon promijenjenih okolnosti na tržištima uzrokovanih pandemijom bolesti COVID-19.

Obzirom na okolnosti i značajno promijenjene aktivnosti vezane uz promociju Hrvatske kao turističke destinacije u odnosu na ranija razdoblja/sezone, u ovoj godini ne planira se provođenje istraživanja učinkovitosti komunikacijskih aktivnosti.

#### 4.1.1.3 Pripreme i objave analiza vezanih uz istraživanje tržišta/market intelligence

<b>Planirana sredstva u GPR-u 2020.</b>	<b>75.000 kn</b>
<b>Izmjene i dopune GPR-a 2020.</b>	<b>35.796 kn</b>
<b>Nositelj:</b>	Sektor za informacijske sustave Odjel za istraživanje tržišta i analitiku

Navedena aktivnost nema značajnih odstupanja već su postignute financijske uštede. Tijekom godine izrađivali su se redovni mjesečnih statistički izvještaji. Uz redovna izvješća, pripreman je i niz materijala za potrebe HTZ-a, tijela HTZ-a, MINTS-a i drugih dionika. Planirano je redovno i ad-hoc izvješćivanje do kraja godine.

U prvom dijelu godine ukupno su objavljena 22 profila ključnih emitivnih tržišta. Uz pripremu redovnih i ad-hoc izvješća, do kraja godine planira se i objava različitih analiza turističkog prometa:

- Analiza sezonalnosti turističkog prometa u RH
- Analiza popunjenosti smještajnih kapaciteta
- Analiza turističkog prometa u segmentu nautičkog chartera
- Analiza turističkog prometa u segmentu kampinga
- Analiza prometa u segmentu obiteljskog smještaja
- Analiza turističkog prometa u segmentu hotela
- Analiza prometa zračnih luka Hrvatske
- Izrada i osvježavanje novih izdanja Profili tržišta i dr.

#### 4.1.1.4 Otkup analiza/studija/baza podataka i partnerski projekti

<b>Planirana sredstva u GPR-u 2020.</b>	<b>490.000 kn</b>
<b>Izmjene i dopune GPR-a 2020.</b>	<b>300.542 kn</b>
<b>Nositelj:</b>	Sektor za informacijske sustave Odjel za istraživanje tržišta i analitiku

Zbog smanjenih prihoda i značajno promijenjenih tržišnih okolnosti u ovoj godini neće se provoditi otkupi analiza, studija ili baza podataka.

U siječnju 2020. potpisan je Ugovor podrški projektu Benchmarking poslovanja subjekata u turizmu (s Fakultetom za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu iz Opatije), čime je nastavljena višegodišnja suradnja na istom. Obzirom na okolnosti vezane uz pandemiju bolesti COVID-19, krajem travnja je dogovoreno kako zbog smanjenih prihoda HTZ u ovoj godini neće sufinancirati provedbu projekta.

Uslijed promijenjenih okolnosti vezanih uz pandemiju bolesti COVID-19, s izvršiteljem projekta dogovoreno je kako zbog smanjenih prihoda HTZ u ovoj godini neće sufinancirati provođenje druge faze projekta te se aktivnosti inicijalno planirane u ovoj godini prebacuju u 2021. godinu.

HTZ sudjeluje u radu radnih skupina ETC-a Market Intelligence Group i Market Intelligence Committee. U veljači je realizirano sudjelovanje na godišnjem sastanku Market Intelligence Group, dok je HTZ ujedno i partner na projektu izrade novog priručnika „Handbook on Forecasting Methodology in Tourism“, što uključuje stručnu pomoć i superviziju svih faza provedbe projekta bez financijskih obveza (u prvom kvartalu realizirano je sudjelovanje u odabiru konzultanta za izradu priručnika). Do kraja godine planirano je sudjelovanje u daljnjim projektima ETC-a (tekućim i novim), u dijelu gdje je suradnja potrebna u skladu s ranije preuzetim ulogama, prema potrebi (sve bez financijskih troškova), npr. kvartalni virtualni sastanci Market Intelligence Committee-a, supervizija izrade priručnika o prognostičkim metodama čije finaliziranje se očekuje krajem odnosno početkom sljedeće godine, suradnja na programima istraživanja ETC i dr.

Također, ugovorena je suradnja s Turističkom zajednicom grada Hvara na projektu integralnog upravljanja kvalitetom destinacije grada Hvara te se do kraja godine očekuje podmirenje ugovorne obveze.

U kriznim okolnostima izazvanim pandemijom bolesti COVID-19, realizirana je nabava analize „Mjere turističkog marketinga u kontekstu krize izazvane pandemijom bolesti COVID-19“ namijenjene provedbi marketinških aktivnosti HTZ-a tijekom ostatka godine te planiranju aktivnosti u 2021. Obzirom na okolnosti koje se tijekom izrade plana za 2020. nisu mogle predvidjeti, navedena analiza nije bila planirana te su za istu osigurana sredstva uštedama na drugima analizama/istraživanjima.

Analiza karakteristika obiteljskog smještaja kao podloga za brendiranje obiteljskog smještaja neće se provesti u 2020. godini zbog smanjenih prihoda i posebnih okolnosti uvjetovano pandemijom bolesti COVID-19.

#### 4.1.2 eVisitor i ostala poslovna rješenja

<b>Planirana sredstva u GPR-u 2020.</b>	<b>2.023.000 kn</b>
<b>Izmjene i dopune GPR-a 2020.</b>	<b>1.546.814 kn</b>
<b>Nositelj:</b>	Sektor za informacijske sustave Odjel za eVisitor i aplikativna rješenja

##### 4.1.2.1 eVisitor (nadogradnja funkcionalnosti i redovno održavanje)

<b>Planirana sredstva u GPR-u 2020.</b>	<b>1.700.000 kn</b>
<b>Izmjene i dopune GPR-a 2020.</b>	<b>1.543.750 kn</b>
<b>Nositelj:</b>	Sektor za informacijske sustave Odjel za eVisitor i aplikativna rješenja

Unatoč izvanrednim okolnostima uvjetovano pandemijom bolesti COVID-19, planirane aktivnosti na navedenoj stavci su se realizirale uz manja financijska odstupanja. Naime, povećanje realizacije ostvareno je uslijed neplanirane aktivnosti izrade portala nautika.evisitor.hr za prijavu i naplatu turističke pristojbe te obračun turističke pristojbe za osobe koje borave na plovilu (nautičari). S navedenim projektom se krenulo kako bi se čim više spriječio fizički odlazak nautičara u lučke kapetanije/ispostave koje su do tada bile jedino mjesto za reguliranje plaćanja turističke pristojbe. Također, ostvarene su i uštede uslijed ugovaranja konzultantskih usluge za potrebe razvoja sustava eVisitor samo za razdoblje od 1. kolovoza do 31. prosinca 2020. godine.

Smanjenje ostalih troškova odnosi se na prevoditeljske usluge i troškove službenih putovanja kao posljedica utjecaja izvanredne situacije s pandemijom bolesti COVID-19, odnosno smanjenog broja službenih putovanja, sudjelovanja na konferencijama i slično.

Sukladno planiranome implementirane su nove funkcionalnosti eVisitor sustava. Odrađene su redovite aktivnosti održavanja sustava u cilju održavanja funkcionalnosti i visoke razine dostupnosti sustava. Do kraja 2020. godine planiraju se nastaviti aktivnosti implementacije novih funkcionalnosti i redovite aktivnosti održavanja sustava. Do kraja 2020. godine planira se nadograditi aplikacija za online naplatu turističke pristojbe za nautičare.

##### 4.1.2.2 ePrijave

<b>Planirana sredstva u GPR-u 2020.</b>	<b>223.000 kn</b>
<b>Izmjene i dopune GPR-a 2020.</b>	<b>3.064 kn</b>
<b>Nositelj:</b>	Sektor za informacijske sustave Odjel za eVisitor i aplikativna rješenja

Zbog smanjenja financijskih sredstava HTZ-a uvjetovano pandemijom bolesti CovidCOVID-19., u 2020. planira se samo održavanje sustava ePrijave.



#### 4.1.2.3 Intranet HTZ-a

<b>Planirana sredstva u GPR-u 2020.</b>	<b>100.000 kn</b>
<b>Izmjene i dopune GPR-a 2020.</b>	<b>0 kn</b>
<b>Nositelj:</b>	Sektor za informacijske sustave Odjel za eVisitor i aplikativna rješenja

Tijekom godine odustalo se od navedenog projekta obzirom da je internim resursima Odjela za informatičku podršku napravljeno besplatno rješenje koje u velikoj mjeri odgovara zahtjevima organizacije (arhiva, adresar, oglasna ploča, razmjena i pohrana dokumenata).

#### 4.1.3 EDEN

<b>Planirana sredstva u GPR-u 2020.</b>	<b>212.500 kn</b>
<b>Izmjene i dopune GPR-a 2020.</b>	<b>159.597 kn</b>
<b>Nositelj:</b>	Sektor za sustav TZ i razvoj proizvoda Odjel za EU i srodne projekte

U okviru navedene stavke došlo je do odstupanja u odnosu na plan u dijelu aktivnosti koje se odnose na organizaciju godišnjeg sastanaka nacionalne EDEN mreže koji je otkazan sukladno Odluci Turističkog vijeća HTZ-a kojom je stavljen izvan snage Godišnji programa rada za 2020. zbog pandemije bolesti COVID-19. Sudjelovanje na sastanku međunarodne EDEN mreže u Bruxellesu je otkazano radi okolnosti uzrokovanih pandemijom bolesti COVID-19.

U cilju što kvalitetnije promocije EDEN destinacija više sredstava utrošeno je za digitalno oglašavanje i izradu promotivne brošure.

#### 4.1.4 Nagrađivanje izvrsnosti i dostignuća turističkih destinacija

<b>Planirana sredstva u GPR-u 2020.</b>	<b>150.000 kn</b>
<b>Izmjene i dopune GPR-a 2020.</b>	<b>3.611 kn</b>
<b>Nositelj:</b>	Sektor za sustav TZ i razvoj proizvoda Odjel za potporu i koordinaciju TZ

Aktivnosti nagrađivanja izvrsnosti i dostignuća turističkih destinacija neće se provoditi na način predviđen Godišnjim programom rada za 2020. sukladno Odluci Turističkog vijeća HTZ-a kojom je stavljen izvan snage Godišnji programa rada za 2020. zbog pandemije bolesti COVID-19. U okviru nagrađivanja izvrsnosti i dostignuća turističkih destinacija objavit će se javni natječaj za dodjelu nagrada u kategoriji Čovjek – ključ uspjeha, Djelatnik godine i javni natječaj za dodjelu Godišnje nagrade „Anton Štifanić“ i Nagrade za životno djelo što ne iziskuje financijska sredstva.

Troškovi nagrađivanja i dostignuća turističkih destinacija odnose se na troškove smještaja i reprezentacije članova Povjerenstva za odabir Najuspješnije destinacije kontinentalne Hrvatske u 2019. obzirom da je hotelska tvrtka zakasnila s ispostavom računa.

#### 4.1.5 Dani hrvatskog turizma (DHT)

<b>Planirana sredstva u GPR-u 2020.</b>	<b>790.000kn</b>
<b>Izmjene i dopune GPR-a 2020.</b>	<b>300.000 kn</b>
<b>Nositelj:</b>	Sektor za poslovne komunikacije Odjel za posebne prezentacije i događanja

Očekivana realizacija do kraja godine iznosi 300.000 kn. Manifestacija Dani hrvatskog turizma u svom tradicionalnom obliku je otkazana sukladno Odluci Turističkog vijeća HTZ-a kojom je stavljen izvan snage Godišnji programa rada za 2020. zbog pandemije bolesti COVID-19. No, obzirom na potrebu održavanja kontinuiteta i tradicije te zahvale pojedincima koji su doprinijeli uspješnoj realizaciji turističke 2020. godine, za kraj godine planira se organizacija Dana hrvatskog turizma, odnosno dodjela nagrada Čovjek ključ uspjeha i Anton Štifanić u izmijenjenom konceptu baziranom na specijaliziranoj TV emisiji sukladno trenutnoj epidemiološkoj situaciji. Kao suorganizatori u realizaciji projekta uz HTZ, MINTS i HGK, sudjelovat će i HRT.

#### 4.1.6 Hrvatski digitalni turizam (HDT)

<b>Planirana sredstva u GPR-u 2020.</b>	<b>14.432.358 kn</b>
<b>Izmjene i dopune GPR-a 2020.</b>	<b>7.661.681 kn</b>
<b>Nositelj:</b>	Sektor za sustav TZ i razvoj proizvoda Odjel za EU i srodne projekte

Izmjene i dopune unutar navedenog projekta Hrvatskog digitalnog turizma nalaze se u nastavku te su pojašnjena sva odstupanja prema pojedinima dijelovima projekta (nabavama):

##### **Izrada projektnog zadatka i detaljnih specifikacija za nadogradnju eVisitor sustava**

Na stavci je ostvarena ušteda jer je vrijednost sklopljenog ugovora niža od procijenjene vrijednosti nabave.

##### **Praćenje i evaluacija izvedene prilagodbe eVisitor sustava**

Na stavci je ostvarena ušteda jer je vrijednost sklopljenog ugovora niža od procijenjene vrijednosti nabave. Također, aktivnost se u cijelosti prolongira u 2021. budući da se terminski i sadržajno nadovezuje na programiranje druge nadogradnje sustava eVisitor.

##### **Nabava usluge nadogradnje eVisitor sustava**

Budući da se odabir i sklapanje ugovora s izvršiteljem planira sredinom IV. kvartala, aktivnost se najvećim dijelom prolongira u 2021. kada se očekuje i početak financijske realizacije.

### **Nabava informatičke opreme (monitori i prijenosna računala)**

Došlo je do odstupanja, tj. povećanja u odnosu na plan za 2020. jer je oprema isporučena i u cijelosti plaćena u 2020., a ne u 2019. kako je bilo planirano Izmjenama i dopunama Godišnjeg programa rada za 2019.

### **Praćenje i evaluacija uspostave informacijskog sustava za javne e-usluge u turizmu - turističko informacijski portal - Grupa 2**

Do odstupanja u odnosu na plan došlo je zbog terminske prilagodbe procesu programiranja turističko-informacijskog portala [croatia.hrzbog](http://croatia.hrzbog) čega će financijska realizacija do kraja 2020. biti manja od planirane. Također, očekuje se sklapanje Aneksa ugovora s Izvršiteljem te djelomična prolongacija aktivnosti u 2021.

### **Izrada smjernica za vizualni identitet i imenovanje aplikacije za javne e-Usluge (Turističko-informacijski portal) u turizmu na regionalnoj razini**

Na stavci je ostvarena ušteda u odnosu na plan za 2020. jer je vrijednost sklopljenog ugovora niža od procijenjene vrijednosti nabave. Nadalje, očekuje se sklapanje Aneksa ugovora s Izvršiteljem čime se provedba posljednje faze aktivnosti prolongira u 2021., a sukladno tome i financijska realizacija.

### **Nabave usluge izrade web turističko-informacijskog sustava te izrade karakterističnih stranica sučelja aplikacija za javne e-usluge u turizmu uz primjenu vizualnog identiteta i naziva aplikacija (TIP, prijava i odjava gostiju)**

Na stavci je ostvarena ušteda u odnosu na plan za 2020. jer je vrijednost sklopljenog ugovora niža od procijenjene vrijednosti nabave. Nadalje, očekuje se sklapanje Aneksa ugovora s Izvršiteljem čime se provedba posljednje faze aktivnosti prolongira u 2021., a sukladno tome i financijska realizacija.

### **Nabava uspostave IT sustava - upravljanje bazama podataka potrebnih za uspostavu javnih e-usluga (turističko informacijski portal)**

Na stavci je ostvarena ušteda u odnosu na plan za 2020. jer je vrijednost sklopljenog ugovora niža od procijenjene vrijednosti nabave.

### **Izrada projektnog zadatka i detaljnih tehničkih specifikacija za mobilnu aplikaciju za odabrane prioritetne oblike turizma za promociju hrvatskog turizma s modulima**

Do odstupanja u odnosu na plan za 2020. došlo je zbog dužeg procesa usuglašavanja i dorađivanja natječajne dokumentacije. Aktivnost se prolongira u 2021. kada se očekuje i financijska realizacija.

### **Razvoj i stavljanje u funkciju te vizualni dizajn mobilne aplikacije uključujući razvoj korisničkog priručnika**

Aktivnost se u cijelosti prolongira u 2021. jer provedba ovisi o isporuci usluge u sklopu aktivnosti „Izrada projektnog zadatka i detaljnih tehničkih specifikacija za mobilnu aplikaciju za odabrane prioritetne oblike turizma za promociju hrvatskog turizma s modulima“.

### **Usluge prijevoda sučelja mobilne aplikacije za odabrane prioritetne oblike turizma za promociju hrvatskog turizma s modulima (ESF)**

Do odstupanja u odnosu na plan za 2020. došlo je zbog dužeg procesa usuglašavanja natječajne dokumentacije. Aktivnost se prolongira u 2021. kada se očekuje i početak financijske realizacije.

#### **Prijevod sadržaja aplikacija (na 10 jezika)**

Na stavci je ostvarena ušteda u odnosu na plan za 2020. jer je vrijednost sklopljenog ugovora niža od procijenjene vrijednosti nabave. Također, očekuje se sklapanje Aneksa ugovora kojim se aktivnost operativno i financijski prolongira u 2021.

#### **Pravno savjetovanje - ugovori za izradu aplikacija**

Došlo je do odstupanja tj. povećanja u odnosu na plan za 2020. radi prolongacije postupaka nabave na koje se pravno savjetovanje odnosi (ugovori za programiranje portala croatia.hr te programiranje nadogradnje sustava eVisitor). Slijedom navedenog, aktivnost nije jednim dijelom izvršena u 2019., kako je bilo planirano Izmjenama i dopunama Godišnjeg programa rada za 2019., već je u cijelosti realizirana u 2020.

#### **Uspostava procesa certificiranja za sigurnost sustava te za korištenje osoba s invaliditetom (ERDF)**

Aktivnost će se prolongirati u 2021. obzirom da je sadržajno i terminski vezana za zadnju fazu programiranja turističko-informacijskog sustava croatia.hr te programiranja druge nadogradnje sustava eVisitor.

#### **Uspostava procesa certificiranja za sigurnost sustava te za korištenje osoba s invaliditetom (ESF)**

Aktivnost se u cijelosti prolongira za 2021. jer je sadržajno i terminski povezana s provedbom aktivnosti „Razvoj i stavljanje u funkciju te vizualni dizajn mobilne aplikacije uključujući razvoj korisničkog priručnika“.

## **4.2 Sajmovi i prezentacije**

**Planirana sredstva u GPR-u 2020. 17.030.000 kn**

**Izmjene i dopune GPR-a 2020. 7.523.984 kn**

**Nositelj:** Sektor za brend/ Sektor za poslovne komunikacije  
Odjel za sajmove i poslovne radionice/  
Odjel za posebne prezentacije i događanja

### **4.2.1 Sajmovi**

**Planirana sredstva u GPR-u 2020. 14.530.000 kn**

**Izmjene i dopune GPR-a 2020. 6.909.984 kn**

**Nositelj:** Sektor za brend  
Odjel za sajmove i poslovne radionice

#### 4.2.1.1 Sajamski nastupi Glavnog ureda HTZ-a

<b>Planirana sredstva u GPR-u 2020.</b>	<b>13.530.000 kn</b>
<b>Izmjene i dopune GPR-a 2020.</b>	<b>6.450.175 kn</b>
<b>Nositelj:</b>	Sektor za brend Odjel za sajmove i poslovne radionice

Očekivana realizacija do kraja godine odnosi se na sajamske nastupe realizirane u I. kvartalu, na planirani sajam WTM Virtual u studenom 2020. godine te zakupe prostora na sajmovima u sljedećoj godini. Slijedom okolnosti uzrokovanih pandemijom bolesti COVID-19 te Odlukom Turističkog vijeća kojom se Skupštini predlaže stavljanje Godišnjeg programa rada za 2020. izvan snage, navedena aktivnost ostvarit će se u znatno manjem obujmu.

Godišnjim programom rada predviđeno je 17 sajamskih nastupa HTZ-a. U prva tri mjeseca realizirano je 11 sajamskih nastupa. Sajam ITB u Berlinu otkazan je od strane organizatora nekoliko dana prije početka, a od strane organizatora otkazan je i sajam ATM u Dubaiju. Sredstva uplaćena za sajam ATM Dubai, organizator sajma ponudio je izlagačima da realociraju za troškove zakupa prostora za sajam WTM u Londonu. Nadalje, zbog pandemije bolesti COVID-19, otkazani su nastupi na sajmovima TOP RESA u Parizu, TTG u Riminiju, ITB Asia u Singapuru i Salon Nautique u Parizu.

Do kraja 2020. u planu je održavanje sajma WTM Virtual u periodu 9. do 11. studenog 2020. Osim navedenog sajma, predviđeno je plaćanja zakupa za sajmove koji će se održati u prvom kvartalu 2021. godine. U slučaju da se zbog okolnosti uzrokovanih pandemijom bolesti COVID-19 sredstva ne utroše, potrebno ih je prenijeti u 2021. godinu. Odlukom Turističkog vijeća potpisan je ugovor kojim se planira da Hrvatska turistička zajednica bude zemlja partner sajma f.re.e. München u 2021. godini što je iznimno važno zbog značaja ovog sajma i važnosti njemačkog tržišta za turizam u Hrvatskoj.

#### 4.2.1.2 Sajamski nastupi predstavništava HTZ-a

<b>Planirana sredstva u GPR-u 2020.</b>	<b>1.000.000 kn</b>
<b>Izmjene i dopune GPR-a 2020.</b>	<b>459.809 kn</b>
<b>Nositelj:</b>	Sektor za brend Odjel za sajmove i poslovne radionice

Godišnjim programom rada za 2020. planirano je ukupno 25 sajмова predstavništava, od toga tijekom 2020. realizirano je 11 sajмова u organizaciji predstavništava HTZ-a.

U prvom kvartalu planirano je sudjelovanje i na sajmovima MAP u Parizu i BMT u Napulju, no navedeni sajmovi su, obzirom na globalnu situaciju uzrokovanu pandemijom bolesti COVID-19, otkazani. Predstavništvo u Italiji je također odustalo od sudjelovanja na sajmu Roma Travel Show zbog nedovoljnog interesa inozemnih turističkih predstavništava za nastup na istome.

Zbog okolnosti uzrokovanih pandemijom bolesti COVID-19, otkazani su nastupi na ITB Shanghai, manifestaciji „Rođendan hamburške luke“ koja se trebala održati, u svibnju, te sajmu kružnih putovanja Miami Seatrade Cruise global koji je bio predviđen za travanj.

Do kraja 2020. očekuje se početak zakupa prostora za nastupe na sajmovima u sljedećoj godini za što su predviđena preostala sredstva u budžetu. Realizacija će ovisiti o epidemiološkoj situaciji na pojedinom tržištu, odnosno odlukama organizatora o načinu i vremenu održavanja sajмова.

#### 4.2.2 Posebne prezentacije na tržištima

<b>Planirana sredstva u GPR-u 2020.</b>	<b>2.500.000 kn</b>
<b>Izmjene i dopune GPR-a 2020.</b>	<b>614.000 kn</b>
<b>Nositelj:</b>	Sektor za poslovne komunikacije Odjel za posebne prezentacije i događanja

Dio planiranih prezentacija se redovno održao početkom godine, a zbog okolnosti uzrokovanih pandemijom bolesti COVID-19 te sukladno Odluci Turističkog vijeća HTZ-a kojom je stavljen izvan snage Godišnji programa rada za 2020. zbog pandemije bolesti COVID-19, predstavništva su otkazala sve vrste prezentacija. Iznimka su prezentacije u Rusiji koje su uplaćene početkom godine, a za koje je izvjesno da će se ipak moći održati do kraja godine. Također, prezentacije u Italiji su naknadno ponovno odobrene obzirom da su se za to stvorili uvjeti.

Od planiranih 86 prezentacija tijekom 2020., realizirano je 14 prezentacija u inozemstvu u organizaciji predstavništava.

#### 4.3 Studijska putovanja inozemnih agenata

<b>Planirana sredstva u GPR-u 2020.</b>	<b>1.150.000 kn</b>
<b>Izmjene i dopune GPR-a 2020.</b>	<b>78.000 kn</b>
<b>Nositelj:</b>	Sektor za brend Odjel za sajmove i poslovne radionice

U suradnji s predstavništvima HTZ-a, sustavom turističkih zajednica te gospodarskim subjektima, Odjel za sajmove i poslovne radionice organizira studijska putovanja inozemnih agenata (prodajnog osoblja, vlasnika agencija i donositelja odluka). Realizirana su 3 studijska putovanja prema Modelu 2 i to za 2 inozemna agenta iz Singapura, 2 agenta iz SAD -a te 2 agenta iz Francuske. Prema Modelu 1 realizirana su studijska putovanja za 40 agenata Slovačke agencije Aquamarin, 20 agenata ukrajinskog turoperatora ALF tour te za 13 agenata turoperatora TUI Lyubosvit iz Ukrajine.

Zbog izvanrednih okolnosti uzrokovanih pandemijom bolesti COVID-19, nedostatka raspoloživih sredstava te ograničenja kretanja sukladno epidemiološkoj situaciji, organizacija ostalih studijskih putovanja agenata u 2020. godini je otkazana.

#### 4.4 Buy&sell radionice

Planirana sredstva u GPR-u 2020. **1.385.000 kn**

Izmjene i dopune u GPR-u 2020. **57.735 kn**

Nositelj: Sektor za brend  
Odjel za sajmove i poslovne radionice

#### 4.4.1 Buy radionice

Planirana sredstva u GPR-u 2020. **505.000 kn**

Izmjene i dopune GPR-a 2020. **0 kn**

Nositelj: Sektor za brend  
Odjel za sajmove i poslovne radionice

Zbog izvanrednih okolnosti uzrokovanih pandemijom bolesti COVID-19, nedostatka raspoloživih financijskih sredstava te ograničenja kretanja sukladno epidemiološkoj situaciji, organizacija planiranih Buy Croatia radionica se za 2020. godinu otkazuje.

#### 4.4.2 Sell radionice

Planirana sredstva u GPR-u 2020. **880.000 kn**

Izmjene i dopune GPR-a 2020. **57.735 kn**

Nositelj: Sektor za brend  
Odjel za sajmove i poslovne radionice

Godišnjim programom rada u 2020. godini planirano je ukupno 17 poslovnih radionica, no do kraja godine ne planira se njihova realizacija. Zbog pandemije bolesti COVID19, u prvom dijelu godine otkazano je šest radionica u fazi pripreme (Prag – nautika, Kijev, London – nautika, Sydney, Melbourne i Auckland), te su nastali određeni troškovi za koje nije moguće dobiti povrat.

#### 4.5 Tržišne i druge aktivnosti s javnim i privatnim sektorom

Planirana sredstva u GPR-u 2020. **34.295.014 kn**

Izmjene i dopune GPR-a 2020. **8.898.647 kn**

Nositelj: Sektor za strateške projekte/Ured direktora/  
Sektor za sustav TZ i razvoj proizvoda

#### 4.5.1 Posebni promotivni i drugi strateški projekti

<b>Planirana sredstva u GPR-u 2020.</b>	<b>30.012.014 kn</b>
<b>Izmjene i dopune GPR-a 2020.</b>	<b>8.246.357 kn</b>
<b>Nositelj:</b>	Sektor za strateške projekte Odjel za udružene i strateške projekte

Hrvatska turistička zajednica je u kolovozu objavila javni poziv za provedbu strateških promotivnih kampanja na emitivnim tržištima u 2020. godinu te su sredstva dodijeljena sukladno odluci Turističkog vijeća.

Nakon izbijanja pandemije bolesti COVID-19 tijekom ožujka partneri su obaviješteni o prekidu svih marketinških aktivnosti te su sukladno odluci Turističkog vijeća o stavljanu izvan snage Godišnjeg programa rada za 2020. godinu i prihvaćanja troškova vezanih samo uz potvrđene aktivnosti s partnerima prihvaćeni samo troškovi realiziranih aktivnosti, odnosno prethodno preuzetih obveza koje se nisu mogle otkazati.

Turističko vijeće je u srpnju donijelo odluku o odobrenju dodatnih sredstava za nove zajedničke aktivnosti s partnerima i turističkim zajednicama zbog iznimne situacije na tržištu uslijed pandemije bolesti COVID-19 i potrebe da se dodatno ojača promocija Hrvatske. U skladu s tim, pripremljeno je 15 ugovora s regionalnim turističkim zajednicama, 6 s lokalnim turističkim zajednicama te 15 ugovora s partnerima. Ugovoreni iznos manji je od odobrenog nakon usuglašavanja planova ili manje realizacije, a konačna realizacija ovisit će o provedbi aktivnosti.

#### 4.5.2 Potpore TOP događanjima

<b>Planirana sredstva u GPR-u 2020.</b>	<b>2.505.000 kn</b>
<b>Izmjene i dopune GPR-a 2020.</b>	<b>151.886 kn</b>
<b>Nositelj:</b>	Sektor za strateške projekte Odjel za posebne marketinške projekte

Hrvatska turistička zajednica provela je Javni poziv za dodjelu bespovratnih novčanih sredstava za TOP događanja u 2020. na teritoriju Republike Hrvatske, s ciljem dolaska turista u destinaciju. Potporu su ostvarila 23 događaja u ukupnom iznosu od 2.970.000,00 kn.

Zbog globalne krize uzrokovane pandemijom bolesti COVID-19 i nastalih poteškoća u poslovanju, sukladno Odluci Turističkog vijeća HTZ-a, kojom je stavljen izvan snage Godišnji programa rada za 2020. zbog pandemije bolesti COVID-19, izvan snage stavljene su i aktivnosti vezane uz provedbu javnih poziva. Temeljem te Odluke sve planirane aktivnosti su obustavljene osim u dijelu koji se odnosi na do tad realizirane aktivnosti.



U skladu s navedenom Odlukom, Ugovor je sklopljen samo s Turističkom zajednicom grada Rijeke za manifestaciju Riječki karneval koji je održan u veljači za čiju su realizaciju isplaćena sredstva u iznosu od 150.000 kn. Preostali realizirani trošak odnosi se na putne troškove članova Povjerenstva.

#### 4.5.3 Koordinacija rada TZ

**Planirana sredstva u GPR-u 2020.** **1.778.000 kn**

**Izmjene i dopune GPR-a 2020.** **500.404 kn**

**Nositelj:** Sektor za sustav TZ i razvoj proizvoda/ Ured direktora  
Odjel za potporu i koordinaciju TZ  
Stručna služba za financije i računovodstvo

##### 4.5.3.1 Koordinacija sustava TZ

**Planirana sredstva u GPR-u 2020.** **1.580.000 kn**

**Izmjene i dopune GPR-a 2020.** **500.404 kn**

**Nositelj:** Sektor za sustav TZ i razvoj proizvoda  
Odjel za potporu i koordinaciju TZ

Do razlike između planiranih i realiziranih aktivnosti u najvećem dijelu došlo je zbog sklapanja Aneksa Sporazuma o suradnji na provedbi projekta „Sigurna turistička sezona“ kojim se 600.000,00 kn prenosi u 2021. godinu. Naime, zbog pandemije bolesti COVID-19 u provedbi predmetnog projekta sudjelovao je manji broj inozemnih policijskih službenika pa su posljedično tome ostvareni i manji troškovi smještaja i prehrane. Aneksom Sporazuma, odobravaju se troškovi nabave vozila kojeg će MUP koristiti u svrhu provedbe projekta u narednom razdoblju te ostali troškovi povezani s osiguranjem vidljivosti projekta.

Također, na odstupanja u realizaciji u ovoj stavci utjecalo je i sklapanje Aneksa Sporazuma o suradnji s HGSS-om kojim se prolongira doznaka sredstava u iznosu od 150.000,00 kn u 2021. temeljem Odluke kojom Turističko vijeće HTZ-a predlaže Skupštini HTZ-a stavljanje izvan snage Godišnji program rada za 2020. godinu zbog nepovoljnih okolnosti vezanih uz pandemiju bolesti COVID-19.

Sukladno Odluci Turističkog vijeća HTZ-a, kojom je stavljen izvan snage Godišnji programa rada za 2020. zbog pandemije bolesti COVID-19, nisu se realizirale aktivnosti labelinga privatnog smještaja što je također utjecalo na odstupanja u realizaciji u ovoj stavci u odnosu na prvobitni plan.

#### 4.5.3.2 Suradnja s inspekcijskim tijelima

<b>Planirana sredstva u GPR-u 2020.</b>	<b>198.000 kn</b>
<b>Izmjene i dopune GPR-a 2020.</b>	<b>0 kn</b>
<b>Nositelj:</b>	Ured direktora Stručna služba za financije i računovodstvo

Zbog okolnosti vezanih uz proglašenja pandemije bolesti Covid-19 te smanjenja financijskih sredstava, HTZ neće kao prijašnjih godina sufinancirati troškove smještaja i prijevoza državnih inspektora. Dodatno, usvajanjem Zakona o dopunama Zakona o turističkoj pristojbi (NN 32/20) u uvjetima posebnih okolnosti nadležni inspektori neće podnositi optužne prijedloge za pokretanje prekršajnih postupaka odnosno izdavanje prekršajnih naloga, niti naplaćivati novčanu kaznu na mjestu izvršenja prekršaja za obveznike turističke pristojbe.

#### 4.6 Razvoj DMC

<b>Planirana sredstva u GPR-u 2020.</b>	<b>4.250.000 kn</b>
<b>Izmjene i dopune GPR-a 2020.</b>	<b>1.906.341 kn</b>
<b>Nositelj:</b>	Sektor za sustav TZ i razvoj proizvoda Odjel za razvoj proizvoda

Sukladno Odluci Turističkog vijeća HTZ-a, kojom je stavljen izvan snage Godišnji programa rada za 2020. zbog pandemije bolesti COVID-19, izvan snage stavljena je provedba javnog poziva za potpore DMK 2020. Godišnjim programom rada za 2020., osim javnog poziva, planirala se i suradnja s Udrugom hrvatskih putničkih agencija (UHPA) na projektu razvoja destinacijskih menadžment kompanija kroz niz aktivnosti koje se, obzirom na prethodna obrazloženja i okolnosti, neće provoditi. Isto se odnosi i na ostale aktivnosti vezane uz razvoj DMK kao i organizaciju DMK foruma.

#### 4.7 Razvoj DMO

<b>Planirana sredstva u GPR-u 2020.</b>	<b>22.400.000 kn</b>
<b>Izmjene i dopune GPR-a 2020.</b>	<b>2.385.901 kn</b>
<b>Nositelj:</b>	Sektor za sustav TZ i razvoj proizvoda

#### 4.7.1 Edukacija za turističku industriju

**Planirana sredstva u GPR-u 2020.** **100.000 kn**

**Izmjene i dopune GPR-a 2020.** **20.000 kn**

**Nositelj:** Sektor za sustav TZ i razvoj proizvoda  
Odjel za potporu i koordinaciju TZ

Odstupanja u ovoj stavci rezultat su Odluke Turističkog vijeća HTZ-a, donesene 14. travnja na 65. sjednici, kojom je Skupštini HTZ-a predloženo stavljanje izvan snage GPR-a za 2020. zbog pandemije bolesti COVID-19.

Troškovi u ovoj stavci odnose se na suradnju HTZ-a i Turističke zajednice grada Raba u pogledu održavanja ciklusa edukativnih radionica za male iznajmljivače s područja grada Raba održane u veljači 2020.

#### 4.7.2 Javni natječaj/i financirani iz Fonda za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent i Fonda za udružene turističke zajednice

**Planirana sredstva u GPR-u 2020.** **22.000.000 kn**

**Izmjene i dopune GPR-a 2020.** **2.001.009 kn**

**Nositelj:** Sektor za sustav TZ i razvoj proizvoda  
Odjel za potporu i koordinaciju TZ

Sredstva u ovoj stavci nisu utrošena obzirom da u 2020. godini nisu doneseni pravilnici kojima se definira raspodjela sredstava iz Fonda za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent i iz Fonda za udružene turističke zajednice. Sredstva iz naprijed navedenih fondova koja su prikupljena u 2020. godini planiraju se utrošiti u 2021. godini za što će se raspisati javni pozivi kada stupe na snagu pravilnici koje donosi Ministarstvo turizma i sporta.

Troškovi u ovoj stavci odnose se na doznaku turističkim zajednicama županija koje su u 2019. ostvarile izvorne prihode od turističke pristojbe i članarine manje od 500.000,00 kn kao razliku do iznosa od 500.000,00 kn u skladu s člankom 12. stavkom 6. Zakona o članarinama u turističkim zajednicama (NN 52/19).

#### 4.7.3 Potpore za turističke zajednice na turistički nerazvijenim područjima

**Planirana sredstva u GPR-u 2020.** **300.000 kn**

**Izmjene i dopune GPR-a 2020.** **364.892 kn**

**Nositelj:** Sektor za sustav TZ i razvoj proizvoda  
Odjel za razvoj proizvoda

U okviru navedene aktivnosti očekuje se povećanje ukupne realizacije u odnosu na prvotni plan zbog turističkih zajednica koje nisu uspjele realizirati svoje projekte do kraja 2019. te su zatražile prolongaciju. Prolongacije su odobrene, a ukupna visina odobrenih prolongacija nije bila poznata u

trenutku izrade Godišnjeg programa rada za 2020. Iznos za sve prolongirane projekte turističkih zajednica je iskazan u Godišnjem financijskom izvješću za 2019. Realizirani su projekti TZŽ Bjelovarsko-bilogorske, TZŽ Osječko-baranjske, TZG Popovače, TZŽ Šibensko-kninske, TZG Varaždinske Toplice, TZO Šolte, TZŽ Varaždinske, TZG Požege, TZŽ Ličko-senjske, TZO Bilje i TZG Donjeg Miholjca.

Sukladno odobrenim prolongacijama, očekuje se realizacija još tri projekta i to za TZG Vukovara, TZG Belišća.

#### 4.8 Tiskani i promotivni materijali

<b>Planirana sredstva u GPR-u 2020.</b>	<b>8.485.000 kn</b>
<b>Izmjene i dopune GPR-a 2020.</b>	<b>4.677.502 kn</b>
<b>Nositelj:</b>	Sektor za brend

##### 4.8.1 Izrada brošura i drugog tiskanog materijala

<b>Planirana sredstva u GPR-u 2020.</b>	<b>2.750.00 kn</b>
<b>Izmjene i dopune GPR-a 2020.</b>	<b>424.039 kn</b>
<b>Nositelj:</b>	Sektor za brend Odjel za produkciju

Veći dio planiranih aktivnosti, a koje se odnose na ažuriranje i tisak brošura otkazane se zbog situacije s pandemijom bolesti COVID-19 i smanjenja financijskih sredstava. Finalizirana je izrada i priprema tekstova za brošuru kulturnog turizma, čije će se likovno oblikovanje i tisak prolongirati za iduću godinu. Uz ažuriranje postojećih brošura predviđena je i izrada novih brošura na temu kongresnog i kulturnog turizma, ali se od navedenog odustalo radi izbijanja pandemije. Također, izrađena je brošura Kontinentalna Hrvatska i to u online verziji.

##### 4.8.2 Izrada suvenira i ostalog promidžbenog materijala

<b>Planirana sredstva u GPR-u 2020.</b>	<b>5.235.000 kn</b>
<b>Izmjene i dopune GPR-a 2020.</b>	<b>4.233.463 kn</b>
<b>Nositelj:</b>	Sektor za brend Odjel za produkciju

U cilju povećanja prepoznatljivosti krovnog komunikacijskog koncepta Full of life provedeni su javni natječaji za nabavu suvenira (licitara i vrećica lavande). Zbog smanjenja troškova dio isporuke prolongiran je za iduću godinu.

Nabava suvenira za ciljanu upotrebu (majice, kišobrani, ručnici, USB-ovi, rokovnici, privjesnice za kofer, nautički suveniri i dr.) prolongirat će se za iduću godinu zbog pandemije bolesti COVID-19 te smanjenja financijskih sredstava.

Proveden je i natječaj za nabavu platnenih vrećica (5.000 kom) čija je isporuka izvršena početkom svibnja. Od suvenira za ciljanu uporabu naručeni su i isporučeni privjesci u dvije boje s vizualima HTZ-a te su izrađene i isporučene posebno dizajnirane polo majice s prepoznatljivim hrvatskim kockicama, kao i narukvice.

Također, zbog nastale situacije uzrokovane pandemijom bolesti COVID-19 pojavila se potreba za nabavom zaštitnih maski za lice. Natječaj za odabir dobavljača je proveden u listopadu, s isporukom u studenom.

Također, isporučene su sve količine protokolarnih poklona (kravate i marama) za koje je krajem 2019. proveden natječaj radi potreba MVEP-a i hrvatskog predsjedanja Vijećem EU.

#### **4.8.3 Održavanje i nadogradnja multimedijalne banke i razvoj digitalnog arhiviranja**

**Planirana sredstva u GPR-u 2020. 500.000 kn**

**Izmjene i dopune GPR-a 2020. 20.000 kn**

**Nositelj:** Sektor za brend  
Odjel za produkciju

Nastavno na Godišnji program rada za 2020. godinu realizirano je regularno mjesečno održavanje multimedijalne baze podataka. Zbog pandemije bolesti COVID-19 te smanjenja financijskih sredstava u 2020. godini neće se nastaviti s razvojem baze digitalnog arhiviranja i izradi digitalne baze podataka Hrvatske turističke zajednice već će se isto prolongirati za 2021. godinu.

#### **4.9 Skladište i distribucija**

**Planirana sredstva u GPR-u 2020. 800.000 kn**

**Izmjene i dopune GPR-a 2020. 450.000 kn**

**Nositelj:** Sektor za brend  
Odjel za produkciju

Zbog smanjene nabave suvenira i otkazivanja velikog broja sajamskih nastupa, te samim time i troškova u odnosu na GPR radi manje količine materijala koji se skladišti i distribuira.

Sukladno Godišnjem programu rada za 2020., osim redovitog obavljanja poslova skladištenja i upravljanja promotivnim materijalom unutar skladišta, realizirana je planirana distribucija promotivnih materijala u sva predstavništva u siječnju i veljači. Također, provedeno je i samo preseljenje svih promotivnih materijala u skladište novoizabranog izvršitelja za logističke usluge skladištenja, otpreme i distribucije.

#### 4.10 Suradnja sa strukovnim udrugama i organizatorima putovanja

<b>Planirana sredstva u GPR-u 2020.</b>	<b>380.000 kn</b>
<b>Izmjene i dopune GPR-a 2020.</b>	<b>0 kn</b>
<b>Nositelj:</b>	Sektor za sustav TZ i razvoj proizvoda Kongresni odjel

Zbog globalne krize uzorkovane pandemijom bolesti COVID-19 sve planirane aktivnosti sa strukovnim udrugama i organizatorima putovanja su otkazane, sukladno Odluci Turističkog vijeća HTZ-a, kojom je stavljen izvan snage Godišnji programa rada za 2020. zbog pandemije bolesti COVID-19.

U 2020. godini planirana je suradnja s ATG iz Australije, Selectair iz Belgije te s poljskim PIT-om, kao i s drugim inozemnim strukovnim udruženjima, sukladno potrebama i interesu tržišta. Odrađene su sve potrebne organizacijske pripreme za održavanje godišnje konferencije za prodajno osoblje najvećeg australskog turing i kruzing turoperatora - APT Travel Group (ATG). Održavanje konferencije i studijsko putovanje, planirano od 3. do 8. travnja 2020. godine u Zagrebu i Splitu, otkazano je zbog ograničenja putovanja i epidemiološke situacije.

#### 4.11 Infopunktovi i signalizacija

<b>Planirana sredstva u GPR-u 2020.</b>	<b>100.000 kn</b>
<b>Izmjene i dopune GPR-a 2020.</b>	<b>113.250 kn</b>
<b>Nositelj:</b>	Sektor za brend Odjel za produkciju

Hrvatska turistička zajednica s ciljem iskazivanja dobrodošlice turistima u Hrvatsku na granične prijelaze stavlja prigodne table dobrodošlice (dolazna i odlazna poruka).

Obzirom da je prošle godine također izvršena sanacija većeg broja info tabli, ove je godine planirana sanacija preostalog dijela tabli dobrodošlice te su sanirane table dobrodošlice na sljedećim graničnim prijelazima: Plovanija, Bajakovo, Bregana, Trnovec (2 table), Rupa, Županja. Obzirom da je sukladno Zakonu o cestama, s Hrvatskim cestama od 2019. godine sklopljen Ugovor o postavljanju reklamnih ploča i uređaja uz državne ceste, i ugovoreno plaćanje paušala na godišnjoj razini, predmetni trošak je također iskazan u okviru ove stavke.

#### 4.12 Ostale aktivnosti (časopis Turizam)

**Planirana sredstva u GPR-u 2020.** **150.000 kn**

**Izmjene i dopune GPR-a 2020.** **150.000 kn**

**Nositelj:** Sektor za informacijske sustave  
Odjel za istraživanje tržišta i analitiku

Do kraja godine planirane su redovne aktivnosti vezane uz objavljivanje časopisa Turizam, u skladu s ugovornim obvezama te navedena aktivnost nema izmjena i dopuna.

## 5 Troškovi HTZ-a

<b>Planirana sredstva u GPR-u 2020.</b>	<b>20.894.925 kn</b>
<b>Izmjene i dopune GPR-a 2020.</b>	<b>18.091.940 kn</b>

### 5.1 Plaće

<b>Planirana sredstva u GPR-u 2020.</b>	<b>16.250.000 kn</b>
<b>Izmjene i dopune GPR-a 2020.</b>	<b>14.886.000 kn</b>

**Nositelj:** Ured direktora  
Stručna služba za financije i računovodstvo

Zbog širenja bolesti COVID-19 i proglašenja pandemije te obzirom na gubitak izvornih prihoda (turističke članarine i pristojbe) uvjetovano smanjenjem gospodarskih aktivnosti članova turističkih zajednica te obustavi turističkih kretanja u cijelom svijetu, na sjednici Turističkog vijeća održanoj u travnju donesena je Odluka o privremenom smanjenju visini osnovice za obračun plaće i to za razdoblje do uspostave pune likvidnosti ili kraja tekuće godine.

Predložena mjera racionalizacije plaće ima primarni cilj zadržavanje svih zaposlenika obzirom na očekivane aktivnosti koje se pokrenuti ili nastaviti po završetku pandemije, a svakako će mjera imati i utjecaja na poboljšanje likvidnosti.

Osim mjere smanjenja osnovice, pristupilo se i dodatnoj mjeri racionalizacije troškova koji se odnose na materijalna prava zaposlenika. Tako je dio troškova smanjen uslijed donošenja izmjena i dopuna Pravilnika o radu na sjednici Turističkog vijeća održanoj u travnju 2020. kojima se definira razmjerni obračun troškova prijevoza na posao sukladno broju dana provedenih na poslu.

Dio troškova smanjen je uslijed prekida radnog odnosa određenog broja zaposlenika te odlaska narodiljni i roditeljski dopust čije troškove plaća ne snosi HTZ.

Planirani trošak regresa i božićnice zbog daljnje racionalizacije poslovanja i održavanja likvidnosti ne planira se isplatiti u 2020. godini.

Planirana naknada pomoći, jubilarne nagrade, dar djeci realizirana je u većem iznosu u odnosu na plan zbog Odluke o isplati jednokratne pomoći zaposlenicima čiji su stambeni objekti za stanovanje stradali u elementarnim nepogodama koje su pogodile Zagreb i okolice.



## 5.2 Materijalni troškovi

<b>Planirana sredstva u GPR-u 2020.</b>	<b>3.884.925 kn</b>
<b>Izmjene i dopune GPR-a 2020.</b>	<b>2.966.612 kn</b>
<b>Nositelj:</b>	<b>Ured direktora</b> Sektor za informacijske sustave

U odnosu na iznos planiran Godišnjim programom rada za 2020., izmjenama i dopunama predlaže se smanjenje iznosa iz razloga racionalizacije troškova uvjetovano širenjem bolesti COVID-19 i proglašenjem pandemije te s obzirom na gubitak izvornih prihoda (turističke članarine i pristojbe).

U skladu s navedenim, određena ulaganja u informatičku infrastrukturu i usluge svedene su na minimum potreban za ispravan i stabilan rad te se očekuje prolongacija za naredno razdoblje. Isto tako zbog fizičkog ograničenja kretanja ostvarene su uštede za troškove na službenim putovanjima i reprezentaciji te na stavci edukacija iz razloga nemogućnosti organizacije radionica te će se tijekom 2020. vršiti isključivo interne edukacije djelatnika od strane drugih djelatnika u područjima koja se općenito tiču poslovanja HTZ-a (usklađivanje s novom regulativom, korištenje poslovnih aplikacija, izvještavanje i slično).

U dijelu financijskih usluga planira se manji iznos uslijed promjene poslovne banke od 1. siječnja 2020. te znatno nižih ugovorenih naknada te činjenice smanjenih priljeva turističke pristojbe i članarine za koje se naplaćuje dolazna naknada. Ostale uštede ostvarene su zbog smanjene fizičke prisutnosti djelatnika u uredu od ožujka do listopada zbog proglašenja pandemije i poštivanja epidemioloških preporuka vezanih za boravak u zatvorenim prostorima.

Povećanje iznosa bilježi se na stavci uredskog i potrošnog materijala. Isti su povećani uslijed realizacije kupnje funkcionalnijeg namještaja u cilju osiguranja većeg prostora među zaposlenicima sukladno epidemiološkim mjerama civilnog stožera te učinkovitijeg obavljanja poslovnih procesa uslijed prilagodbe novom organizacijskom ustrojstvu.

Također, ostvareno je povećanje u dijelu zdravstvenih usluga obzirom da je dio sistematskih pregleda ugovoren u 2019. godini realiziran u prvom kvartalu 2020. godine te zbog provedenog serološkog testiranja zaposlenika.

Zbog sklapanja i plaćanja sudske nagodbe u parničnim postupcima pokrenutim od strane tužitelja Mario Romulić i Dražen Stojčić protiv HTZ-a, radi zaštite autorskih prava, došlo je do troška koji se nije mogao predvidjeti u navedenom iznosu i razdoblju.

### 5.3 Tijela HTZ-a

<b>Planirana sredstva u GPR-u 2020.</b>	<b>760.000 kn</b>
<b>Izmjene i dopune GPR-a 2020.</b>	<b>239.328 kn</b>
<b>Nositelj:</b>	Ured direktora Stručna služba za kontroling i internu reviziju

U dosadašnjem dijelu 2020. održana je sjednica Skupštine HTZ-a na kojoj je između ostaloga usvojen Godišnji financijski izvještaj i Izvještaj direktora GU HTZ-a za 2019. godinu. Ove godine sjednica se održala iznimno elektroničkim putem zbog proglašene pandemije bolesti COVID-19.

Također, održana je sjednica Nadzornog odbora na kojoj je usvojen Godišnji financijski izvještaj i Izvještaj direktora GU HTZ-a za 2019., Izvješće o naplati BP, Izvješće o nabavi GU HTZ-a te Izvješće o sporovima. Navedena sjednica je održana u Zagrebu početkom ožujka.

Turističko vijeće HTZ-a održalo je trinaest sjednica. Sjednice su dijelom održane u Zagrebu, a dijelom elektroničkim putem te putem video poziva. Turističko vijeće je u travnju 2020. godine donijelo odluku o obustavi naknade za članove Turističkog vijeća do kraja 2020. godine.

Sukladno Zakonu o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, do kraja godine očekuje se održavanje još jedne sjednice Skupštine HTZ-a te nekoliko sjednica Turističkog vijeća na kojima se, između ostalog, planira usvajanje Godišnjeg programa rada za 2021. godinu i ostalih poslovnih planova za 2021. godinu.

## 6 Predstavništva i međunarodna suradnja

<b>Planirana sredstva u GPR-u 2020.</b>	<b>38.719.500 kn</b>
<b>Izmjene i dopune GPR-a 2020.</b>	<b>26.937.149 kn</b>

### 6.1 Materijalni troškovi poslovanja mreže predstavništava HTZ-a u inozemstvu

<b>Planirana sredstva u GPR-u 2020.</b>	<b>32.690.000 kn</b>
<b>Izmjene i dopune GPR-a 2020.</b>	<b>26.477.000 kn</b>

**Nositelj:** Sektor za međunarodne poslove i mrežu predstavništava  
Odjel za mrežu predstavništava

Aktivnosti mreže predstavništava HTZ-a u inozemstvu realizirane su u programskim okvirima sukladno situaciji vezanoj uz pandemiju bolesti COVID-19. Zbog pandemije je došlo do smanjenog broja aktivnosti na emitivnim tržištima. Lokalni djelatnici, gdje god je to bilo moguće, bili su, odnosno na nekim tržištima još uvijek jesu, prijavljeni na mjere očuvanja radnih mjesta domicilnih država sukladno propisima tih zemalja. Na tržištima gdje nije bilo moguće aplicirati na mjere za očuvanje radnih mjesta, racionalizaciji troškova plaća pristupilo se na način da su s lokalnim djelatnicima sklopljeni aneksi ugovora ili o smanjenju plaća ili o smanjenju broja radnih sati, ovisno o tome što su domicilni propisi omogućavali. Za apliciranje na mjere očuvanja radnih mjesta, kao i za sklapanje aneksa vezanih uz smanjenje plaća, sukladno domicilnim propisima, bila je potrebna suglasnost samih djelatnika. Zbog svega navedenog došlo je do smanjenja troškova u odnosu na troškove planirane Godišnjim programom rada za 2020. godinu.

Rad predstavnika (direktora/voditelja, ali i ostalih zaposlenika mreže predstavništava) slijedi jasno definirani sustav misije HTZ-a kroz izvršavanje operativnih zadaća (te odgovornosti u provedbi istih) i dostizanje poslovnih ciljeva koji su određeni na razini poslovne politike HTZ-a.

Sve daljnje aktivnosti predstavništava i ispostava planirat će se i realizirati isključivo uz prethodne dogovore s nadležnim Sektorima/Odjelima unutar Hrvatske turističke zajednice, a iznos planirane realizacije do kraja 2020. godine i dalje se temelji na troškovima koji se odnose na redovno funkcioniranje ureda te plaće djelatnika uz napomenu kako su plaće direktora predstavništava i voditelja ispostava umanjene na jednak način kao i plaće djelatnika u uredu u Zagrebu.

## 6.2 Suradnja s međunarodnim institucijama

<b>Planirana sredstva u GPR-u 2020.</b>	<b>1.029.500 kn</b>
<b>Izmjene i dopune GPR-a 2020.</b>	<b>400.149 kn</b>
<b>Nositelj:</b>	Sektor za međunarodne poslove i mrežu predstavništava Odjel za međunarodnu suradnju

Sve planirane aktivnosti realizirat će se u 2020. godini, ali zbog pandemije bolesti COVID-19 neće biti financijske realizacije navedenih aktivnosti obzirom da su sve planirane aktivnosti prebačene u online formu.

Dio aktivnosti planiranih u 2020. godini, zbog nemogućnosti realizacije istih u fizičkom obliku, a obzirom je iste nemoguće prebaciti zbog same prirode događanja u online oblik, organizator je prebacio u 2021. godinu (urađnja s Hrvatima izvan RH) te će se iste planirati u novom Godišnjem programu rada za 2021.

## 6.3 Svjetska izložba EXPO 2020 Dubai

<b>Planirana sredstva u GPR-u 2020.</b>	<b>5.000.000 kn</b>
<b>Izmjene i dopune GPR-a 2020.</b>	<b>60.000 kn</b>
<b>Nositelj:</b>	Sektor za međunarodne poslove i mrežu predstavništava Odjel za međunarodnu suradnju

Republika Hrvatska sudjelovat će na jednom od najvećih globalnih, nekomercijalnih događaja od gospodarskog i kulturnog značaja – Svjetskoj izložbi EXPO 2020 Dubai. Zbog pandemije bolesti COVID-19, Svjetska izložba službeno je odgođena za 2021./2022. godinu, a novi termin održavanja je 1. listopada 2021. do 31. ožujka 2022. godine.

Do kraja godine nastavit će se realizacija projekta hrvatskog paviljona u Dubajju, kao i razrada koncepta plana i programa događanja u hrvatskome paviljonu tijekom trajanja šestomjesečne Izložbe.

Obzirom da je Svjetska izložba EXPO 2020 Dubai prolongirana za godinu dana, u 2021. godini realizirat će se plaćanje II. faze iznosa za izvođenje radova na hrvatskome paviljonu u Dubajju odabranom ponuditelju/izvođaču te, nastavno na natječaj vezan uz odabir poslovnog subjekta/agencije za organizaciju programa događanja EXPO Dubai i prikupljanja odgovarajućih sponzorskih paketa radi financiranja programa i nastupa na EXPO, zaključiti ugovor s izvršiteljem usluga.

## 7 Ostale neplanirane aktivnosti

<b>Planirana sredstva u GPR-u 2020.</b>	<b>500.000 kn</b>
<b>Izmjene i dopune GPR-a 2020.</b>	<b>860.000 kn</b>
<b>Nositelj:</b>	Ured direktora

Hrvatska turistička zajednica provodi različite promotivne/marketingške i druge tržišne projekte/aktivnosti s domaćim i stranim partnerima koji se unaprijed ne mogu planirati, a koji imaju za cilj jačanje snage brenda i postizanje veće tržišne vidljivosti, kao i kreiranje motiva dolaska gostiju u Hrvatsku.

Obzirom na izvanredne okolnosti uzrokovane pandemijom bolesti COVID-19 uslijed koje je u travnju Odlukom Turističkog vijeća Godišnji program rada stavljen van snage, a brojne planirane marketingške aktivnosti su otkazane i zaustavljene, na ovoj stavci bilježi se odstupanje od plana.

Tijekom godine, odlukama direktora, aktualnog ministra i članova povjerenstava za marketingške i PR projekte, odobrene su suradnje na brojnim manifestacijama u cilju povećanja broja posjetitelja i jačanja snage određenog destinacijskog brenda.

Tako je u prvom dijelu godine realizirana marketingška suradnja s ciljem promocije hrvatskog turizma u Švicarskoj. Promocija hrvatskog turizma ostvarena je i kroz: glazbeni festival Marko Polo Fest, srednjovjekovni festival Rapska fjera, glazbeni festival „Wake the Lake“ u Lokvama, Varaždinske barokne večeri, Sinjsku alku, međunarodnu utrku lađa na Neretvi, Rab film festival i druge događaje.

Do kraja godine očekuje se realizacija još nekoliko marketingških i PR suradnji kojima je cilj promocija nedovoljno razvijenih turističkih područja te promocija hrvatske izletničke ponude s naglaskom na aktivnosti i destinacije koje osiguravaju sigurno putovanje i gdje se poštuju epidemiološke mjere socijalnog distanciranja. Dodatan fokus bit će usmjeren na neotkrivene destinacije pojedinih hrvatskih županija. S obzirom da je predmet suradnje marketingška suradnja s domaćim medijima, aktivnost će operativno provesti Sektor za promociju i oglašavanje.

## 8 Strateški marketinški plan hrvatskog turizma

<b>Planirana sredstva</b>	<b>1.000.000 kn</b>
<b>Izmjene i dopune GPR-a 2020.</b>	<b>0 kn</b>
<b>Nositelj:</b>	Sektor za informacijske sustave Odjel za istraživanje tržišta i analitiku

Početak aktivnosti očekuje se u 2021. te će se sredstva planirana u 2020. prenijeti u sljedeću godinu. Aktivnost je prolongirana za 2021. kako bi se uskladila s Nacionalnom razvojnom strategijom 2030. koja u narednim mjesecima treba biti usvojena i Planom razvoja turizma koji će se početi izrađivati po usvajanju nacionalne razvojne strategije. Značajne promjene na turističkom tržištu kao i neizvjesnost vezana uz početak i dinamiku oporavka turističkog sektora, globalno i nacionalno, dodatni su razlog odgode početka projekta izrade novog Strateškog-marketinškog plana hrvatskog turizma. Početak aktivnosti ovisi i o daljnjim odlukama tijela HTZ-a. Naime, prema članku 48. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, Skupština Hrvatske turističke zajednice raspisuje javni natječaj za izradu strateškog marketinškog i operativnog plana hrvatskog turizma te odlučuje o ponudama po raspisanom javnom natječaju. Planirana sjednica Skupštine očekuje se tijekom prosinca.

## 9 Financijski plan

### 9.1 Prihodi

Tablica 1.

RB	IZVORI PRIHODA	PLAN 2020.	IZVRŠENJE 03.11.2020.	IZMJENE I DOPUNE STUDENI 2020.	UDIO % IZMJENE I DOPUNE STUDENI 2020.	INDEKS NOVI PLAN 2020./ PLAN 2020.
1	2	3	4	5	6	7
<b>1.</b>	<b>Turistička pristojba</b>	<b>162.800.000</b>	<b>56.686.477</b>	<b>66.251.706</b>	<b>30,1</b>	<b>40,7</b>
1.1.	Turistička pristojba	118.000.000	41.868.658	43.552.171	19,8	36,9
1.2.	TP za nerazvijene	22.000.000	7.836.322	9.171.212	4,2	41,7
1.3.	TP za udružene	12.800.000	4.498.503	5.728.323	2,6	44,8
1.4.	TP nautika	10.000.000	2.482.994	7.800.000	3,5	78,0
<b>2.</b>	<b>Članarina</b>	<b>72.756.000</b>	<b>55.314.196</b>	<b>62.392.585</b>	<b>28,4</b>	<b>85,8</b>
2.1.	Članarina	44.376.000	33.691.297	37.842.847	17,2	85,3
2.2.	Članarina za nerazvijene	23.220.000	17.629.062	20.050.383	9,1	86,3
2.3.	Članarina za udružene	5.160.000	3.993.837	4.499.355	2,0	87,2
<b>3.</b>	<b>Državni proračun</b>	<b>56.308.000</b>	<b>31.807.519</b>	<b>61.713.162</b>	<b>28,1</b>	<b>109,6</b>
<b>4.</b>	<b>Ostali prihodi</b>	<b>6.080.000</b>	<b>3.218.093</b>	<b>3.300.000</b>	<b>1,5</b>	<b>54,3</b>
4.1.	Prihod od refundacije za nastupe na sajmovima	5.080.000	1.366.364	1.600.000	0,7	31,5
4.2.	Prihodi od DHT	0	0	0	0,0	0,0
4.3.	Ostali prihodi	1.000.000	1.851.729	1.700.000	0,8	170,0
<b>5.</b>	<b>Preneseni prihodi iz prethodne godine</b>	<b>14.789.649</b>	<b>23.197.719</b>	<b>23.197.719</b>	<b>10,5</b>	<b>156,9</b>
5.1.	Preneseni prihodi iz prethodne godine - opće	14.289.649	22.697.719	22.697.719	10,3	158,8
5.2.	Preneseni prihodi iz prethodne godine- nautika	500.000	500.000	500.000	0,2	100,0
<b>6.</b>	<b>Povrat sredstava EU (HDT)</b>	<b>15.378.000</b>	<b>2.021.979</b>	<b>3.097.245</b>	<b>1,4</b>	<b>20,1</b>
<b>UKUPNO</b>		<b>328.111.649</b>	<b>172.245.983</b>	<b>219.952.417</b>	<b>100,0</b>	<b>67,0</b>

**Prihodi od turističke pristojbe** izmjenama i dopunama financijskog plana smanjuju se na iznos od **66.251.706 kn** (smanjenje od 59% u odnosu na plan 2020.), kao posljedica smanjenja ukupnog turističkog prometa. U periodu od siječnja do listopada 2020. očekivani prihodi od turističke pristojbe nisu realizirani sukladno planu zbog situacije uvjetovane pandemijom bolesti COVID-19. Na globalnoj razini došlo je do poremećaja u cjelokupnom turističkom prometu te je znatno smanjen broj ostvarenih dolazaka i noćenja u odnosu na 2019. godinu.

Zbog utjecaja pandemije i posebnih okolnosti donesene su izmjene Zakona o turističkoj pristojbi koji je propisao oslobođenje od plaćanja godišnjeg paušalnog iznosa za sve osobe koje pružaju ugostiteljske usluge u domaćinstvu ili na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu, a koje do dospijeca drugog obroka turističke pristojbe nisu imale evidentirano niti jedno noćenje. Isto tako, zbog kasnog zaduženja druge i treće rate paušala planirani prihod nije realiziran sukladno planu.

Prihodi od boravišne pristojbe koji se ostvaruju po osnovi turističkog prometa u nautičkom prometu u 2020. godini također nisu realizirani sukladno planu. Zbog donesenog Pravilnika o visini, načinu plaćanja i raspodjeli turističke pristojbe za čarterska plovila, brodove za višednevna kružna putovanja i osobe koje borave na plovilu (nautičari) koji je propisao smanjenje pristojbe za 20% od 1.1.2020., a za razdoblje „lockdowna“ oslobodio od plaćanja turističke pristojbe za 100% , znatno su smanjeni prihodi po ovoj osnovi.

**Prihodi od turističke članarine** izmjenama i dopunama financijskog plana smanjuju se na iznos od **62.392.585 kn** ( smanjenje od 14% u odnosu na plan 2020. ). U 2020. s donošenjem novog Zakona o turističkoj članarini planiran je manji prihod za HTZ (21%) koji se dijelom decentralizirao i prenamijenio prema sustavu TZ te su se dodatno pojačali fondovi kojima upravlja HTZ. Uslijed situacije proglašenja pandemije usvojene su izmjene Pravilnika o Općem poreznom zakonu prema kojem se članarine koje su dospijevale u ožujku, travnju i svibnju odgođene bez plaćanja zatezних kamata. Dodatno, na smanjenje prihoda utjecao je i rok odgode predaje financijskih izvješća za 2019. Porezni obveznici koji su imali obvezu predaje financijskih izvješća u travnju, ista su trebali predati zaključno s 30. lipnja 2020. Iz tog razloga zaduženja i obračuni turističke članarine u 2020. izvršeni su nešto kasnije u odnosu na prethodne godine.

**Prihod iz Državnog proračuna** izmjenama i dopunama financijskog plana povećava se na iznos od **61.713.162 kn**. Planirani prihod za 2020. godinu iznosio je 56.308.000 kn i uključivao je sve prenesene primitke iz 2018. i 2019. godine i plan primitka sredstava od 47.000.000 kn iz Državnog proračuna. Nakon usvajanja Godišnjeg programa rada i financijskog plana za 2020. sklopljeni su Aneksi ugovora o sufinanciranju turističke promidžbe i to za aktivnosti povezane s predsjedanjem RH Vijećem EU, promotivne aktivnosti vezane uz pokretanje Hrvatske turističke kartice te ostalo opće oglašavanje. U svibnju je sklopljen Ugovor o sufinanciranju turističke promidžbe RH u 2020. kojim je planirani iznos primitka izmijenjen na 42.000.000 kn. U 2020. godini način doznačivanja sredstava iz Državnog proračuna promijenjen je u odnosu na ranije poslovne godine, tako da se ista doznačuju tek po izvjesnosti nastanka poslovnog događaja za koja su namijenjena uz uvjet da se obvezno utroše (izvrše plaćanja) u roku od 30 dana od dana primitka sredstava.

**Ostali prihodi** izmjenama i dopunama financijskog plana smanjuju se na iznos od **3.300.000 kn**. Obzirom da je tijekom 2020. većina planiranih sajamskih nastupa otkazana, a sajam WTM London održava se virtualnim putem, iznos prihoda koji je planiran iz tog izvora nije realiziran. Također, planirani prihodi od kotizacija za Dane hrvatskog turizma neće biti realizirani iz razloga jer manifestaciju neće biti moguće organizirati u tradicionalnom obliku. Ostali prihodi obuhvaćaju i prihode od pozitivnih tečajnih razlika, primljene potpore u predstavništvima za sufinanciranje plaća zbog situacije s pandemijom bolesti COVID-19, te ostale prihode, koji su zbog navedenih razloga veći od planiranog.

**Preneseni prihodi iz prethodne godine** iznose **23.197.719 kn**, a odnose se na **višak prihoda iz 2019.** Razlika u odnosu na planirani iznos temelji se na iznosu koji je utvrđen Godišnjim financijskim izvješćem za 2019. godinu koji je za 8.408.070 kn veći u odnosu na planirani iznos. Navedeni iznos troši se na aktivnosti i projekte utvrđene Godišnjim programom rada i financijskim planom za 2020. godinu.

**Prihodi od sredstava EU** izmjenama i dopunama financijskog plana smanjuju se na iznos od **3.097.245 kn**. Najznačajnija odstupanja odnose se na projekt Hrvatski digitalni turizam i to iz razloga jer se projekt



prolongirao do lipnja 2021. U skladu s navedenim projektne aktivnosti detaljno su navedene u opisnom dijelu izmjena i dopuna te se u skladu s time očekuju i prihodi po završetku pojedine faze i sukladno ugovorenoj dinamici potraživanja sredstava.

## 9.2 Rashodi

Tablica 2.

	MARKETINŠKE AKTIVNOSTI PO VRSTAMA I PROJEKTIMA 2020.	PLAN 2020	IZVRŠENJE 03.11.2020.	IZMJENE I DOPUNE 2020.	PRIENOS OBVEZA DEFINIRANIH GPR 2020. U NAREDNO RAZDOBLJE	UDIO % IZMJENE I DOPUNE 2020	INDEKS IZMJENE I DOPUNE/PLAN 2020
1	2	3	4	5	6	7	8
<b>1.</b>	<b>PLAN JAČANJA SNAGE BRENDA ( BRP PLAN )</b>	<b>133.935.214</b>	<b>54.593.774</b>	<b>65.908.423</b>	<b>1.983.575</b>	<b>43</b>	<b>49</b>
<b>1.1.</b>	<b>Razvoj i implementacija brenda</b>	<b>800.000</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
1.1.1.	Definiranje hrvatskog branding sustava i brend arhitekture	800.000		0		0	0
<b>1.2.</b>	<b>Integrirani sustav brend komunikacije</b>	<b>130.525.214</b>	<b>54.175.810</b>	<b>65.128.490</b>	<b>1.983.575</b>	<b>42</b>	<b>50</b>
1.2.1.	Integrirani sustav odnosa s javnošću i oglašavanja	124.495.214	49.645.542	58.809.682	1.274.825	38	47
1.2.1.1.	Odnosi s javnošću (PR)	17.260.000	5.639.064	7.193.740	508.200	5	42
1.2.1.1.1.	PR aktivnosti na emitivnim tržištima	16.140.000	5.012.785	6.336.585	508.200	4	39
1.2.1.1.2.	Zlatna penkala	300.000	1.935	30.000		0	10
1.2.1.1.3.	Komunikacija s domaćim medijima	820.000	624.344	827.155		1	101
1.2.1.2.	Studijska putovanja za inozemne novinare	1.950.000	185.156	300.422		0	15
1.2.1.3.	Opće oglašavanje i posebne tržišne aktivnosti	66.990.054	37.594.288	44.781.839	766.625	29	67
1.2.1.3.1.	Opće oglašavanje i tržišne aktivnosti	43.780.054	34.446.804	38.434.355	766.625	25	88
1.2.1.3.2.	Posebne marketinške aktivnosti	23.210.000	3.147.484	6.347.484		4	27
1.2.1.4.	Online oglašavanje i komunikacija na društvenim mrežama	10.500.000	5.877.762	6.184.409		4	59
1.2.1.5.	Udruženo oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora	27.795.160	349.272	349.272		0	1
1.2.2.	Razvoj i kreiranje sadržaja za brend Hrvatska	6.030.000	4.530.268	6.318.808	708.750	4	105
<b>1.3.</b>	<b>Internet stranice HTZ-a</b>	<b>2.610.000</b>	<b>417.964</b>	<b>779.933</b>		<b>1</b>	<b>30</b>
<b>2.</b>	<b>PLAN PRED I POSEZONE (PPS PLAN)</b>	<b>12.055.513</b>	<b>1.641.705</b>	<b>4.255.291</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>35</b>
<b>2.1.</b>	<b>Razvoj ponude u predsezoni i posezoni</b>	<b>300.000</b>	<b>220.095</b>	<b>300.095</b>		<b>0</b>	<b>100</b>

<b>2.2.</b>	<b>PPS komunikacijska kampanja</b>	<b>11.755.513</b>	<b>1.421.610</b>	<b>3.955.196</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>34</b>
2.2.1.	Nautika - PPS komunikacijska kampanja	1.500.000	557.085	590.000		0	39
2.2.2.	Poslovni turizam - PPS komunikacijska kampanja	750.000	0	0		0	0
2.2.3.	Ostali proizvodi - PPS komunikacijska kampanja	9.505.513	864.525	3.365.196		2	35
<b>3.</b>	<b>PLAN POVEĆANJA POTROŠNJE PO GOSTU (PCE PLAN)</b>	<b>10.843.000</b>	<b>1.141.197</b>	<b>1.184.174</b>	<b>1.390.000</b>	<b>1</b>	<b>11</b>
<b>3.1.</b>	<b>Razvoj premium ponude</b>	<b>1.831.000</b>	<b>322.212</b>	<b>322.211</b>	<b>750.000</b>	<b>0</b>	<b>18</b>
<b>3.2.</b>	<b>Razvoj kategorija proizvoda</b>	<b>9.012.000</b>	<b>818.985</b>	<b>861.963</b>	<b>640.000</b>	<b>1</b>	<b>10</b>
3.2.1.	Razvoj kategorija proizvoda - opće	645.000	209.974	209.973		0	33
3.2.2.	Razvoj kategorija proizvoda - EU fondovi	852.000	108.810	143.763	470.000	0	17
3.2.3.	Razvoj zdravstvenog turizma	250.000	0	0		0	0
3.2.4.	Razvoj poslovnog turizma	6.815.000	500.202	508.227	170.000	0	7
3.2.4.1.	Kongresne i insentiv burze te poslovne prezentacije i radionice	4.635.000	228.665	228.691		0	5
3.2.4.2.	Inspekcijska putovanja	380.000	15.710	15.710		0	4
3.2.4.3.	Suradnja sa specijaliziranim međunarodnim i domaćim organizacijama poslovnog turizma te strukovnim udrugama i institucijama	290.000	58.354	66.354		0	23
3.2.4.4.	Poslovni skupovi u Hrvatskoj	1.510.000	197.472	197.472	170.000	0	13
3.2.5.	Razvoj nautičkog turizma	450.000	0	0		0	0
<b>4.</b>	<b>PLAN PODRŠKE INDUSTRIJI (IS PLAN)</b>	<b>110.163.497</b>	<b>24.198.539</b>	<b>36.802.348</b>	<b>4.708.238</b>	<b>24</b>	<b>33</b>
<b>4.1.</b>	<b>Edukacija i program umrežavanja</b>	<b>19.738.483</b>	<b>5.613.952</b>	<b>10.560.989</b>	<b>3.681.863</b>	<b>7</b>	<b>54</b>
4.1.1.	Istraživanje i diseminacija podataka	2.130.625	456.286	889.286	780.000	1	42
4.1.1.1.	Tematska istraživanja	765.625	152.948	152.948	500.000	0	20
4.1.1.2.	Redovna istraživanja	800.000	0	400.000		0	50
4.1.1.3.	Pripreme i objave analiza vezanih uz istraživanje tržišta/market intelligence	75.000	2.796	35.796		0	48
4.1.1.4.	Otkup analiza/studija/baza podataka i partnerski projekti	490.000	300.542	300.542	280.000	0	61
4.1.2.	eVisitor i ostala poslovna rješenja	2.023.000	975.540	1.546.814	0	1	76
4.1.2.1.	eVisitor (nadogradnja funkcionalnosti i redovno održavanje)	1.700.000	972.815	1.543.750		1	91
4.1.2.2.	ePrijave	223.000	2.725	3.064		0	1
4.1.2.3.	Intranet HTZ-a	100.000	0	0		0	0

4.1.3.	EDEN	212.500	149.597	159.597		0	75
4.1.4.	Nagrađivanje izvrsnosti i dostignuća turističkih destinacija	150.000	3.611	3.611		0	2
4.1.5.	Dani hrvatskog turizma (DHT)	790.000	0	300.000		0	38
4.1.6.	Hrvatski digitalni turizam (HDT)	14.432.358	4.028.918	7.661.681	2.901.863	5	53
<b>4.2.</b>	<b>Sajmovi i prezentacije</b>	<b>17.030.000</b>	<b>6.078.939</b>	<b>7.523.984</b>	<b>0</b>	<b>5</b>	<b>44</b>
4.2.1.	Sajmovi	14.530.000	5.480.984	6.909.984	0	4	48
4.2.1.1.	Sajamski nastupi Hrvatske turističke zajednice	13.530.000	5.121.175	6.450.175		4	48
4.2.1.2.	Sajamski nastupi predstavništva HTZ-a	1.000.000	359.810	459.809		0	46
4.2.2.	Posebne prezentacije na tržištima	2.500.000	597.954	614.000		0	25
<b>4.3.</b>	<b>Studijska putovanja inozemnih agenata</b>	<b>1.150.000</b>	<b>66.846</b>	<b>78.000</b>	<b>70.000</b>	<b>0</b>	<b>7</b>
<b>4.4.</b>	<b>Buy&amp;sell radionice</b>	<b>1.385.000</b>	<b>57.735</b>	<b>57.735</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>4</b>
4.4.1.	Buy radionice	505.000	0	0		0	0
4.4.2.	Sell radionice	880.000	57.735	57.735		0	7
<b>4.5.</b>	<b>Tržišne i druge aktivnosti s javnim i privatnim sektorom</b>	<b>34.295.014</b>	<b>3.316.517</b>	<b>8.898.647</b>	<b>750.000</b>	<b>6</b>	<b>26</b>
4.5.1.	Posebni promotivni i drugi strateški projekti	30.012.014	3.071.912	8.246.357		5	27
4.5.2.	Potpore TOP događanjima	2.505.000	151.886	151.886		0	6
4.5.3.	Koordinacija rada TZ	1.778.000	92.719	500.404	750.000	0	28
4.5.3.1.	Koordinacija i nadzor sustava TZ	1.580.000	92.719	500.404	750.000	0	32
4.5.3.2.	Suradnja s inspeksijskim tijelima	198.000	0	0		0	0
<b>4.6.</b>	<b>Razvoj DMC</b>	<b>4.250.000</b>	<b>1.482.162</b>	<b>1.906.341</b>		<b>1</b>	<b>45</b>
<b>4.7.</b>	<b>Razvoj DMO</b>	<b>22.400.000</b>	<b>2.371.901</b>	<b>2.385.901</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>11</b>
4.7.1.	Edukacija za turističku industriju	100.000	20.000	20.000		0	20
4.7.2.	Javni natječaj/i financirani iz Fonda za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent	22.000.000	2.001.009	2.001.009		1	9
4.7.3.	Potpore za TZ na turistički nerazvijenim područjima	300.000	350.892	364.892		0	122
<b>4.8.</b>	<b>Tiskani i promotivni materijal</b>	<b>8.485.000</b>	<b>4.664.222</b>	<b>4.677.502</b>	<b>206.375</b>	<b>3</b>	<b>55</b>
4.8.1.	Izrada brošura i drugog tiskanog materijala	2.750.000	424.039	424.039		0	15
4.8.2.	Izrada suvenirna i ostalog promidžbenog materijala	5.235.000	4.225.870	4.233.463	206.375	3	81

4.8.3.	Održavanje i nadogradnja multimedijalne banke i razvoj digitalnog arhiviranja	500.000	14.313	20.000		0	4
4.9.	Skladištenje i distribucija	800.000	331.515	450.000		0	56
4.10.	Suradnja sa strukovnim udrugama i organizatorima putovanja	380.000	0	0		0	0
4.11.	Infopunktovi i signalizacija	100.000	102.250	113.250		0	113
4.12.	Ostale aktivnosti (časopis Turizam)	150.000	112.500	150.000		0	100
<b>5.</b>	<b>TROŠKOVI GU HTZ-a</b>	<b>20.894.925</b>	<b>13.735.265</b>	<b>18.091.940</b>	<b>0</b>	<b>12</b>	<b>87</b>
5.1.	Plaće	16.250.000	11.111.534	14.886.000		10	92
5.2.	Materijalni troškovi	3.884.925	2.386.687	2.966.612		2	76
5.3.	Tijela HTZ-a	760.000	237.044	239.328		0	31
<b>6.</b>	<b>PREDSTAVNIŠTVA I MEĐUNARODNA SURADNJA</b>	<b>38.719.500</b>	<b>20.165.602</b>	<b>26.937.149</b>	<b>4.322.543</b>	<b>17</b>	<b>70</b>
6.1.	Materijalni troškovi poslovanja mreže predstavništava HTZ-a	32.690.000	19.720.382	26.477.000		17	81
6.2.	Suradnja s međunarodnim institucijama	1.029.500	400.149	400.149	127.500	0	39
6.3.	Svjetska izložba EXPO 2020 Dubai	5.000.000	45.071	60.000	4.195.043	0	1
<b>7.</b>	<b>OSTALE NEPLANIRANE AKTIVNOSTI</b>	<b>500.000</b>	<b>237.961</b>	<b>860.000</b>		<b>1</b>	<b>172</b>
<b>8.</b>	<b>STRATEŠKI MARKETINŠKI PLAN HRVATSKOG TURIZMA</b>	<b>1.000.000</b>		<b>0</b>	<b>1.000.000</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
	<b>SVEUKUPNO</b>	<b>328.111.649</b>	<b>115.714.042</b>	<b>154.039.326</b>	<b>13.404.356</b>	<b>100</b>	<b>47</b>

## ZAKLJUČAK

Hrvatska turistička zajednica je početkom 2020. godine započela s provedbom planiranih aktivnosti sukladno Godišnjem programu rada za 2020. godinu s ciljem jačanja snage brenda, boljeg pozicioniranja hrvatskog turizma na međunarodnom turističkom tržištu i imidžu Hrvatske kao privlačne turističke destinacije, čime se želi pridonijeti ukupnim pozitivnim rezultatima kretanja turističkog prometa hrvatskog turizma u cjelini, kao i značajnom povećanju prihoda od turizma.

Međutim, početkom ožujka proglašena je pandemija bolesti COVID-19 koja je zaustavila cjelokupno svjetsko gospodarstvo. Zbog navedenog sva turistička kretanja su u većoj mjeri zaustavljena kako u svijetu tako i u Hrvatskoj. Obzirom na situaciju u kojoj se našao hrvatski turizam, Hrvatska turistička zajednica je morala prilagoditi svoje poslovanje novonastalim okolnostima. Tako je Turističko vijeće HTZ-a u travnju donijelo odluku o stavljanju van snage svih dosad donesenih odluka koje imaju financijski učinak te je odlučeno da će se podmiriti samo aktivnosti realizirane do kraja ožujka.

Ukupni prihodi Hrvatske turističke zajednice za 2020. godinu sukladno ovim Izmjenama i dopunama procjenjuju se na iznos od 219.952.417 kn, što u odnosu na planirane predstavlja smanjenje za 33%.

Navedeno smanjenje odnosi se na smanjeni priljev prihoda od turističke pristojbe koja je posljedica smanjenja turističkog prometa uvjetovano pandemijom bolesti COVID-19 i turističke članarine. Također, smanjenje se odnosi i na ostale prihode iz razloga odustajanja od sajamskih nastupa u 2020. i na smanjenje prihoda sredstava EU gdje je glavni projekt Hrvatski digitalni turizam dijelom prolongiran za lipanj 2021. godine. Povećanje prihoda u odnosu na plan odnosi se na stavke Državnog proračuna za potrebe sufinanciranja turističke promidžbe i to za aktivnosti povezane s predsjedanjem RH Vijećem EU, promotivne aktivnosti vezane uz pokretanje Hrvatske turističke kartice i ostalo opće oglašavanje. Dodatno, preneseni prihodi iz prethodne godine su također veći u odnosu na plan, a temelje se na iznosu koji je utvrđen Godišnjim financijskim izvješćem za 2019. godinu.

Ukupni planirani rashodi Hrvatske turističke zajednice za 2020. godinu procjenjuju se na 154.039.326 kn, što u odnosu na inicijalno planirane rashode predstavlja smanjenje od 53%.

Razlika između prihoda i rashoda u iznosu od 65.913.091 kn zbog iznimno nesigurne i nestabilne situacije na turističkom tržištu planira se prenijeti u 2021. godinu za promotivne aktivnosti koje će se realizirati početkom 2021. godine, a koje će biti nužne za dodatno pokretanje hrvatskog turizma u sljedećoj godini. Hrvatska turistička zajednica početkom svake godine ima značajno manji priljev sredstava nego je to slučaj u ljetnim mjesecima te se iz tog razloga žele određena sredstva, uprihodovana u 2020. godini, osigurati za početak 2021. godine. Iz tih sredstava financirat će se i određene aktivnosti koje su iz 2020. prenesene u 2021. godinu. Bitna činjenica za istaknuti je da se u navedenom dijelu nerealiziranih aktivnosti koja se prenose u sljedeću godinu nalazi iznos od 37.913.091 kn koji predstavlja namjenska sredstava iz Fonda za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent i iz Fonda za udružene turističke zajednice. Isti nisu utrošeni iz razloga jer nisu doneseni pravilnici kojima se definira raspodjela i namjena korištenja.

Obzirom da će očekivani pad prihoda Hrvatske turističke zajednice u 2020. biti za 33% manji od planiranog te će rashodi biti za 53% manji od planiranog, sukladno stavku 5. članka 56. Zakona o

turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, Hrvatska turistička zajednica je u obvezi donijeti izmjene, odnosno dopune Godišnjeg programa rada i financijskog plana za 2020. godinu.

## HRVATSKE TURISTIČKE REGIJE

