



Puna života

HRVATSKA TURISTIČKA ZAJEDNICA

**GODIŠNJI PROGRAM RADA
ZA 2023. GODINU**

Zagreb, studeni 2022.

SADRŽAJ

1	ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE	16
1.1	Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata	16
1.2	Istraživanje i analiza tržišta.....	16
1.2.1	Pripreme i objave analiza vezanih uz istraživanje tržišta	16
1.2.2	Partnerski projekti u području istraživanja i analize	17
1.2.3	Nabava analiza/studija/baza podataka	18
1.3	Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti	19
2	RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA	20
2.1	Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda	20
2.1.1	Resursi i proizvodi aktivnog, pustolovnog i cikloturizma	20
2.2	Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda	21
2.2.1	Označavanje kvalitete ponude ruralnog turizma	21
2.2.2	Označavanje <i>premium</i> ponude.....	22
2.2.3	Označavanje kvalitete eno gastro ponude	23
2.2.4	Označavanje kvalitete ponude cikloturizma	24
2.3	Podrška turističkoj industriji.....	25
2.3.1	Podrška projektima kulturnog turizma.....	26
2.3.2	Podrška projektima zdravstvenog turizma.....	26
2.3.3	Podrška projektima nautičkog turizma	26
2.3.4	Podrška razvoju destinacijskih menadžment kompanija (DMK)	27
2.3.5	Suradnja s udruženjima turističke industrije.....	27
2.3.6	Podrška razvoju poslovnog turizma	29
3	KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE	30
3.1	Definiranje branding sustava i brend arhitekture	30
3.1.1	Izrada brend arhitekture i kreativnog koncepta brenda	30
3.2	Oglašavanje destinacijskog brenda, turističke ponude i proizvoda	31
3.2.1	Opće oglašavanje i tržišne aktivnosti	31
3.2.2	Online oglašavanje i komunikacija na društvenim mrežama	34
3.3	Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR	36
3.3.1	Globalni PR	36
3.3.2	Studijska putovanja inozemnih predstavnika medija.....	38
3.3.3	Domaći PR.....	39
3.4	Marketinške i poslovne suradnje	40
3.4.1	Strateške marketinške suradnje	41

3.4.2	Posebne marketinške suradnje	41
3.4.3	Poslovne suradnje s drugim NTO i međunarodnim organizacijama ili udruženjima	43
3.4.4	Ostale poslovne suradnje	44
3.5	Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice	45
3.5.1	Opći sajmovi	46
3.5.2	Specijalizirani sajmovi.....	48
3.5.3	Prezentacije i poslovne radionice.....	50
3.6	Suradnja s organizatorima putovanja	53
3.6.1	Studijska i inspekcijska putovanja agenata	53
3.6.2	Suradnja sa stranim TO/TA na inozemnim tržištima.....	53
3.6.3	Inspekcijska putovanja poslovnog turizma.....	54
3.7	Kreiranje promotivnog materijala	54
3.7.1	Produkcija sadržaja za promociju brenda Hrvatska	55
3.7.2	Izrada brošura i drugog tiskanog materijala.....	56
3.7.3	Izrada sadržaja za određene projektne aktivnosti	58
3.7.4	Izrada suvenira i ostalog promidžbenog materijala	58
3.8	Internetske stranice.....	59
3.8.1	Održavanje i upravljanje internetskim stranicama.....	59
3.9	Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka	63
3.9.1	Održavanje i nadogradnja multimedijalne banke i razvoj digitalnog arhiviranja.....	64
3.9.2	Licenca za korištenje baze podataka društvenih mreža (User-generated content software)64	
3.9.3	Ažuriranje baze podataka internetskih stranica HTZ-a	64
3.10	Turističko informativne aktivnosti.....	65
3.10.1	Infopunktovi i signalizacija	65
4	DESTINACIJSKI MENADŽMENT	66
4.1	Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor	66
4.1.1	eVisitor sustav	66
4.1.2	Aplikacija ePrijave.....	67
4.1.3	Portal nautika.evisitor	67
4.1.4	Mobilna aplikacija eVisitor	68
4.2	Stručni skupovi i edukacije	68
4.2.1	Stručni skupovi i radionice.....	68
4.2.2	Časopis Turizam.....	69
4.3	Koordinacija i nadzor	69

4.3.1	Koordinacije turističkih zajednica regionalne razine	69
4.4	Upravljanje kvalitetom u destinaciji	70
4.4.1	Nagrađivanje izvrsnosti i dostignuća turističkih destinacija.....	70
4.4.2	Poticanje sigurnosti boravka turista.....	70
4.4.3	Europska destinacija izvrsnosti – EDEN.....	71
5	ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA	72
5.1	Međunarodne strukovne i srodne organizacije	72
5.1.1	Organizacije i udruženja NTO-a	72
5.1.2	Organizacije i udruženja turističke industrije	73
6	ADMINISTRATIVNI POSLOVI.....	75
6.1	Plaće	75
6.2	Materijalni troškovi	75
6.3	Tijela turističke zajednice	76
6.4	Troškovi poslovanja mreže predstavništava/ ispostava.....	76
7	REZERVA.....	78
8	POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE	78
9	FONDOVI	79
9.1.1	Sredstva Fonda za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent iz prethodne godine	79
9.1.2	Sredstva Fonda za udružene turističke zajednice iz prethodne godine	80
10	Financijski plan	81
10.1	Prihodi	81
10.2	Rashodi	82
10.3	Plan zaduživanja	88
ZAKLJUČAK.....		89

UVOD

I. Trendovi na svjetskom turističkom tržištu

Trenutno dostupni preliminarni podaci Svjetske turističke organizacije (UNWTO), vezani uz razdoblje siječanj-srpanj 2022.g., govore o značajnom oporavku međunarodnog turističkog prometa, koji je značajno uvećan (+172%) u odnosu na usporedivo razdoblje 2021.g. dosegavši brojku od 474 milijuna međunarodnih turističkih dolazaka (naspram 175 milijuna u prethodnoj godini). Pritom, valja naglasiti kako je s navedenim rezultatom međunarodni turistički promet dosegnuo približno 57% predpandemijskog rezultata iz usporedivog vremenskog intervala 2019.g.

Oporavak međunarodne turističke potražnje osobito je razvidan u lipnju i srpnju, s približno 207 milijuna međunarodnih turističkih dolazaka ostvarenih tijekom predmetnih mjeseci (44% ukupnog prometa za razdoblje siječanj-srpanj 2022.g.)

Grafikon 1.



Izvor: UNWTO - <https://www.unwto.org/>

Rezultati subregija, iako i dalje osjetno manji od predpandemijskih razina prometa, ukazuju na znatne razlike u pogledu oporavka turističke potražnje. Rezultatima iz 2019.g. najviše su se približile regije Bliskog istoka (-24% rezultata usporedivog razdoblja 2019.g.) te Europe (-26% rezultata usporedivog razdoblja 2019.g.). Najsporiji oporavak bilježi regija Azije i Pacifika, koja je još uvijek u padu od 86% u odnosu na rezultat usporedivog razdoblja 2019.g.

Osvrnemo li se detaljnije na Europu, kao nama najzanimljiviju receptivnu makroregiju, možemo konstatirati kako je snažna intraregionalna potražnja, ali i velik rast potražnje iz SAD-a (potaknute jačanjem američkog dolara u odnosu na EUR) rezultirala rastom broja

međunarodnih turističkih dolazaka od 190% u odnosu na razdoblje siječanj-srpanj 2021.g. Unatoč problemima u zračnom prijevozu, europske zračne luke u srpnju ove godine bilježe rast prometa od čak 94% u odnosu na srpanj 2021.g., dosegovši 85% prometa usporedivog razdoblja iz 2019.g. Subregija Južne Europe i Mediterana, u kojoj se nalazi i naša zemlja, bilježi najdinamičniji oporavak, s dosegnutih 85% predpandemijske razine prometa u prvih sedam mjeseci tekuće godine (istovremeno, Zapadna Europa je na 74%, a Sjeverna Europa na 73% predpandemijskog prometa). Tijekom samog srpnja, Južna Europa i Mediteran u odnosu na rezultate srpnja 2019.g., zaostajali su svega za 6%.

Robusni oporavak međunarodne turističke potražnje razvidan je ne samo kroz brojke ostvarenih međunarodnih turističkih dolazaka, već i kroz poslovne pokazatelje svih sektora turističke industrije (hotelski segment smještajne ponude, zrakoplovni prijevoznici, TO/TA i dr.) te kroz proporcionalni oporavak turističke potrošnje, tj. poslovnih prihoda od turizma.

II. Turistički rezultati Hrvatske tijekom 2022.g.

Ukupni rezultati

Prema podacima sustava eVisitor obrađenim na dan 3. listopada 2022.g., u razdoblju siječanj-rujan 2022.g. broj dolazaka stranih turista u Hrvatsku iznosio je 15.095.886 (+41% u usporedbi s razdobljem siječanj-rujan 2021.g.), dok je broj dolazaka domaćih turista istovremeno iznosio 2.140.514 (+12% u usporedbi s razdobljem siječanj-rujan 2021.g.).

U istom vremenskom razdoblju ostvareno je 88.239.246 noćenja stranih turista (+28% u usporedbi s razdobljem siječanj-rujan 2021.g.), kao i 11.486.970 noćenja domaćih turista (+2% u usporedbi s razdobljem siječanj-rujan 2021.g.).

Sveukupni (strani i domaći) broj dolazaka u razdoblju siječanj-rujan iznosio je 17.236.400 (+37% u usporedbi s razdobljem siječanj-rujan 2021.g.), a istovremeno je zabilježeno 99.726.216 sveukupnih noćenja (+24% u usporedbi s razdobljem siječanj-rujan 2021.g.).

S takvim rezultatom Hrvatska je dosegla razinu od 92% dolazaka te 97% noćenja zabilježenih tijekom usporedivog razdoblja predpandemijske, 2019.g., ostvarivši pokazatelje znatno bolje od svjetskog i europskog prosjeka.

Tablica 1.

	Turistički promet I-IX 2022.				
	Dolasci	Noćenja	Udjel u noćenjima (u %)	Indeks 2022./2021.	
				Dolasci	Noćenja
Strani	15.095.886	88.239.246	88,48%	140,96	128,18
Domaći	2.140.514	11.486.970	11,52%	111,84	101,65
UKUPNO	17.236.400	99.726.216	100,00%	136,54	124,44

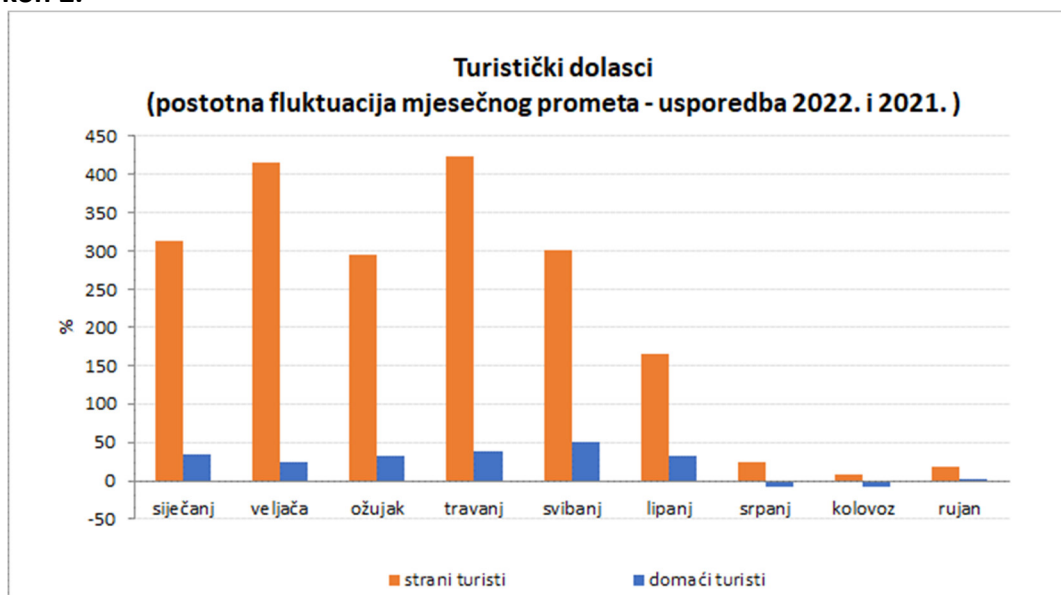
Izvor: HTZ (podaci eVisitor+integrirano eCrew)

Prilikom evaluacije prikazanih pokazatelja valja imati na umu kako se u ukupnim brojkama približno 468 tisuća turističkih dolazaka te 10,2 milijuna turističkih noćenja odnosi na nekomercijalni smještaj.

Pokazatelji turističkog prometa po mjesecima

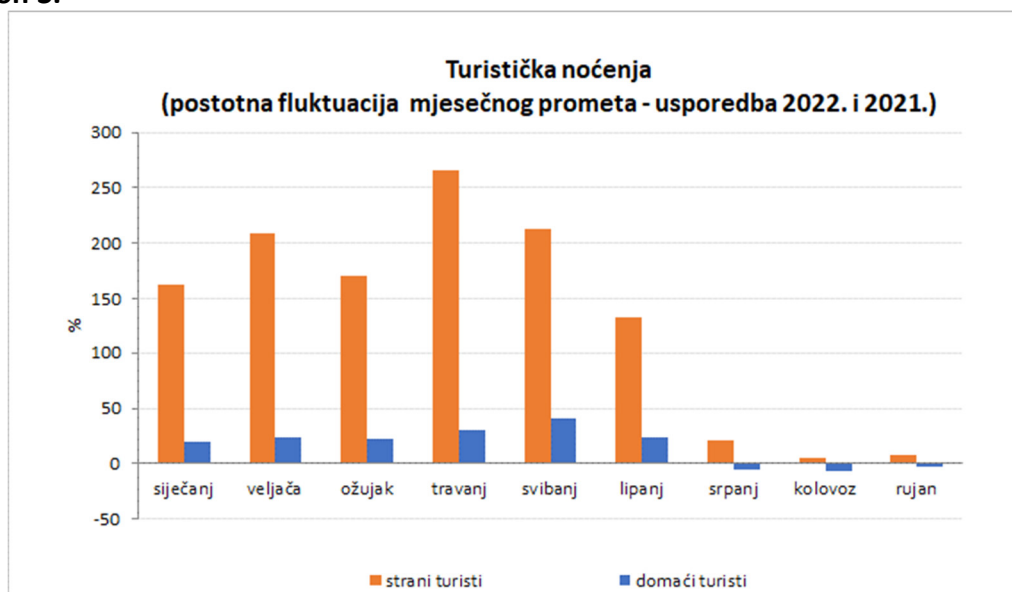
Sagleda li se turistički promet po mjesecima, razvidan je značajan rast prometa stranih turista tijekom cjelokupnog razdoblja siječanj-rujan (postotni rast veći je u predsezoni, no s osjetno manjim apsolutnim osnovicama prometa). Istovremeno, domaći promet bilježi značajan rast tijekom predsezone, no u vrhuncu sezone (srpanj i kolovoz, u noćenjima i rujan) dolazi do određene kontrakcije potražnje.

Grafikon 2.



Izvor: HTZ (podaci eVisitor+integrirano eCrew)

Grafikon 3.

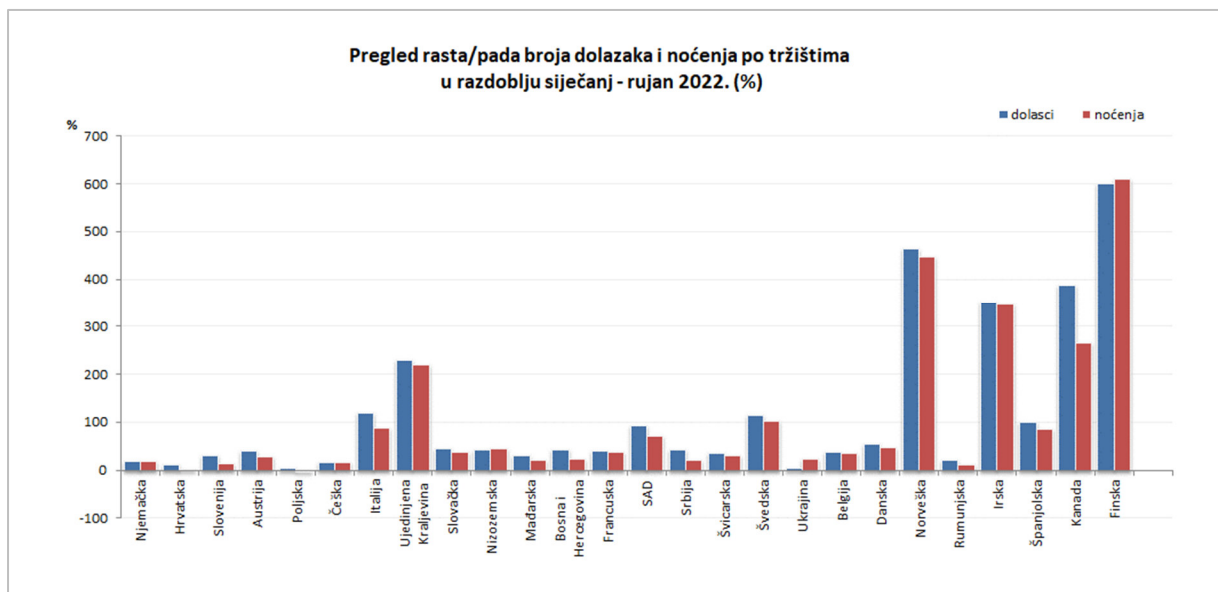


Izvor: HTZ (podaci eVisitor+integrirano eCrew)

Pokazatelji turističkog prometa po tržištima

Slijedom sveobuhvatnog povlačenja restrikcija vezanih uz COVID pandemiju u gotovo svim zemljama svijeta, kao i visoke razine potražnje za putovanjima („nadoknada“ za nerealizirana putovanja tijekom 2020. i 2021.g.), Hrvatska u razdoblju siječanj-rujan bilježi osjetan rast turističkog prometa s *de facto* svih značajnijih emitivnih tržišta (iznimka je tržište Rusije, s kojeg je promet drastično reduciran). Istovremeno, valja naglasiti da je s niza tržišta nadmašen rezultat usporedivog razdoblja 2019.g., primjerice iz Austrije, Češke, Nizozemske, Njemačke, Slovačke, Poljske i dr.

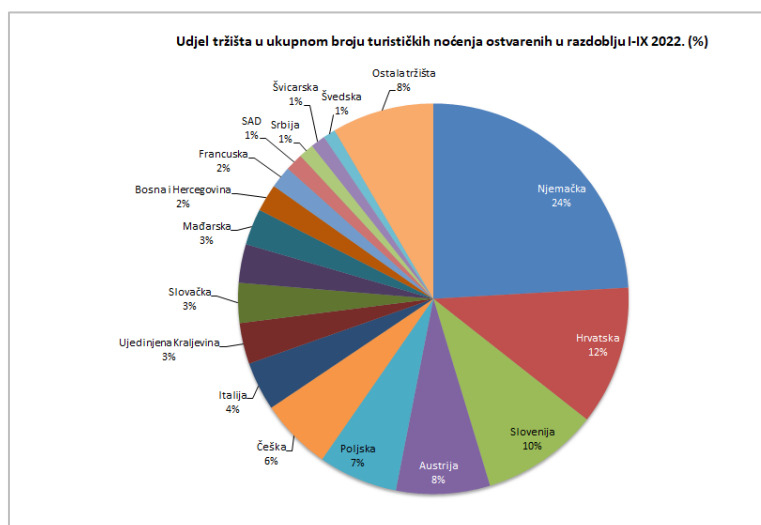
Grafikon 4.



Izvor: HTZ (podaci eVisitor+integrirano eCrew)

Unatoč globalno promijenjenim okolnostima, najznačajnije strano emitivno tržište za Hrvatsku i nadalje ostaje Njemačka, koja u razdoblju siječanj-rujan bilježi udjel u noćenjima od 24%. Na drugom je mjestu domaće tržište (12%), a potom slijede Slovenija (udjel 10%), Poljska (udjel 7%), itd.

Grafikon 5.



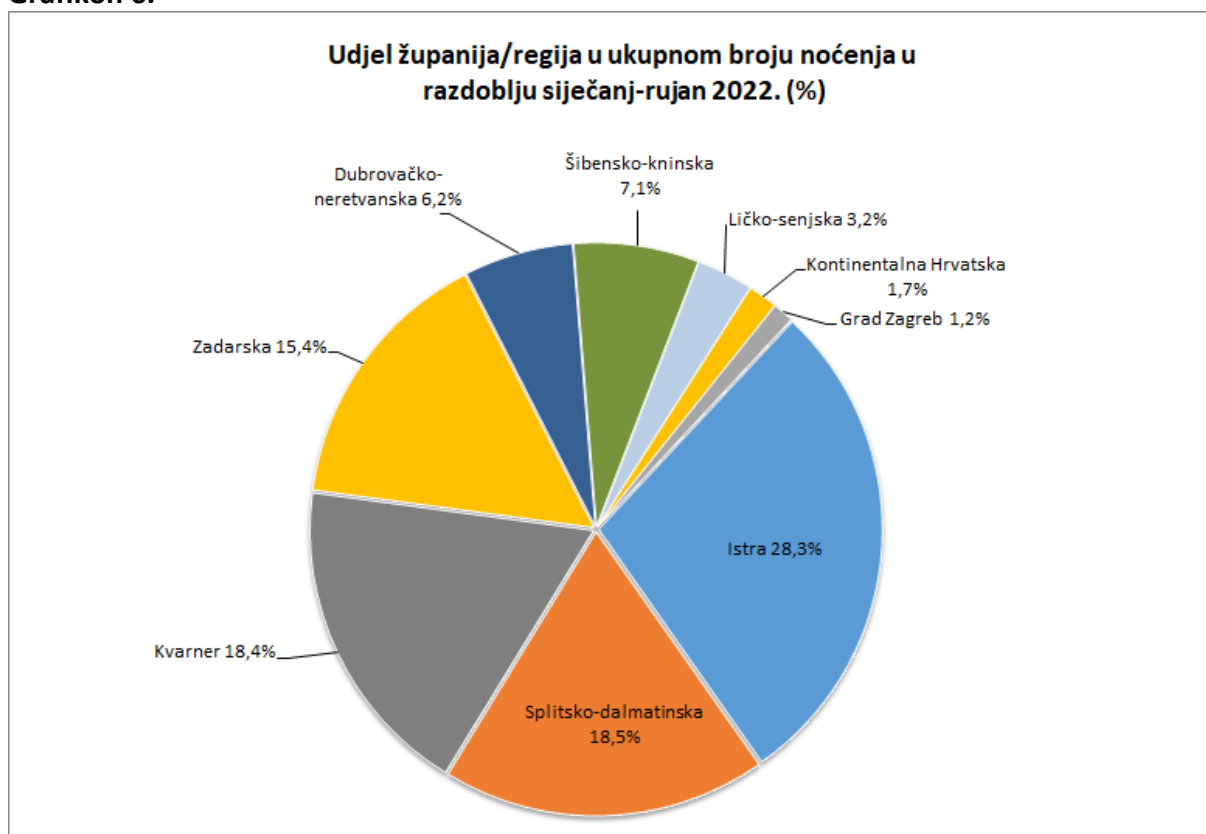
Izvor: HTZ (podaci eVisitor+integrirano eCrew)

Pokazatelji turističkog prometa po regijama/klasterima

Tijekom razdoblja siječanj-rujan Istra je ostvarila najveći udjel u ukupnom broju noćenja zabilježenih u Hrvatskoj (28%), a zatim slijede Splitsko-dalmatinska županija (19%), Kvarner (18%) te Zadarska županija (15%).

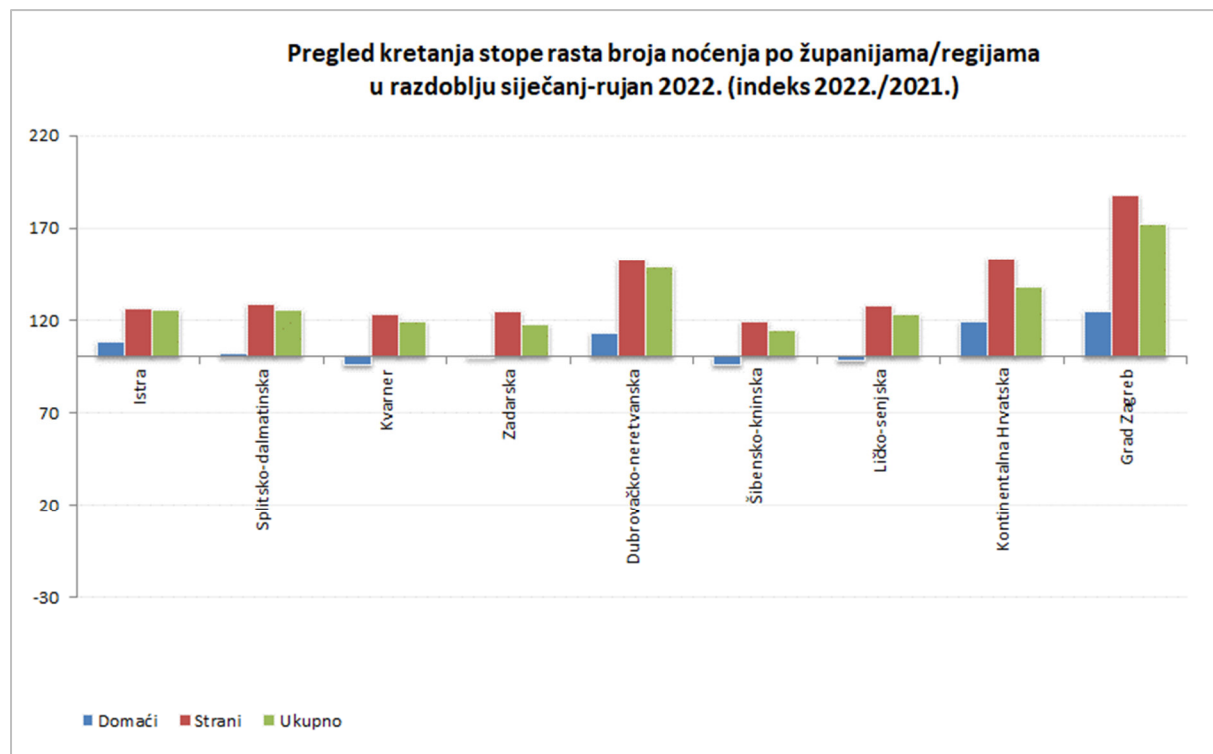
Sagledamo li ukupne pokazatelje noćenja za spomenuto razdoblje, razvidimo kako sve regije bilježe rast sveukupnog i stranog turističkog prometa, dok je domaći promet na području nekoliko regija neznatno manji.

Grafikon 6.



Izvor: HTZ (podaci eVisitor+integrirano eCrew)

Grafikon 7.



Izvor: HTZ (podaci eVisitor+integrirano eCrew)

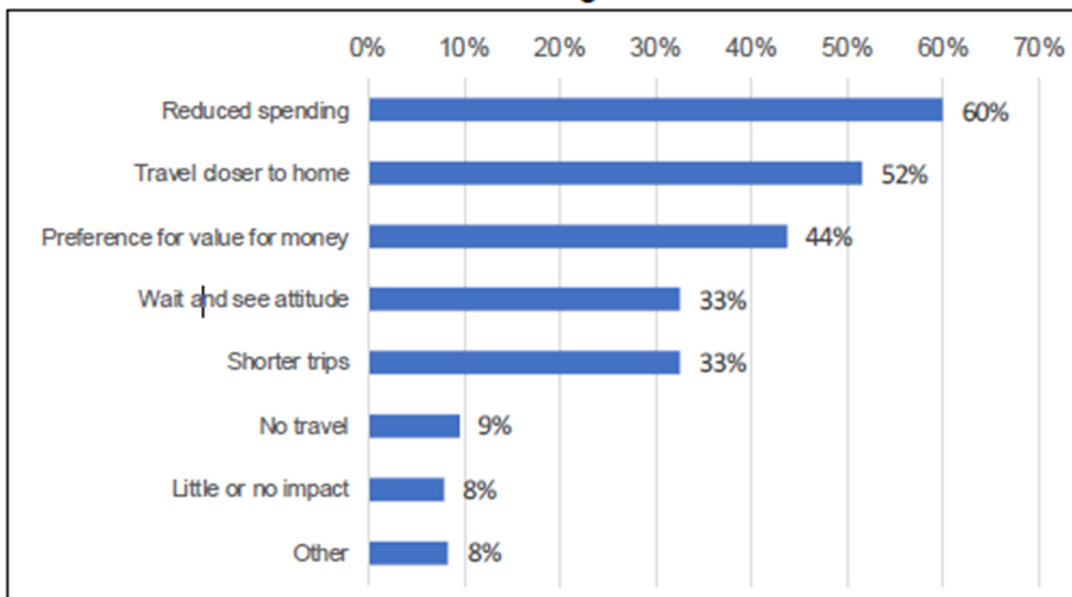
III. Srednjoročni trendovi i perspektive na svjetskom turističkom tržištu

Kada je riječ o daljnjoj evoluciji turističkog prometa na svjetskoj razini, perspektive međunarodnih turističkih tijekova valja promotriti kroz prizmu negativnih i pozitivnih čimbenika. Kao pozitivne čimbenike svakako je moguće istaknuti pojavu da se utjecaj COVID pandemije na turističku potražnju, u smislu suzdržanosti ili straha od putovanja, značajno smanjio, tj. da je na većini relevantnih emitivnih turističkih tržišta svijeta želja za putovanjima (teoretska namjera kratkoročnog i srednjoročnog poduzimanja turističkih putovanja) na visokoj razini. Na strani negativnih čimbenika moguće je istaknuti utjecaj niza političkih i gospodarskih kretanja, poput kontinuiteta tenzija vezanih uz ukrajinsku krizu, rekordnih stopa inflacije na području većine zemalja svijeta (popraćeni negativnim očekivanjima vezanim uz dostupnost i cijene energenata), daljnjeg rasta životnih troškova, potencijalnih problema u domeni distribucije određenih roba i usluga i dr.

Kao trendove koji će u najvećoj mjeri determinirati ponašanje (odlike) turističke potražnje u ostatku 2022.g. (vrlo vjerojatno i nadalje), imajući u vidu aktualno gospodarsko okruženje, UNWTO panel eksperata predviđa smanjenje turističke potrošnje (60% ispitanika), putovanja na bliže destinacije (52% ispitanika), snažniji fokus na odnos vrijednosti za novac (44% ispitanika), odgodu putovanja/čekanje daljnjeg razvoja situacije (33% ispitanika), kraća putovanja (33% ispitanika).

Grafikon 8.

What could be the potential impact in consumer behaviour in the remainder of 2022 due to the current global economic environment?

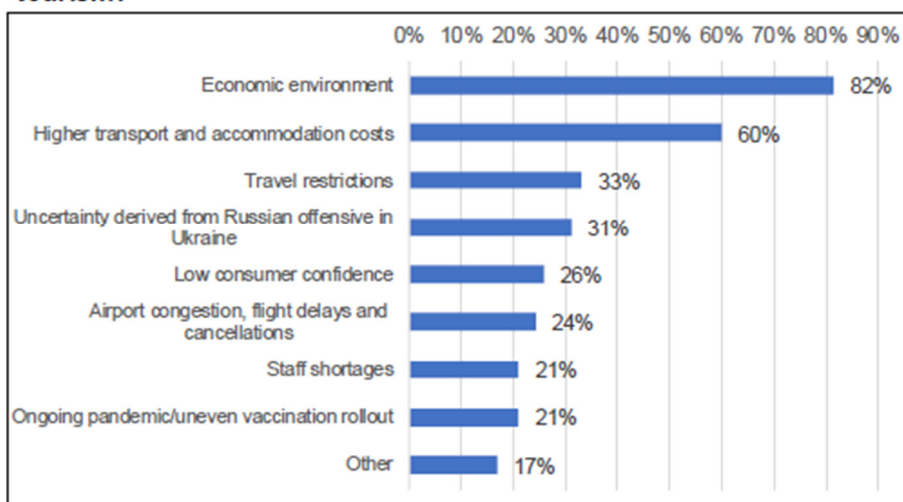


Izvor: UNWTO – <https://www.unwto.org/> - istraživanje panela eksperata

Kao čimbenike koji će u najvećoj mjeri utjecati na globalni oporavak turističkih tijekova, UNWTO panel eksperata ističe gospodarsko okruženje (82% ispitanika), rast cijena prijevoza i smještaja (60% ispitanika), ograničenja putovanja (33% ispitanika), nesigurnosti vezane uz ukrajinsku krizu (31% ispitanika) i nisku razinu potrošačkog povjerenja (26% ispitanika).

Grafikon 9.

What are the main factors weighing on the recovery of international tourism?

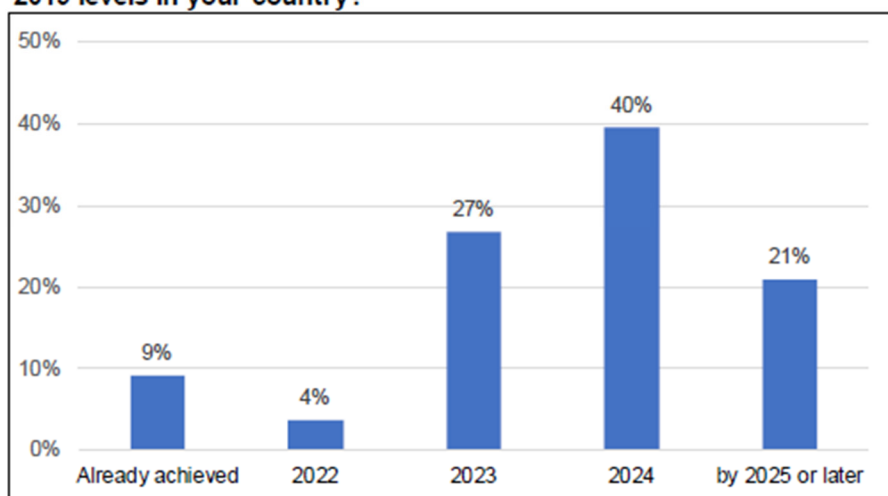


Izvor: UNWTO – <https://www.unwto.org/> - istraživanje panela eksperata

Većina eksperata potpuni povratak na predpandemijske razine prometa očekuje tijekom 2023.g. (27%) i 2024.g. (40%). Na predpandemijsku razinu prometa već se vratilo 9% destinacija, dok povratak do kraja 2022.g. očekuje njih 4%.

Grafikon 10.

When do you expect international tourism to return to pre-pandemic 2019 levels in your country?



Izvor: UNWTO - <https://www.unwto.org/> - istraživanje panela eksperata

IV. Evaluacija daljnjih perspektiva Hrvatske na svjetskom i europskom turističkom tržištu

Aktualna turistička godina za Hrvatsku se odvijala u okolnostima daljnjeg značajnog jačanja potražnje stranih turista, što je rezultiralo činjenicom da je u dosadašnjem dijelu godine dostignuta razina turističkog prometa vrlo bliska rezultatima iz 2019.g., čime su već treću godinu za redom turistička ostvarenja naše zemlje osjetno bolja od svjetskog i europskog prosjeka (prema javno dostupnim podacima UNWTO). Domicilna turistička potražnja istovremeno je rasla znatno sporije, što se može pripisati ekonomskim čimbenicima (rast cijena), ograničenoj dostupnosti ponude (uslijed snažnog rasta strane potražnje), odlasku dijela turista na odmor u inozemstvo (nakon potpunog „otvaranja“ većine destinacija i ukidanja COVID mjera) i dr.

Očekivanja za narednu turističku godinu potrebno je staviti u kontekst pozitivnih i negativnih čimbenika koji su velikim dijelom globalnog karaktera, a dijelom vezani uz određene specifičnosti hrvatske turističke ponude i pozicije zemlje na međunarodnom turističkom tržištu.

Želja za realizacijom turističkih putovanja svakako će globalno ostati na visokoj razini, što deklarativno povećava potencijal daljnjeg rasta međunarodnog turističkog prometa. S druge strane, negativne perspektive vezane uz gospodarske čimbenike (rekordna inflacija, pad standarda, potencijalni energetske problemi tijekom zime) određeni će postotak potencijalnih međunarodnih turista zasigurno navesti na promjene odluka vezanih uz putovanja, u smislu redukcije trajanja odmora, putovanja na bliže destinacije, ili pak potpunog odustajanja od putovanja.

Hrvatska i nadalje pozitivna očekivanja za narednu sezonu može graditi na generalno etabliranom nacionalnom turističkom brendu (vezanom uz niz pozitivnih elemenata poput lijepe prirode, bogate kulturne baštine, ugodne klime, dobre usluge i gostoljubivosti i sl.),

visokoj razini zadovoljstva turista i percepciji dobre vrijednosti za novac, dobroj geografskoj poziciji koja omogućuje laku dostupnost s niza relevantnih emitivnih tržišta Europe i dr.

Dominantan *image* destinacije sunca i mora, sa značajnim udjelom *budget* ponude i djelomičnom percepcijom problema uzrokovanih masovnim turizmom, elementi su koji mogu negativno utjecati na daljnju evoluciju našeg turističkog rezultata.

Imajući u vidu navedeno, u skladu s aktualnim postavkama Strategije razvoja održivog turizma do 2030.g. te preliminarnim postavkama Strateškog marketinškog i operativnog plana hrvatskog turizma do 2026.g. (*u izradi*), Hrvatska će predstojeća poslovna i marketinška nastojanja usmjeravati prema tome da bude prepoznata kao održiva destinacija visoke vrijednosti, nudeći širok spektar autentičnih kvalitetnih turističkih doživljaja, različitim segmentima turističke potražnje.

U takvom će kontekstu razvojne procese, kao i prateća marketinška i komunikacijska ulaganja nužno trebati usmjeriti prema:

- ponudi namijenjenoj turistima više platežne moći (naspram ponude za turiste koji gravitiraju *budget* ponudi),
- turizmu više i visoke dodane vrijednosti, ravnomjernije distribuiranom na području čitave zemlje (naspram razvoja masovnog turizma na obalnom području Jadrana),
- ponudi u pred i posezoni (naspram ponudi fokusiranoj na vrhunac ljetne sezone),
- ponudi temeljenoj na postulatima ekonomske, ekološke i socijalne održivosti,
- turističkim iskustvima visoke atraktivnosti, namijenjenih sofisticiranijim segmentima potrošača (turista) i dr.

Poslovne aktivnosti HTZ-a u narednoj godini, respektirajući formalni zakonski okvir, s pripadajućim zadaćama i ovlastima, usmjeravat će se prema jačanju pozicije uglednog marketinškog lidera u hrvatskoj turističkoj industriji, uz izvrsnost u pružanju tržišnih uvida, organizacijsku kompetentnost, inovativne i visoko učinkovite marketinške i komunikacijske aktivnosti, daljnje unaprjeđenje modela suradnje s dionicima iz industrije (poslovni partneri, sustav turističkih zajednica), programe usmjerene prema afirmaciji turistički manje razvijenih područja i dr.

Posebna pozornost bit će posvećena unaprjeđenju strategije tržišta (s fokusom na odabrane geozone dostupne cestovnim i zrakoplovnim prijevozom) i adekvatniju segmentaciju potražnje, s ciljem optimizacije ulaganja i postizanja većih komunikacijskih učinaka, posebice u digitalnoj domeni.

V. Osnovni parametri za planiranje prihoda prema izvorima

Turistička pristojba:

Planirano povećanje turističke pristojbe u odnosu na plan 2022.g. i usvojeni Rebalans 2022.g. temeljeno je na pozitivnim ostvarenjima turističkog prometa u 2022.g., a plan prihoda uvećan je jer se očekuju pozitivni učinci sljedećih mjera i pozitivnih trendova:

- za određeni broj turističkih zajednica donesene su odluke o većem iznosu turističke pristojbe za 2023.g.,

- očekuje se raniji početak turističke sezone, kao i produljenje trajanja posezone,
- izbor Hrvatske kao idealne auto destinacije, te postupni oporavak *long haul* (dalekih) tržišta kroz pojačane avio linije,
- dulji boravak turista u destinaciji,
- potpuni oporavak turističkog prometa u regijama koje su značajno bile pogođene globalnom pandemijom (prvenstveno u segmentu hotelskog smještaja).

Turistička članarina:

Plan prihoda turističke članarine temeljen je na podacima Porezne uprave o boljoj fiskalizaciji, te se iz tog razloga očekuju i bolji ostvareni prihodi gospodarskih djelatnosti koje su obveznici plaćanja turističke članarine. Naime, prema periodičkim dostupnim financijskim izvješćima pojedinih obveznika turističke članarine (za prvih 6 mjeseci 2022.g.) značajan rast prihoda ostvaren je kod turističkih tvrtki za smještaj, trgovine, industrije nafte.

Sredstva Državnog proračuna:

Prihodi Državnog proračuna planiraju se u skladu s prihvaćenim Državnim proračunom za 2022.g. i projekcijama za 2023.g. i 2024.g. kojeg je Hrvatski sabor donio 8. prosinca 2021. Plan se odnosi na stavku A587001 Turistička promidžba Republike Hrvatske.

Ostali prihodi:

Ostali prihodi u najvećoj mjeri odnose se na prihode od suizlaganja na sajmovima i kongresnim burzama te se isti planiraju veći u odnosu na 2022.g. zbog realizacije većeg dijela aktivnosti u fizičkom obliku. Ostatak prihoda odnosi se na pozitivne tečajne razlike i ostale prihode povezane s korištenjem imovine i obavljanjem aktivnosti kojim HTZ obavlja gospodarsku djelatnost. Plan je temeljen na procjenama iz 2022.g.

Preneseni prihodi:

Preneseni prihodi odnose se na aktivnosti započete u 2022. g. čija je realizacija izvjesna i koji će se u dijelu koji se odnosi na prijenos, ostvariti tijekom 2023.g. Također, iz dijela prenesenih prihoda prenose se i prihodi za financiranje projekata iz nautike koji će se realizirati u 2023.g.

Povrat sredstava EU (HDT):

Ministarstvo turizma i sporta nositelj je strateškog projekta pod nazivom „Hrvatski digitalni turizam – e Turizam“. Jedan od partnera na projektu je i Hrvatska turistička zajednica u dijelu razvoja turističkog informativnog portala (croatia.hr) i daljnjeg razvoja sustava eVisitor. Zbog prolongacije cijelog projekta te sklapanja određenih Aneksa određeni dio računa platit će se tek pred kraj 2022.g. te će se sredstva doznačiti u 2023.g.

Sredstva iz Fonda za nedovoljno turistički razvijena područja i kontinent i Fonda za udružene turističke zajednice:

Predmetna sredstva koristit će u 2023.g. u skladu s podzakonskim aktima (pravilnicima) koji reguliraju opseg i način financiranja aktivnosti iz navedenih Fondova.

U nastavku ovog dokumenta donosi se detaljan opis svih predmetnih aktivnosti i definiranih ciljeva planiranih za 2023.g.

1 ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE

Planirana sredstva

**359.314 eur
(2.707.252 kn)**

HTZ za potrebe strateškog planiranja i provođenja operativnih aktivnosti koristi sve dostupne i relevantne izvore informacija, podataka i analiza te kontinuirano provodi vlastite analize turističkog prometa i resursa kao i periodički ciljane tržišne istraživanja. Glavni cilj aktivnosti istraživanja je pružanje podrške u procesu odlučivanja o strategiji i operativnim programima kako bi se omogućilo donošenje informiranih odluka temeljenih na relevantnim podacima, uvidima i činjenicama.

U prikupljanju i objedinjavanju podataka, HTZ u velikoj mjeri koristi vlastite resurse kao i za provođenje tržišnih analiza i istraživanja, dok se dio istraživačkih aktivnosti realizira u suradnji s akademskim institucijama te kroz međunarodnu suradnju u okviru interesne skupine Market Intelligence Group ETC-a.

1.1 Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata

Planirana sredstva

0 eur

Nositelj: Sektor za informacijske sustave

(0 kn)

1.2 Istraživanje i analiza tržišta

Planirana sredstva

306.225 eur

Nositelj: Sektor za informacijske sustave

(2.307.252 kn)

Ciljevi koji se planiraju realizirati putem navedene mjere su podrška promidžbenim aktivnostima HTZ-a i turističkog sektora; podrška razvoju hrvatske turističke ponude kroz redovito informiranje turističkog sektora o trendovima na turističkim tržištima te podrška razvoju turističke ponude kroz prikupljanje i informiranje turističkog sektora o poslovanju smještajnog segmenta hrvatske turističke ponude i trendovima na turističkim tržištima.

Radi se o analizama kretanja i karakteristika smještajnih objekata, preferencija za različite oblike smještaja prema emitivnim tržištima i karakteristike potražnje te benchmarking poslovanja pružatelja usluga smještaja. Nadalje, analiziraju se trendovi potražnje s ključnih emitivnih tržišta koji se zajedno s ekonomskim trendovima i ostalim važnim poslovnim informacijama prezentiraju kroz mjesečna izvješća i godišnje profile tržišta. Primarnim istraživanjima na ključnim emitivnim tržištima utvrđuje se snaga turističkog brenda Hrvatska, odnosno prati se napredak u ostvarivanju strateškog cilja povećanja snage brenda, kao i zamijećenost marketinških kampanja.

1.2.1 Pripreme i objave analiza vezanih uz istraživanje tržišta

Planirana sredstva

3.982 eur

Nositelj: Sektor za informacijske sustave

(30.000 kn)

Odjel za istraživanje tržišta i analitiku

Temeljna turistička statistika Hrvatske

Navedena aktivnost obuhvaća kvantitativnu analizu i izvještajnu obradu (zasnovanu na statističkim podacima sustava turističkih zajednica Republike Hrvatske, odnosno na sustavu eVisitor) fizičkog prometa mjenog brojem turističkih dolazaka i noćenja, uz razradu prema geografskom (regionalnom) kriteriju, vrsti turističkih smještajnih kapaciteta i drugo.

Informacija o statističkim pokazateljima turističkog prometa (mjesečna edicija) objavljuje se u okviru sekcije „Informacije o tržištima“, na internetskim stranicama HTZ-a (poslovni dio) svakog mjeseca za prethodni mjesec. Predmetna edicija temelji se na statističkim podacima eVisitora te je nadograđena interpretacijskim i dodatnim informativnim sadržajima, poput infografika i slično. Za predmetnu aktivnost ne očekuju se troškovi s obzirom da se izrađuje vlastitim resursima unutar HTZ-a.

Analize iz područja turizma, kalendar praznika, pregled izravne zračne povezanosti, tržišni profili, tematske analize, ad-hoc izvješća

Aktivnost se provodi s ciljem kontinuiranog obavještanja javnosti, kao i pomoći svim dionicima javnog i privatnog sektora u procesima evaluacije ostvarenja i planiranja vlastitih aktivnosti. HTZ će prikupljene i obrađene informacije, kao i različite analize vezane uz turistička kretanja, kontinuirano objavljivati putem vlastitih internetskih stranica. Isti se temelje na:

- desk istraživanjima - prikupljanje relevantnih informacija besplatno dostupnih javnosti dostupnih kroz izvješća, studije, periodičke publikacije i druga izdanja domaćih i stranih subjekata, s ciljem obrade i objave relevantnih informacija namijenjenih informiranju javnosti;
- različitim tematskim programima tržišnih istraživanja koje HTZ provodi samostalno, ili u suradnji s drugim dionicima.

Navedena aktivnost uključuje i objavu kalendara praznika i blagdana na emitivnim tržištima, pregled direktne zračne povezanosti Hrvatske i emitivnih tržišta, tržišne profile te ostale tematske analize, vezane uz tržišne trendove/obrasce ponašanja potrošača.

Ad hoc izvješća/analize izrađuju se za potrebe Ministarstva turizma i sporta, tijela HTZ-a (Turističko vijeće HTZ, Skupština HTZ), kao i drugih instanci (Saborski Odbor za turizam i slično).

Ukupni rashodi za predmetnu točku programa rada uključuju predviđene troškove vezane uz otkup analiza/studija/baza podataka, kao i troškove grafičkog prijeloma/dizajna i lekture svih naprijed navedenih edicija.

Analize i istraživanja bit će distribuirane sukladno potrebama organizacijskih jedinica HTZ-a (kao i mreže predstavništava) i drugih dionika, tj. objavljena u okviru podstranica „Informacije o tržištima“ internetskog portala www.htz.hr.

1.2.2 Partnerski projekti u području istraživanja i analize

Planirana sredstva	158.903 eur
Nositelj: Sektor za informacijske sustave	(1.197.252 kn)
Odjel za istraživanje tržišta i analitiku	

Projekt „Benchmarking poslovanja subjekata u turizmu“

Nastavno na suradnju u prethodnim godinama projekt pod nazivom „*Benchmarking poslovanja subjekata u turizmu*“, iniciran, osmišljen i vođen od strane Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu iz Opatije nastavlja se tijekom 2023.g. Cilj projekta je bolje sagledavanje svih odlika turističkog prometa na području Hrvatske, kao nadopuna projektima HTZ-a (poput eVisitora) i različitim programima istraživanja/analizama (dostupnih putem internetskih stranica HTZ-a), čime se nastoji afirmirati model evaluacije ostvarenja i planiranja budućih aktivnosti utemeljen na nedvosmislenim pokazateljima trendova i ostvarenja na strani turističke ponude i potražnje, s konačnim ciljem postizanja maksimalne učinkovitosti u pogledu provedbe svih budućih poslovnih aktivnosti.

Suradnja s međunarodnim institucijama u području istraživanja tržišta

Predstavnici HTZ-a će tijekom 2023.g. sudjelovati na radnim sastancima, konferencijama i poslovnim radionicama u organizaciji domaćih i međunarodnih i/ili partnerskih institucija, kao članovi radnih skupina European Travel Commission-a, MIG – Market Intelligence Group i MIC – Market Intelligence Committee.

TOMAS Hrvatska

U 2023.g. nastavit će se terensko provođenje istraživanja TOMAS Hrvatska. Planirani kraj prikupljanja podataka je u lipnju 2023.g. dok se prvi rezultati istraživanja očekuju u jesen 2023.g.

TOMAS Nautika

Za terenski dio istraživanja planiran je završetak u 2022.g., a iznos planiran za 2023.g. odnosi se na plaćanje zadnje rate od ukupnog troška istraživanja, predviđene za plaćanje po isporuci rezultata i konačnog izvješća.

1.2.3 Nabava analiza/studija/baza podataka

Planirana sredstva	143.341 eur
Nositelj: Sektor za informacijske sustave	(1.080.000 kn)
Odjel za istraživanje tržišta i analitiku	

Brand tracking

Provest će se istraživanje pozicije brenda na ključnim emitivnim tržištima usklađeno s novim pozicioniranjem turističkog i redefinicijom brenda Hrvatske prema smjernicama novog SMOPHT-a.

Testiranje prijedloga novog komunikacijskog koncepta - *Big Idea*

Aktivnost obuhvaća tržišno istraživanje prihvaćanja i sviđanja prijedloga novih krovnih komunikacijskih koncepata među potencijalnim turistima na ključnim emitivnim tržištima s ciljem potpore procesu donošenja odluke o odabiru novog komunikacijskog koncepta.

1.3 Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti

Planirana sredstva

53.089 eur

Nositelj: Sektor za informacijske sustave

(400.000 kn)

Mjerenje učinkovitosti integriranih komunikacijskih aktivnosti HTZ

U 2023.g. predviđen je nastavak praćenja distribucije i usvajanja ključnih komunikacijskih poruka kroz oglašivačke i PR aktivnosti, tj. integrirane komunikacijske aktivnosti. Provjerit će se u kojoj mjeri ključna turistička tržišta percipiraju Hrvatsku u skladu s ciljevima integriranih komunikacijskih aktivnosti (PR i marketinških), odnosno, kakav je pomak u svjesnosti i povezivanju Hrvatske (kao turističke destinacije) sa željenom pozicijom. U istraživanje će biti uključena relevantna tržišta, u skladu s dosad provedenim istraživanjima (radi usporedivosti podataka) te planom oglašivačkih i PR aktivnosti koje će biti provedene tijekom prve polovice 2023.g.

Mjerenje učinkovitosti integriranih komunikacijskih aktivnosti sustava TZ

Nastavno na zakonsku zadaću HTZ-a, uspostavljanje mehanizma mjerenja i nadzora učinkovitosti provedenih promotivnih aktivnosti turističkih zajednica, u 2023.g. planira se provođenje aktivnosti u skladu sa smjernicama marketinškog djelovanja općenito i prema operativnim smjernicama za praćenje uspješnosti marketinških kampanja koje predviđa novi Strateški marketinški i operativni plan hrvatskog turizma 2022. do 2026.g.

2 RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA

Planirana sredstva	1.597.186 eur (12.034.000 kn)
---------------------------	--

U 2023.g., s ciljem stvaranja novih motiva dolazaka i boljeg pozicioniranja turističkih proizvoda na globalnom tržištu, HTZ će kroz vlastite programe kao i partnersku suradnju sa sustavom turističkih zajednica i ključnim dionicima turističkog sektora provoditi aktivnosti vezane uz unapređenje kvalitete i tržišne pozicije postojećih, kao i razvoj novih turističkih proizvoda. Planirane su aktivnosti označavanja kvalitete turističkih proizvoda održivog i ruralnog turizma, premium turističke ponude, eno-gasto ponude, zdravstvenog, kulturnog i nautičkog turizma s ciljem brendiranja i označavanja najkvalitetnijih sadržaja unutar pojedinih segmenata turističke ponude.

2.1 Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda

Planirana sredstva	26.545 eur (200.000 kn)
Nositelj: Sektor za sustav turističkih zajednica i razvoj proizvoda	

Ciljevi koji se planiraju su razvoj i diversifikacija turističke ponude kroz potpore razvoju i promociju posebnih oblika turizma s fokusom na turističku ponudu koja primjenjuje načela održivosti i inovativnosti, štiti i čuva kulturnu baštinu, poštuje socio-kulturnu autentičnost, promiče čišće i zdravije oblike prijevoza promicanjem sigurne i održive prometne politike.

2.1.1 Resursi i proizvodi aktivnog, pustolovnog i cikloturizma

Planirana sredstva	26.545 eur (200.000 kn)
Nositelj: Sektor za sustav turističkih zajednica i razvoj proizvoda Odjel za razvoj proizvoda	

U suradnji s regionalnim turističkim zajednicama planira se suradnja s ADFC-om (Allgemeiner Deutscher Fahrrad-Club), njemačkom nacionalnom udrugom biciklista koja ima više od 215 tisuća članova. U kampanjama za promociju biciklizma ADFC surađuje s mnogim klubovima, organizacijama i institucijama. Na europskoj je razini član Europske federacije biciklista (ECF). Uz svoju predanost ekološki osviještenoj i stoga održivoj mobilnosti, ADFC savjetuje o svim aspektima biciklizma pa tako i ciklo turizma. U ovoj godini planira se pilot projekt certificiranja ciklo turističkih ruta sjeverne i središnje Hrvatske.

U suradnji s regionalnom turističkom zajednicom Ličko-senjske županije, predstavništvom HTZ-a u Belgiji i Hrvatskim savezom hodanja planira se promocija događanja Hrvatskog festivala hodanja na belgijskom festivalu hodanja Tweedaagse Blankenberg.

2.2 Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda

Planirana sredstva

688.035 eur

Nositelj: Sektor za sustav turističkih zajednica i razvoj proizvoda

(5.184.000 kn)

Ciljevi koji se planiraju realizirati putem navedene aktivnosti su razvoj i poticanje domaće potražnje u pred i posezoni; razvoj, diversifikacija i promidžba raznovrsne turističke ponude kroz potpore razvoju i promociju posebnih oblika turizma te stvaranje pretpostavki za cjelogodišnji odmor (turizam) na prostoru cijele Hrvatske. Također, jedan od ciljeva je održavanje i povećanje razine interesa i turističke potražnje kroz suradnju s premium gastronomskim brendovima i aktivnostima vezanim uz razvoj i promociju premium ponude te povećanje udjela gostiju više platežne moći.

2.2.1 Označavanje kvalitete ponude ruralnog turizma

Planirana sredstva

42.471 eur

Nositelj: Sektor za sustav turističkih zajednica i razvoj proizvoda

(320.000 kn)

Odjel za razvoj proizvoda

Suradnja na projektu „Suncokret ruralnog turizma Hrvatske“

Hrvatska udruga za turizam i ruralni razvoj "Klub članova Selo" provodi godišnji projekt nacionalnog ocjenjivanja (turističkih) obiteljskih poljoprivrednih gospodarstva, poduzetnika u ruralnom turizmu, ruralno-turističkih projekata i manifestacija, tradicijske gastronomije ruralnih područja, vinskog turizma te zaštićenih proizvoda i održivog razvoja. Projekt uključuje ocjenjivanje i nagrađivanje subjekata i projekata iz segmenta ruralnog turizma. HTZ-u je kao partneru projekta omogućena vidljivost u svim kanalima komuniciranja, sudjelovanje u radu ocjenjivačke komisije te isticanje kao partnera projekta na završnom događanju.

Projekti razvoja održivog turizma

U 2023.g. HTZ će u suradnji s regionalnim turističkim zajednicama sudjelovati u projektima razvoja i unapređenja poticanja održivog turizma u destinacijama. Planira se sufinanciranje labelinga i/ili certificiranja iz domene održivog turizma. U skladu s navedenim provest će se i edukacije za sustav TZ te studijsko putovanje kako bi se vidjeli primjeri dobrih praksi.

Ecolabel - službena je eko-oznaka Europske unije kojom se označavanju „zeleni“ proizvodi i usluge tj. oni koji imaju manje nepovoljan utjecaj na okoliš tijekom životnog ciklusa u odnosu na istovrsne proizvode i usluge. Namijenjen je proizvodima koji se stavljaju na tržište EU. Znak EU *Ecolabel* je dokaz da proizvod ili usluga udovoljavaju visoko propisanim standardima zaštite okoliša.

Green destination – je neprofitna zaklada za održivi razvoj i prepoznatljivost destinacija. Certifikacija kroz *Green Destinations Standard* je krajnja razina globalnog priznanja kvalitete destinacije i održivog upravljanja destinacijom. *Green Destinations Certified* je program s akreditacijom GSTC-a (*Global Sustainable Tourism Council*) za destinacije koje teže potpunom pridržavanju standardnih smjernica *Green Destinations*.

2.2.2 Označavanje *premium* ponude

Planirana sredstva	92.906 eur
Nositelj: Sektor za sustav turističkih zajednica i razvoj proizvoda Odjel za razvoj proizvoda	(700.000 kn)

Cilj ove aktivnosti je razvijati i promovirati turističke proizvode namijenjene određenom segmentu gostiju te time utjecati na dodatnu potrošnju.

Suradnja s Nacionalnom udrugom obiteljskih i malih hotela

HTZ će provoditi aktivnosti u okviru zakonskih zadaća u suradnji s Nacionalnom udrugom obiteljskih i malih hotela i to u području promocije, zajedničkih nastupa na određenim sajmovima, provedbi kampanja te edukaciji, kao i ostalim aktivnostima.

Suradnja s Udrugom jedinstvenih hrvatskih hotela Stories

HTZ nastavlja suradnju s udruženjem jedinstvenih luksuznih hotela Stories i u 2023.g. gdje se planira sudjelovanje u nizu događanja koje se održavaju u sklopu luksuznih turističkih sajмова/radionica poput Connections luxury, Global travel week i Private Luxury, te sufinanciranje novih promotivnih materijala.

Suradnja s Udrugom jedinstvenih hrvatskih hotela Stories – LOOPS

Sudjelovanje i sufinanciranje nastupa u promociji i prezentaciji luksuzne ponude na 2 eventa Loop luxury eventa: Loop Summer i Loop CEE. Loop je one-stop platforma i zajednica koja omogućuje povezivanje s najboljim, vrhunskim dizajnerima putovanja, turoperatorima i medijima njemačkog govornog područja i tržištem srednje i istočne Europe.

Suradnja s Hrvatskom gospodarskom komorom na ažuriranju „Stories“ brošure

Za potrebe promocije ponude luksuznih hotela, HTZ će u suradnji s Hrvatskom gospodarskom komorom sufinancirati izradu, tj. ažuriranje i reprint brošure Stories u kojoj će biti predstavljena ponuda luksuznih hotela okupljenih pod brendom Stories.

Suradnja s Hrvatskom gospodarskom komorom u promociji luksuznog turizma na sajmu ILTM Cannes

Planira se nastup na jednom od najznačajnijih eventa luksuznog turizma u sklopu kojeg se održavaju sastanci sa zainteresiranim poslovnim partnerima te se predstavlja ponuda luksuznog turizma. Nastup na sajmu International Luxury Travel Market u Cannesu realizirat će se u suradnji s Hrvatskom gospodarskom komorom.

Suradnja s LUXBE

LUXBE (Luxury beyond) projekt pokrenut je 2020.g. u svrhu razvoja luksuznog turizma u cijeloj Hrvatskoj. Glavni cilj projekta je udruživanje domaćih brendova i unapređenje luksuzne ponude kao i umrežavanje sa stranim turoperatorima, trenutnim liderima u prodaji luksuznog turizma. LUXBE ideja potiče zajedničku suradnju okrenutu edukaciji te razvoju luksuznih turističkih proizvoda kako bi se Hrvatska što bolje pozicionirala na tržištu luksuznog/premium

turizma. U okviru poslovne suradnje, planirano je predstavljanje projekta LUXBE i hrvatske luksuzne turističke ponude na eventu u Dubrovniku.

2.2.3 Označavanje kvalitete eno gastro ponude

Planirana sredstva	497.711 eur
Nositelj: Sektor za sustav turističkih zajednica i razvoj proizvoda Odjel za razvoj proizvoda	(3.750.000 kn)

Ciljevi koji se planiraju realizirati su održavanje i povećanje razine interesa i turističke potražnje kroz suradnju s *premium* gastronomskim brendovima, povećanje udjela gostiju više platežne moći, razvoj i diversifikacija turističke ponude kroz potpore razvoju i promociju posebnih oblika turizma, te stvaranje pretpostavki za cjelogodišnji odmor (turizam) na prostoru cijele Hrvatske i ostvarivanja većih prihoda od turizma.

Suradnja s Michelinom na selekciji restorana i promociji hrvatske gastronomije

HTZ će nastaviti suradnju s vodećim svjetskim gastronomskim brendom *Michelin* potpisivanjem petogodišnjeg ugovora, kroz nekoliko ključnih aktivnosti. Hrvatski restorani koje će *Michelinovi* inspektori odabrati temeljem provedenog ocjenjivanja bit će vidljivi na internetskim stranicama u vlasništvu *Michelina*, na kanalima društvenih mreža te na aplikaciji MICHELIN Guide dostupnoj za Android i IOS mobilne uređaje.

Uz objavu nove selekcije restorana, fokus će biti i na PR aktivnostima kroz objavu šest turističkih eno-gastronomskih članaka na web stranici partnera s poveznicom na www.croatia.hr i tri prikladna *story*-ja na društvenim mrežama vezana uz selekciju.

Suradnja s Michelinom

U suradnji s partnerom za 2023.g. dogovorit će se aktivnosti s ciljem daljnje promocije *Michelinovih* restorana u Hrvatskoj. Planiraju se projekti kojima će se istaknuti renomirani restorani nositelji *Michelinovih* oznaka ili putem organiziranja nastavka snimanja serijala promotivnih videa ili putem organiziranja specijaliziranih studijskih putovanja, a razmatra se i organizacija posebnog eventa iščekivanja nove selekcije.

Suradnja s Gault & Millau

Nastavak suradnje na sufinanciranju novog *Gault&Millau* 2023. vodiča za Hrvatsku. HTZ podupire i sufinancira vodič od 2018.g. Riječ je o dvojezičnom vodiču od preko 500 stranica u kojem su recenzije više od 300 restorana i 110 vina. *Gault&Millau* je jedan od tri najutjecajnije svjetske vodiča kad je gastronomija u pitanju. Pokriva cijelu Hrvatsku i predstavlja različite kategorije restorana, od konoba i kleti do tradicionalnih restorana i *fine dininga*.

Suradnja s udrugom JRE Hrvatska na izdavanju nacionalnog JRE vodiča

HTZ će surađivati i s Udrugom *Jeunes Restaurateurs d'Europe* –Hrvatska. Udruga JRE je vodeća europska udruga *chefova*, od kojih više od polovice ima *Michelinove* zvjezdice.

Uz podršku HTZ-a, udruga *Jeunes Restaurateurs* (JRE) Hrvatske izdat će tiskano izdanje nacionalnog vodiča koji prezentira hrvatsku gastronomiju i destinacije kroz vodeće restorane članove JRE-a smještenih diljem zemlje.

Suradnja s JRE Hrvatska u organizaciji radionica i događanja

U suradnji s JRE Hrvatska, planira se sufinanciranje i sudjelovanje u aktivnostima kroz specijalizirane dvodnevne radionice s JRE chefovima koji će mladim kuharima budućim chefovima, pružiti specifična znanja hands-on metodom i sačuvati od zaborava temeljne okuse regionalnih gastronomija. Također, u sklopu suradnje HTZ pruža podršku u organizaciji eventa udruge poput *Talent&Passion* te *Meat&eat* prezentacijama.

Podrška eno-gastro događanjima

Planira se podrška događanjima, manifestacijama, edukacijama i seminarima kojima je cilj promocija hrvatske enogastronomije. Također, u okviru ove aktivnosti planira se i suradnja s renomiranim predstavnicima enogastro industrije poput hrvatskog gastronomskog udruženja *Chaine des Rotisseurs* te podrška predstavnicima hrvatskih enoloških udruženja.

Suradnja s The world's 50 best restaurants

Planira se suradnja s vodećim svjetskim brendom na dodatnoj *premium* diverzifikaciji i podizanju svijesti o izvrsnosti gastronomije. *The world's 50 best restaurants* godišnja je selekcija najboljih svjetskih restorana sukladno mišljenjima i iskustvima gotovo tisuću međunarodnih stručnjaka iz restoranske industrije.

2.2.4 Označavanje kvalitete ponude cikloturizma

Planirana sredstva	54.947 eur
Nositelj: Sektor za sustav turističkih zajednica i razvoj proizvoda Odjel za EU i srodne projekte	(414.000 kn)

Nastavno na EU projekt *MedCycleTour* koji je završio u 2020.g., HTZ će u 2023.g. nastaviti s daljnjim unaprjeđenjem i promocijom hrvatskog dijela transnacionalne rute *EuroVelo 8* te Hrvatske kao cikloturističke destinacije.

Održavanje i nadogradnja posebne internetske stranice www.eurovelo8.hr

Sadržaj internetske stranice posvećene hrvatskom dijelu rute *EuroVelo 8* bit će preveden na još jedan strani jezik te će se ugovoriti redovno godišnje održavanje i hosting servera. Stranica će se po potrebi nadograditi novim funkcionalnostima te redovno ažurirati podacima koji će se prikupljati od RTZ koje djeluju na području rute *EuroVelo 8*. Izrada stranice bila je sufinancirana EU sredstvima u sklopu projekta *MedCycleTour* te HTZ, kao projektni partner, ima obavezu održavati je funkcionalnom i vidljivom pet godina od završetka projekta *MedCycleTour*, odnosno do 2025.g.

Održavanje postojeće EuroVelo 8 signalizacije

Provest će se redovan godišnji terenski pregled i evaluacija stanja prometnih znakova za bicikliste (putokaza i znakova rute) na dionicama rute EuroVelo 8 u Hrvatskoj (Maslenica - Zadar, Preko – Tkon, Biograd na Moru - Šibenik i Šibenik – Žaborić). Temeljem izvještaja o zatečenom stanju znakova, procijenjeni dio oštećenih znakova će se sanirati i/ili zamijeniti. Izrada i postavljanje pilot EV8 signalizacije bila je sufinancirana EU sredstvima u sklopu projekta MedCycleTour te HTZ, kao projektni partner, ima obavezu održavati je pet godina od završetka projekta MedCycleTour, odnosno do 2025. godine.

Evaluacija rute EuroVelo 8 u Hrvatskoj

U suradnji s certificiranim EuroVelo inspektorom odnosno inspektorima, provest će se evaluacija postojeće trase rute EuroVelo 8 u Hrvatskoj (glavna ruta u dužini 1116 km te alternativne dionice u dužini od 357 km) kako bi se ruta optimizirala. Kada se utvrde potrebne modifikacije na ruti, izradit će se novi GPS tragovi za dionice te će se internetska stranica eurovelo8.hr ažurirati u skladu sa svim utvrđenim izmjenama rute. Sukladno kriterijima Europske biciklističke federacije (European Cyclists' Federation – ECF) koja upravlja cijelom mrežom EuroVelo, rutu treba evaluirati jednom godišnje.

Godišnji troškovi upravljanja rutom EuroVelo 8

Kao jedan od partnera u EU projektu MedCycleTour, HTZ je krajem 2020.g. potpisala transnacionalni Sporazum o partnerskom trogodišnjem upravljanju rutom EuroVelo 8 (*Long Term Management Agreement EuroVelo 8 – Mediterranean Route*) kojim se osigurava daljnji razvoj, unaprjeđenje te promocija te rute na europskoj razini. Sporazumom je definirana operativna i financijska raspodjela zadaća i aktivnosti svake pojedine zemlje koja je sudjelovala u projektu. Sporazum je potpisan krajem 2020.g. te je na snazi zaključno s 2023.g.

Sudjelovanje na poslovnim događanjima

Predstavnici HTZ-a sudjelovat će na nacionalnim i inozemnim konferencijama, radionicama i ostalim poslovnim događanjima vezanim uz mogućnosti korištenja EU fondova te prijave novih projekata u sklopu Višegodišnjeg financijskog okvira Europske unije za razdoblje 2021.-2027.g., kao i na događanjima vezanim uz promociju rute EuroVelo 8.

2.3 Podrška turističkoj industriji

Planirana sredstva	882.607 eur
Nositelj: Sektor za sustav turističkih zajednica i razvoj proizvoda	(6.650.000 kn)

Aktivnosti u okviru ove mjere, provode su u cilju razvoja i diversifikacije turističke ponude kroz potpore razvoju i promociju posebnih oblika turizma te kroz dodjelu potpora male vrijednosti za programe razvoja i uvođenja na tržište složenih turističkih proizvoda, aktiviranje neiskorištenih turističkih resursa i kreiranje novih motiva dolazaka turista na cijelom području Hrvatske.

2.3.1 Podrška projektima kulturnog turizma

Planirana sredstva	53.089 eur
Nositelj: Sektor za sustav turističkih zajednica i razvoj proizvoda Odjel za razvoj proizvoda	(400.000 kn)

HTZ planira suradnju sa subjektima iz javnog i privatnog sektora u cilju razvoja i promocije kulturnog turizma. Planiran je nastavak suradnje s Leksikografskim zavodom Miroslav Krleža na projektu LEXART. Također, planiran je nastavak razvoja filmskog turizma, kulturnih ruta te podrška ostalim projektima kulturnog turizma.

2.3.2 Podrška projektima zdravstvenog turizma

Planirana sredstva	29.199 eur
Nositelj: Sektor za sustav turističkih zajednica i razvoj proizvoda Odjel za razvoj proizvoda	(220.000 kn)

HTZ planira u 2023.g. nastaviti s podrškom u promociji zdravstvenog turizma na konferencijama, skupovima, edukacijama, radionicama i događanjima. Nastavak suradnje s *Health tourism industry* na promociji ponude zdravstvenog turizma. Planira se organizacija specijalizirane radionice u inozemstvu u suradnji s predstavništvima. U suradnji s Ministarstvom zdravstva i Ministarstvom turizma i sporta sudjelovat će se u nastavku projekta Zdravstveni turizam kojim će se izraditi Knjiga standarda zdravstvenog turizma sa smjernicama poslovne i digitalne implementacije i primjene. Cilj projekta je postići prepoznatljiv, originalan, komunikativan i suvremen vizualni identitet zdravstvenog turizma Republike Hrvatske.

2.3.3 Podrška projektima nautičkog turizma

Planirana sredstva	59.725 eur
Nositelj: Sektor za sustav turističkih zajednica i razvoj proizvoda Odjel za razvoj proizvoda	(450.000 kn)

Podrška inicijativama razvoja riječnog krizinga

U suradnji s regionalnim turističkim zajednicama Vukovarsko-srijemske, Osječko-baranjske, Brodsko-posavske i Sisačko-moslavačke županije planira se nastup na *Cruise & Rivercruise Convention* u Hamburgu, međunarodnom sajmu riječnih krstarenja. Planira se zajednički nastup destinacije Dunav, Drava, Sava te promocija programa za međunarodna riječna krstarenja.

Podrška organizaciji Croatia Charter Expo-u u sklopu Biograd Boat Show-a

U okviru ove aktivnosti planirana je suradnja s Ilirija d.o.o na održavanju 25. Biograd boat showa, jednom od najznačajnijih srednjoeuropskih nautičkih sajmova, kao i podrška Croatia Charter Expou koji predstavlja B2B event u sklopu sajma, a koji povezuje profesionalce iz nautike i nautičkog turizma.

2.3.4 Podrška razvoju destinacijskih menadžment kompanija (DMK)

Planirana sredstva	586.635 eur
Nositelj: Sektor za sustav turističkih zajednica i razvoj proizvoda Odjel za razvoj proizvoda	(4.420.000 kn)

HTZ će u okviru ove aktivnosti poticati razvoj destinacijskih menadžment kompanija i uvođenje na tržište složenih turističkih proizvoda.

Javni poziv za potpore programima DMK

Raspisat će se novi Javni poziv za potpore programima destinacijskih menadžment kompanija, sukladno definiranim uvjetima i kriterijima, a Odluku o odabiru programa i visini potpora donijet će Turističko vijeće HTZ-a. Predmet Javnog poziva je dodjela bespovratnih novčanih sredstava HTZ-a za programe razvoja i uvođenja na tržište složenih turističkih proizvoda za tržište posebnih interesa koji pridonose sljedećim ciljevima: aktiviranju neiskorištenih turističkih resursa i kreiranju novih motiva dolazaka turista na cijelom području Hrvatske, obogaćivanju turističke ponude, razvoju inovativnih proizvoda koji omogućavaju produljenje turističke sezone i smanjenje sezonalnosti te povećanje turističkog prometa, posebice u razdoblju pred i posezone te na kontinentu, stvaranju prepoznatljivog imidža Hrvatske kao destinacije turizma posebnih interesa te tržišnoj valorizaciji složenih turističkih proizvoda kao razloga dolaska turista u pojedinu destinaciju u Hrvatskoj. Program dodjele potpora uključuje i obavljanje nadzora, odnosno praćenje realizacije programa i kontrole namjenskog trošenja sredstava putem provođenja kontrolnih audita te pružanje opće i savjetodavne podrške.

Suradnja s UHPA-om na provođenju programa DMK

HTZ će na projektu razvoja destinacijskih menadžment kompanija surađivati s Udrugom hrvatskih putničkih agencija kroz provođenje niza aktivnosti. UHPA je i partner u provođenju Javnog poziva, osigurava opću i savjetodavnu podršku, organizira pripremni seminar te provodi kontrolne audite sukladno odredbama Javnog poziva. HTZ će sufinancirati izdavanje UHPA Directory-a 2022./2023., jedinstvenog adresara turističkih agencija u Hrvatskoj, koji se distribuira na turističkim sajmovima i predstavništvima HTZ-a u inozemstvu. Adresar sadrži popis agencija po regijama i specijalizacijama te omogućava korisnicima pretraživanje prema interesima, a HTZ u okviru suradnje ostvaruje pravo na oglasni prostor.

Organizacija DMK foruma

Planira se organizacija 9. nacionalnog DMK foruma. DMK forum je stručni skup na kojem agencije i turističke zajednice razmjenjuju iskustva, predstavljaju nove i dobre prakse uz predavanja renomiranih svjetskih predavača iz područja turizma, marketinga i destinacijskog menadžmenta.

2.3.5 Suradnja s udruženjima turističke industrije

Planirana sredstva	127.414 eur
Nositelj: Sektor za sustav turističkih zajednica i razvoj proizvoda Odjel za razvoj proizvoda/ Kongresni odjel/	(960.000 kn)

Suradnja s Nacionalnom udrugom obiteljskih i malih hotela

Planiran je nastavak suradnje s Nacionalnom udrugom obiteljskih i malih hotela na razvoju i promociji ponude Obiteljskih i malih hotela kao i podrška razvoju obiteljskih i malih hotela.

Suradnja sa Hrvatskom gospodarskom komorom na organizaciji Foruma obiteljskog smještaja

HTZ će biti partner u organizaciji Foruma obiteljskog smještaja Hrvatske gospodarske komore. Održavanjem Foruma želi se doprinijeti razvoju turizma osobito izvan sezone, odnosno unaprijediti raznolikost i kvalitetu turističke ponude te motivirati turiste za izbor turističke destinacije.

Suradnja s Kamping udruženjem Hrvatske

U 2023.g. planira se nastavak suradnje kroz projekt razvoja i promocije u cilju jačanja kamping ponude u Hrvatskoj te putem oglašavanja u specijaliziranim brošurama Croatia's Best Campsites i OK Mini Camps. Također, planirana je i podrška tradicionalnom Kamping kongresu koji već preko petnaest godina okuplja vodeće ljude hrvatske kamping industrije.

Suradnja s Hrvatskom udrugom turizma

HTZ u 2023.g. planira marketinšku suradnju s Hrvatskom udrugom turizma koja obuhvaća sufinanciranje projekata razvoja i promocije turističke ponude i subjekata članova Hrvatske udruge turizma namijenjenih daljnjem razvoju i promociji hrvatskog turizma.

Suradnja s Hrvatskim kuharskim savezom

Planira se podrška manifestaciji Dani hrvatskog kulinarstva - Nacionalna selekcija predstavnika Bocuse d'Or Croatia.

Suradnja s Hrvatskom udrugom profesionalaca kongresnog turizma

Nastavit će se suradnja s nacionalnom strukovnom udrugom HUPKT (Hrvatska udruga profesionalaca kongresnog turizma) čije članice su dionici kongresne i insentiv industrije u Hrvatskoj kroz nekoliko različitih aktivnosti. U suradnji s Hrvatskom udrugom profesionalaca kongresnog turizma nastavlja se program Hrvatskih kongresnih ambasadora čiji ciljevi su identificiranje, motiviranje edukacija i okupljanje vodećih hrvatskih stručnjaka iz ključnih područja razvoja za Hrvatsku i njihovo aktivno djelovanje unutar svojih stručnih krugova u međunarodnoj zajednici s ciljem dovođenja međunarodnih skupova udruženja u Hrvatsku; povećanje broja poslovnih skupova međunarodnih udruženja u Hrvatskoj kroz veći broj kandidatura; povećanje javne svijesti o značaju i ulozi međunarodnih poslovnih skupova na ekonomski, društveni i znanstveni razvoj društva i drugi.

U sklopu programa Hrvatskih kongresnih ambasadora, HTZ će sudjelovati i na tzv. MIM-ovima (*Meeting Industry Meeting*) u cilju okupljanja i upoznavanja članova, umrežavanja i stjecanja znanja o novostima iz MICE industrije.

U suradnji s HUPKT-om organizirat će se edukacija za predstavništva HTZ-a, koja provode aktivnosti poslovnog turizma, budući je u pitanju specifičan proizvod, kod kojeg je primarni motiv dolaska posao, a ne odmor.

Također, planira se sudjelovanje HTZ-a na Forumu hrvatske kongresne industrije koji se održava u prosincu i daje presjek rada u tekućoj godini kao i plan rada za iduću godinu uz teme koje su najaktualnije u tom trenutku u MICE industriji, a koje obrađuju eminentni domaći i svjetski stručnjaci.

Suradnja s Udrugom poslodavaca u hotelijerstvu Hrvatske – HOTREC

HTZ će nastaviti suradnju s UPUHH-om kroz brojne promotivne aktivnosti, ali i plaćanje polugodišnje članarine UPUHH-a u HOTREC-u.

Suradnja s Hrvatskom udrugom paraplegičara i tetraplegičara –HUPT

HTZ planira suradnju s Hrvatskom udrugom paraplegičara i tetraplegičara na izradi baze objekata, plaža, lokacija prilagođenih osobama s invaliditetom kroz analizu postojećeg stanja.

Suradnja s Hrvatskom obrtničkom komorom

HTZ planira suradnju s Hrvatskom obrtničkom komorom s ciljem promocije ugostiteljstva i gastronomije.

2.3.6 Podrška razvoju poslovnog turizma

Planirana sredstva	26.545 eur
Nositelj: Sektor za sustav turističkih zajednica i razvoj proizvoda Kongresni odjel	(200.000 kn)

U okviru aktivnosti podrške razvoju poslovnog turizma, sredstva će se usmjeriti na produkciju i distribuciju sadržaja o poslovnom turizmu, prije svega za potrebe web stranice poslovnog turizma.

U skladu sa SMOPHT dodatno će se napraviti analiza stanja i smjernica poslovnog turizma za glavne kongresne destinacije. Istraživanje bi obuhvatilo i pregled stanja i primjenu aktualnih trendova, između ostalog trendova koji se odnose na digitalnu bazu podataka i prikupljanje podataka.

3 KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE

Planirana sredstva	23.712.503 eur (178.661.857 kn)
--------------------	------------------------------------

3.1 Definiranje branding sustava i brend arhitekture

Planirana sredstva	265.446 eur (2.000.000 kn)
Nositelj: Sektor za brend	

Ciljevi koji se planiraju realizirati ovom taktikom su održavanje i povećanje razine interesa i turističke potražnje za Hrvatskom na emitivnim tržištima; unaprjeđivanje poznavanja hrvatske turističke ponude, raznolikosti portfelja turističkih proizvoda i mogućnost provođenja različitih vrsta odmora na prostoru cijele Hrvatske tijekom cijele godine te razvoj, diversifikacija i promidžba raznovrsne turističke ponude Hrvatske.

3.1.1 Izrada brend arhitekture i kreativnog koncepta brenda

Planirana sredstva	265.446 eur (2.000.000 kn)
Nositelj: Sektor za brend Odjel za brend	

Izrada novog krovnog komunikacijskog koncepta (SMOPHT), definiranje brend arhitekture i proizvodnih brendova- izrada brand book-a

Izrađeni SMOPHT će dati strateške smjernice prema kojima će se raspisati natječaj za izradu krovnog komunikacijskog koncepta i ideje te brand arhitekture. Proces natječaja za izradu koncepta provodit će se u dvije faze, uključujući predselekciju, prijedloge selektiranih agencija, ispitivanje na tržištu (Odjel za istraživanje tržišta) i finalno ocjenjivanje. Novi koncept trebao bi dati smjernice komunikacije glavnih atributa, implementacijski priručnik, novi vizualni identitet, logotip i slogan hrvatskog turizma. Također, razvoj novog krovnog komunikacijskog koncepta uključuje i definiranje brand arhitekture (simboli, boje, ikone, motivi, poveznice s krovnom idejom).

Izrada novog kreativnog koncepta za kampanje HTZ-a koje komuniciraju krovni brend Full of life, turističke proizvode na domaćem i emitivnim tržištima

Izrađeno kreativno rješenje za promotivnu kampanju HTZ-a u 2023.g. na emitivnim tržištima uključuje kreativni koncept i idejno-likovno rješenje za online bannere, print oglase, promotivne video spotove te ekstenziju ideje i primjenu na društvenim mrežama. Promotivna kampanja će obuhvatiti promociju brenda hrvatskog turizma kroz 8 ključnih turističkih proizvoda prema zadanim ciljevima.

Izrada kreativnog koncepta i produkcija kampanje *Doživi domaće. Istraži ruralnu Hrvatsku!*

U 2023. g. planira se nastavak kampanje namijenjene domaćem tržištu *Doživi domaće. Istraži ruralnu Hrvatsku!*. Postojeći kreativni koncept kampanje iz 2021. g. će se nadograditi kroz osmišljavanje novih tematskih cjelina u sklopu promocije ruralnog dijela Hrvatske. Izraditi će

se 12 informativnih priloga u trajanju od 3 do 5 minuta, 3 trailera i fotografija iz ruralnog područja Hrvatske, a sve kako bi se ruralni krajevi Hrvatske promovirali ciljanoj publici kao poželjna destinacija boravka i odmora gostiju i turista.

Izrada i nabava novog prijedloga dizajna sajamskih uniformi

Nastavno na novi krovni komunikacijski koncept provest će se natječaj za prijedlog dizajna i nabavu novih uniformi za sajamsko osoblje, kako bi bile usklađene s novim izgledom štanda.

Izrada novog prijedloga vizualnog identiteta štanda na sajmovima

Nastavno na novi krovni komunikacijski koncept provest će se natječaj za novu konceptualizaciju nastupa HTZ-a na turističkim sajmovima prema zadanim smjernicama. Novom konceptualizacijom će se obuhvatiti novo rješenje za dizajn štanda te tehnička dokumentacija za isti. Prema odabranom rješenju, raspisat će natječaj za tehničku izvedbu i opremanje štanda.

Dizajn promotivnih materijala

Aktivnost se odnosi na oblikovanje i dizajn promotivnih materijala za sve projekte izvan glavne promotivne kampanje HTZ-a.

3.2 Oglašavanje destinacijskog brenda, turističke ponude i proizvoda

Planirana sredstva	8.019.776 eur
Nositelj: Sektor za promociju i oglašavanje	(60.425.000 kn)
Sektor za sustav turističkih zajednica i razvoj proizvoda	

HTZ tijekom cijele godine provodi veći broj promotivnih kampanja u zemlji i inozemstvu te na domaćem tržištu. Raspored ukupnog budžeta za oglašavanje po emitivnim tržištima izrađen je uzimajući u obzir sljedeće kriterije: broj dolazaka i noćenja s pojedinog emitivnog tržišta, broj i udio noćenja po tržištu, prosječna dnevna potrošnja, trend povećanja dolazaka, potencijal određenog tržišta te podaci Odjela za istraživanja tržišta i analitiku o *brand trackingu*.

HTZ je zadužen za provedbu svih aktivnosti oglašavanja/zakupa medija vezanih za kampanje i projekte koje provodi na emitivnim tržištima i na domaćem tržištu. Zakup medija provodi se putem medijskih agencija te direktno od strane nadležnih organizacijskih jedinica. Medijske agencije, prema uputama HTZ-a vrše zakup medija na emitivnim tržištima za koja su odabrane putem javnog natječaja. Kanali za koje medijske agencije vrše zakup su: print, TV, OOH, DOOH, radio i online (posebni formati kao što su native, storytelling, advertorijali, specijalizirane mikro web stranice itd.).

3.2.1 Opće oglašavanje i tržišne aktivnosti

Planirana sredstva	5.929.391 eur
Nositelj: Sektor za promociju i oglašavanje	(44.675.000 kn)
Odjel za planiranje i promociju na tržištima	

Promidžbene kampanje na inozemnim tržištima

Podaci istraživanja o efikasnosti i učinku komunikacijskih kampanja koje provodi HTZ, pokazuju da su neka emitivna tržišta dosegla zadovoljavajući nivo prepoznatljivosti, dok na nekima još uvijek ima prostora za ovaj oblik brendiranja. Također, određeni proizvodi koji se komuniciraju različito su prihvaćeni na raznim tržištima tako da će se raspored proizvoda u samoj komunikacijskoj strategiji za 2023.g. vršiti sukladno inputima i preferencijama tržišta kako bi u maksimalnoj mogućoj mjeri zainteresirali ciljnu skupinu za pregled sadržaja koji se komunicira.

Oglašavanje na inozemnim tržištima bit će orijentirano na promociju određenih turističkih proizvoda, postizanje što većeg dosega među ciljnim skupinama i poticanje dolazaka u sezoni te pred i posezoni. Također, jedan od fokusa bit će i provođenje kampanja s ciljem poticanja ranog bookinga na određenim tržištima.

Oglašavanje je planirano na većini emitivnih tržišta na kojima HTZ ima svoja predstavništva. Intenzitet oglašavanja ovisi o cijeni oglašavanja na pojedinom tržištu te raspoloživom budžetu prema prioritetnim tržištima koja će biti definirana novim strateškim marketinškim planom.

Promidžbene kampanje oglašavat će točno određene turističke proizvode od najbitnijeg interesa za svako tržište, a vremenski termini pokretanja kampanja ovisit će o specifičnostima svakog tržišta te optimalnim terminima za najveći i najefikasniji doseg pojedinog odabranog komunikacijskog kanala.

Oglašavanje promidžbenih kampanja provodit će se putem online i offline kanala putem medijskih agencija koje će biti odabrane putem javnog poziva odnosno direktnim zakupom medija od strane HTZ-a. Izbor kanala ovisi o budžetu za određeno tržište, efikasnosti određenog kanala u odnosu na doseg ciljane publike te prijedlogu media plana od strane medijske agencije i mogućnostima direktnog zakupa medija.

Online kanali u promidžbenim kampanjama

Fokus oglašavanja bit će na atraktivnim formatima oglašavanja (*banneri* velikog formata, *rich-media* oglasi, video i sl.), uz adekvatno korištenje forme native oglašavanja, objave advertorijala, PR članaka, *storytellinga* i sl., vezano uz ključne teme/proizvode, ovisno o pojedinom tržištu, dobu godine i drugim ključnim parametrima. Također, uz navedene kanale oglašavanja koristit će se *social media* kanali (Facebook, Instagram, YouTube) čiji izbor i iznos budžeta ovisi o važnosti emitivnih tržišta na kojima se određena kampanja odvija te popularnosti određenih mreža na tim tržištima.

Offline kanali u promidžbenim kampanjama

Offline oglašavanje podrazumijeva oglašavanje u tiskanim medijima, TV-u, digitalnoj televiziji (VOD), vanjskom oglašavanje putem *billboarda*, *citylightova*, *mega boardova*, digitalnih *citylightova* te ostalih OOH i DOOH formata.

Zakup oglasnog prostora na pojedinom tržištu najvećim dijelom vrši izabrana medijska agencija, a određene aktivnosti oglašavanja provode i direktno nadležne organizacijske jedinice HTZ-a.

Promidžbene kampanje na domaćem tržištu

U 2023.g. HTZ provodit će tri kampanje usmjerene na domaće tržište: kampanju **Doživi domaće. Istraži ruralnu Hrvatsku!**, **Mjesec hrvatskog turizma** te kampanju vezanu uz promociju **Hrvatske turističke kartice**.

Kampanja **Doživi domaće. Istraži ruralnu Hrvatsku!** nastavak je već započete komunikacijske platforme iz 2021.g. pokrenute s ciljem promocije turističke ponude vezane uz ruralni turizam te otkrivanje manje poznatih destinacija i iskustava koje imaju ponuditi posjetiteljima. Kampanja se provodi na online i offline kanalima i koristi različite formate koji osiguravaju najveći mogući doseg komunikacijskih poruka kampanje.

Kampanja **Mjesec hrvatskog turizma** provodit će se prema konceptu usuglašenom 2021.g. kad je mjesec listopad definiran kao Mjesec hrvatskog turizma s dugoročnim potencijalom. Cilj kampanje je potaknuti potražnju domaćih gostiju za putovanjima unutar zemlje, u najvećoj mjeri izvan sezone. Kampanja je namijenjena primarno domaćim turistima u cilju stvaranja navike putovanja i izvan visoke sezone, približavanje manje poznatih destinacija te stvaranju veće potražnje za noćenjima i ostalim uslugama u turizmu. Kampanja će se oglašavati na području Hrvatske, na online i offline kanalima u cilju postizanja što većeg dosega poruke same kampanje.

Kampanja za promociju **Hrvatske turističke kartice** ima za cilj podizanje razine svijesti o koristima korištenja kartice od strane poslodavaca, ali i upoznavanje krajnjih korisnika s mogućnostima i prednostima koje ova kartica pruža.

Projektna suradnja s domaćim medijima

Određeni dio promocije na domaćem tržištu planiran je i kroz projektne marketinške suradnje na projektima koji komuniciraju točno određeni turistički proizvod ili je njihova svrha od velikog značaja za kreiranje turističke ponude na samoj destinaciji i privlačenje određenog broja domaćih gostiju.

Obzirom na udio domaćih gostiju u ukupnom broju dolazaka i noćenja, određeni dio komunikacije i oglašavanja i ove će godine biti usmjeren prema toj ciljnoj skupini kako bi se ostvario maksimalni potencijal domaćih gostiju u ukupnom turističkom prometu te potaknula turistička aktivnosti i izvan sezone.

Podrška se odnosi na sve oblike i kanale oglašavanja, marketinških i PR suradnji prilagođenih ideji i poruci koja se komunicira.

Suradnja s domaćim medijima uključuje sklapanje posebnih „tailor-made“ tematskih suradnji s najznačajnijim nacionalnim medijima. Radi se o projektima velikih domaćih nacionalnih izdavačkih kuća i njihovih izdanja prilagođenih specifičnim segmentima ciljne skupine kao što su Nautička patrola, Turistička patrola, Dobri restorani, Like travel, Najiznajmiljivači i drugi. Odabir projekata za suradnju ovisit će o samoj kvaliteti, kreativnosti i iznosu ponude te usklađenosti ponuđenih projektnih ciljeva s ciljevima komuniciranja HTZ-a.

Vanjsko oglašavanje u zemlji

Kanal vanjskog oglašavanja u Hrvatskoj koristit će se za komuniciranje ključnih poruka usmjerenih na domaće turiste, ali i na strane turiste koji se već nalaze u zemlji. Cilj ovih

aktivnosti osim povećanja turističkog prometa domaćih turista je i povećanje potrošnje i prosječnog boravka stranih turista koji su već ostvarili dolazak. Fokus ovih aktivnosti je na komunikaciji širine turističke ponude, različitost dostupnih turističkih proizvoda te specifičnosti određenih destinacija.

U planu za 2023.g. je nastavak oglašavanja na digitalnim panelima na najfrekventnijim lokacijama u gradovima/destinacijama diljem Hrvatske (npr. „Go2 Digital“) koji će se uz oglašavanje određenih turističkih proizvoda, paneli koristiti i kao jedan od komunikacijskih kanala za kampanje koje HTZ provodi na domaćem tržištu.

Također, za pružanje informacije o dodatnoj ponudi i destinacijama gostima u Hrvatskoj u tijeku sezone planira se i oglašavanje na samim plažama putem plasiranja poruka na primjerice spasilačkim tornjevima i kabinama za presvlačenje.

Posebni marketinški projekti i oglašavanje predstavništava HTZ-a ili samostalno

Posebne aktivnosti oglašavanja, uključujući i posebne marketinške projekte, provodit će se s ciljem zadovoljavanja specifičnih potreba emitivnih tržišta i kao dopuna ostalim promotivnim aktivnostima HTZ-a za postizanje što jačeg komunikacijskog efekta. Odabir aktivnosti za svako pojedino tržište ovisit će o raspoloživom budžetu, doprinosu ključnim ciljevima i dosegom prema ciljanoj skupini te prijedlogu i ocjeni kvalitete aktivnosti od strane predstavništava HTZ-a.

Opći troškovi provedbe aktivnosti oglašavanja

Planirani troškovi odnose se na sudjelovanje na konferencijama i edukacijama koji su od iznimnog značaja za Sektor za promociju i oglašavanje s ciljem usvajanja novih znanja i vještina te dodatnog usavršavanja ranije stečenih stručnih znanja. Obzirom na dinamiku promjena u oglašavanju, bitno je kontinuirano pratiti nove trendove i tehnologije koje bi mogli primijeniti u svakodnevnom radu.

3.2.2 Online oglašavanje i komunikacija na društvenim mrežama

Planirana sredstva	2.090.384 eur
Nositelj: Sektor za promociju i oglašavanje Odjel za online oglašavanje	(15.750.000 kn)

Online oglašavanje pa tako i društvene mreže izrazito su bitan i učinkovit kanal za marketinške aktivnosti, stoga je i cilj dodatno povećati prisutnost na istima, osnažiti brend Hrvatske kao turističke destinacije te povećati njegovu prepoznatljivost. Također, jedan od bitnih ciljeva je stvaranje svjesnosti o dodatnoj turističkoj ponudi Hrvatske u razdoblju pred i posezone. HTZ vrši direktan zakup sljedećih online kanala: Google platforme (tražilica, Youtube, Programmatic oglašavanje – DV360), Facebook, Instagram i drugih po potrebi.

Oglašavanje na svim gore spomenutim online kanalima radi se potpuno autonomno iz Odjela za online oglašavanje što omogućuje da se oglašavanje u svakom trenutku može pokrenuti ili zaustaviti. Isto omogućuje maksimalnu fleksibilnost oglašavanja i najvišu moguću efikasnost potrošnje budžeta.

Oglašavanje na društvenim mrežama (Facebook, Instagram i YouTube), oglašavanje na Google tražilici i Programmatic oglašavanje planirano je na određenom broju stranih i na domaćem

tržištu, ovisno o cijeni oglašavanja na pojedinom tržištu, raspoloživom budžetu i prioritetu tržištima koje će biti definirano novim SMOPHT-om. Oglašavanje na spomenutim kanalima vrši se paralelno s ostalim promotivnim aktivnostima u svrhu postizanja što jačeg marketinškog komunikacijskog efekta. Tijekom kampanja oglašavat će se odabrani turistički proizvodi, obzirom na interes samog tržišta kao i na fokus kampanje.

Oglašavanje na Facebooku

HTZ u 2023.g. planira nastaviti oglašavanje na jednoj od najpopularnijih društvenih mreža koja broji više 2.9 mlrd. aktivnih mjesečnih korisnika. Za Facebook oglašavanje koristit će se komunikacija putem slikovnog i video formata oglasa s ciljem što veće interakcije korisnika sa sadržajem oglasa, stope klika na oglas i konverzije.

Oglašavanje na Instagramu

Nastavlja se i oglašavanje na Instagramu koji broji više od 1,4 mlrd. aktivnih mjesečnih korisnika, mlađih dobnih skupina. Instagram oglašavanje koristit će se za komunikaciju putem slikovnog i video formata oglasa s ciljem što veće interakcije korisnika sa sadržajem oglasa.

Oglašavanje na Youtube

Video kao format oglasa posebno je pogodan za prikazivanje ljepota destinacije, ali i za emotivno prenošenje turističkih priča i doživljaja. Youtube je najveća svjetska video platforma, s 2,4 mlrd. mjesečnih korisnika u 2022.g. Ima izuzetno velik doseg što je vrlo učinkovito za jačanje brend imidža i percepcije Hrvatske kao turističke destinacije. Za oglašavanje na pojedinom tržištu video materijali će se prilagođavati na određene jezične varijante.

Oglašavanje na Google tražilici

Oglašavanje na Google tražilici podrazumijeva oglašavanje putem zakupa ključnih riječi od interesa za HTZ kao korisnika. Prisutnost oglašivača na ključnim mjestima na tražilicama u trenutku pretrage važan je segment online aktivnosti kako za stvaranje vidljivosti, prepoznatljivosti te pružanja korisnih, provjerenih i relevantnih traženih informacija. Cilj oglašavanja na Google tražilici je povećanje snage brenda i interesa za Hrvatskom generalno kao destinacijom za turističko putovanje na emitivnim tržištima.

Google-Display & Video 360

Za potrebe programatskog zakupa medija, koristit će se online platforma Google Display & Video 360. Najvažniji elementi programatskog zakupa su velike količine podataka kao podloga za donošenje svih važnih odluka, kada i gdje zakupiti oglas i kome ga prikazati. Prednosti programatskog zakupa su precizna mogućnost targetiranja te optimizacija u stvarnom vremenu uzimajući u obzir ciljeve kampanje. Oglašavanje je planirano na ključnim tržištima s fokusom na odabrane turističke proizvode, prateći ostala oglašavanja tijekom godine, a u svrhu postizanja što jačeg marketinškog efekta.

Alati za analizu i optimizaciju oglašavanja

Za potrebe optimizacije oglašavanja i izvještavanja rezultata samog oglašavanja nužno je korištenje alata koji omogućavaju efikasniji i brži pristup ukupnim podacima s različitih platformi (Facebook, Instagram, Youtube, Google Search) na kojima se oglašavanje odvija te samim time i kvalitetniju analizu te optimizaciju oglašavanja. Kako se svake godine platforme

za oglašavanje i alati za analizu i optimizaciju oglašavanja razvijaju i ažuriraju planiraju se održati i edukacije za zaposlenike.

Projektna suradnja s travel platformama

Suradnja s travel platformama koje služe kao inspiracija korisnicima, omogućuje plasiranje oglasa i ostalih promotivnih formata u inspiracijskoj fazi potrošača koja uvelike pridonosi krajnjoj odluci i odabiru.

Suradnja uključuje ugovaranje posebnih „tailor-made“ suradnji s najznačajnijim medijima koji pokrivaju teme putovanja, a služe kao vjerodostojna inspiracija korisnicima za odabir destinacije za putovanje. Radi se o vrlo značajnim medijima koji kreiraju sadržaj o turističkim destinacijama te direktno utječu na odluke krajnjih korisnika o putovanjima na brojnim svjetskim tržištima kao što su Lonely Planet, Culture Trip, National Geographic, Tripadvisor, Wanderlust, Euronews, Expedia, Edreams, Kayak, Skyscanner, TravelZoo i dr., a finalne suradnje će se uspostaviti s onim ponuditeljima koji će na najbolji način odgovoriti na potrebe HTZ-a te dostaviti najatraktivnije ponude u sadržajnom i financijskom smislu.

3.3 Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR

Planirana sredstva	2.166.036 eur
Nositelj: Sektor za poslovne komunikacije	(16.320.000 kn)

3.3.1 Globalni PR

Planirana sredstva	1.939.080 eur
Nositelj: Sektor za poslovne komunikacije Odjel za globalni PR	(14.610.000 kn)

HTZ će sukladno svojim zadaćama te sukladno dosadašnjoj praksi nastaviti s provedbom globalnog upravljanja odnosa s javnošću u suradnji s predstavništvima na inozemnim tržištima, kao i s globalnom agencijom za potrebe klasičnih PR aktivnosti (odnosi s medijima) i komunikacije na društvenim mrežama (*social media*) te za projekte i studijska putovanja inozemnih predstavnika medija u Hrvatsku.

PR aktivnosti na tržištima uz podršku agencije (PR i SM)

U suradnji s predstavništvima i odabranom agencijom/agencijama, cilj je osigurati integriranu komunikaciju na emitivnim tržištima, gdje globalna PR agencija osigurava strategiju za odnose s medijima i na društvenim mrežama, s naglaskom na novu strategiju, održivi turizam i proaktivno komuniciranje vezano 365 dana u godini vezano uz motive dolaska (sve proizvode i klastere) kao i pojačana komunikacija za vrijeme provedbu integriranih i individualiziranih kampanja, upravljanje društvenim mrežama (*community management*), strategiju suradnje s novinarima i blogerima, pripremu sadržaja za emitivna tržišta te praćenje i redovito izvještavanje, posebne projekte koji se oslanjaju na društvene medije i događaje u skladu s raspoloživim budžetom.

PR agencija će podršku u segmentu odnosa s medijima, te tako i za društvene mreže pružati na **13** tržišta i to na tržištima **Njemačke, Austrije, Švicarske, Velike Britanije, Švedske, Norveške, Češke, Slovačke, Mađarske, Slovenije, Belgije, Poljske i Nizozemske.** Pojedinačni

PR planovi će se provesti u skladu s planovima samih predstavništava prema smjernicama Odjela za globalni PR koji im je podrška u izvršenju istih.

Uz navedeno, za potrebe integriranih kampanja i provedbu individualiziranih kampanja na pojedinim tržištima će se u suradnji s predstavništvima, prema potrebi, zakupiti i dodatni medijski prostor koji je bitan za provedbu ciljanih aktivnosti vezanih uz moguće ciljano i/ili krizno komuniciranje koje u ovom trenutku nije moguće detaljno unaprijed predvidjeti.

HTZ u 2023.g. planira nekoliko ključnih projekata putem društvenih mreža i ostalih PR kanala koji će pratiti kampanje oglašavanja. Uz veće projekte, kontinuirano će se provoditi i manji *ad-hoc* PR projekti putem društvenih medija, kao i PR projekti na pojedinim emitivnim tržištima, vodeći računa o adekvatnoj zastupljenosti svih ključnih poruka u zadanom trenutku.

Aktivnosti na društvenim mrežama odvijaju se tijekom cijele godine, a agencija zajedno s HTZ-om priprema mjesečni plan objava i osigurava lokalne jezične verzije. Na nekim tržištima predstavništva osiguravaju prijevod objava, a na svim tržištima predstavništva uz podršku agencije daju potvrdu da su objave u duhu jezika i primjenjive na njihovim tržištima. Lokalne objave dopunjuju mjesečni kalendar objava, prema lokalno specifičnim potrebama svakog tržišta. HTZ mjesečno distribuira predstavništvima kalendar objava te prati statistiku i rad na svim tržištima. Društvene mreže su se pokazale kao iznimno bitan kanal za kontinuiranu komunikaciju na svim emitivnim tržištima, za redovnu proaktivnu komunikaciju s ciljanom javnošću, te posebno za krizno komuniciranje.

Sadržaj objava prikuplja se u suradnji sa sustavom turističkih zajednica, pri čemu će se voditi računa o sezonalnosti, geografskom pokriću (klasterima), ključnim proizvodima, posebnim događanjima, kampanjama, ali i o informacijama vezanim uz sigurnost putovanja i boravak u destinaciji.

Projekti na društvenim mrežama odrađuje HTZ u suradnji s PR agencijom i predstavništvima. Većina projekata se primjenjuje na više tržišta, s tim da se pojedini manji projekti mogu dogovoriti samo za pojedina tržišta (poseban sadržaj, aplikacije, nagradne igre, itd.).

Dio sredstava predmetne aktivnosti namijenjen je za TPC (*third-party costs* / troškovi trećih strana) koji nisu uključeni u budžet usluga odabrane i angažirane PR agencije (za odnose s medijima i za društvene mreže). Ovi troškovi predviđaju primjerice trošak zakupa prostora za održavanje press konferencije ili eventa te popratne logističko-tehničke podrške, angažiranje IT usluge, uređivanje videa ako agencija nema vlastite resurse, pojačanje sadržaja na društvenim mrežama, itd.

PR aktivnosti na tržištima bez podrške agencije (PR i SM)

Na tržištima gdje nema stalne podrške agencije niti u jednom segmentu rada (odnosi s medijima ili komunikacija na društvenim mrežama), kao što je slučaj na tržištu Italije i Francuske, predstavništva samostalno predlažu plan aktivnosti prema smjernicama Odjela za globalni PR.

Na isti način aktivnosti će se bez podrške PR agencije provoditi na tržištu SAD-a, Kine, Južne Koreje, Španjolske te Rusije i Ukrajine gdje je trenutni fokus usmjeren na tržišta Kazahstana, Azerbajdžana i Uzbekistana.

PR podrška za ključna inozemna događanja

U 2023.g. planira se provedba medijske podrške za inozemna događanja kao što su posebne aktivnosti u Münchenu i Beču gdje smo zemlja partner na sajmovima *f.r.ee. Munchen* i *Ferien Messe*, te posebna promotivna događanja u Nizozemskoj i Švicarskoj.

Pressclipping agencije i medijske analize

Servisna usluga ugovorena zasebno za svako pojedino emitivno tržište, a koja služi za praćenje medijskih objava. Press Clipping će se redovno pratiti na emitivnim tržištima u skladu s raspoloživim budžetom, za koje će se provesti i neovisna medijska analiza kroz period kada se generira najveći broj medijskih objava. Medijska analiza je obrada i analiza objava na svim emitivnim tržištima na kojima je dogovorena press clipping usluga.

Opći troškovi provedbe aktivnosti globalnog PR

Sredstva s ove stavke koristit će se za realizaciju aktivnosti u sklopu kojih će sudjelovati predstavnik HTZ-a. U skladu s navedenim, riječ je o putnim troškovima koji uključuju dnevnice, aviokarte, smještaj, transfere, taxi usluge te troškove reprezentacije, isključivo za vrijeme službenog putovanja.

Posebni PR projekti

Posebni PR projekti uključuju primjerice suradnju s *DNA Croatia* na projektu promocije Hrvatske kao idealne destinacije za digitalne nomade, Weekend Food Festival i Weekend Media Festival gdje kroz osmišljene panele i nastupe dopiremo do ciljane publike kojoj se predstavlja Hrvatska kao poželjna turistička destinacija raznolike ponude, kao i dodatni *ad-hoc* projekti koje u ovom trenutku nije moguće predvidjeti.

3.3.2 Studijska putovanja inozemnih predstavnika medija

Planirana sredstva	139.359 eur
Nositelj: Sektor za poslovne komunikacije	(1.050.000 kn)
Odjel za globalni PR	

Studijska putovanja inozemnih predstavnika medija (novinara, blogera, TV ekipa, influencera) organiziraju se s ciljem promidžbe i jačanja imidža Hrvatske kao prepoznatljive turističke destinacije u svijetu. Rezultat studijskih putovanja inozemnih medija jest prepoznatljivost i prisutnost hrvatske turističke ponude na globalnom tržištu. Studijska putovanja inozemnih medija organiziraju se na području svih hrvatskih turističkih regija u suradnji s predstavništvima Hrvatske turističke zajednice te sustavom turističkih zajednica koje sudjeluju financijski i organizacijski u putovanjima.

Organizacija studijskih putovanja (svi proizvodi)

Studijska putovanja novinara traju u pravilu tri do najviše sedam dana. Putovanja mogu biti vezana uz opću turističku ponudu ili specijalizirana za određeni proizvod odnosno ponudu. Određeni broj putovanja bit će namijenjen promidžbi kontinentalnih destinacija koje su se pokazale poželjnima kao poseban dio ukupne turističke ponude (čista priroda, smještaj u kućama za odmor, itd.).

Nastavno na aktivnosti unutar ove stavke, na godišnjoj bazi se prikupljaju, pripremaju i revidiraju korporativni ugovori za hotelski smještaj novinara i agenata na temelju prijedloga dobivenih od strane županijskih turističkih zajednica u Hrvatskoj, provodi se natječaj za usluge rent-a-cara te natječaj za usluge transfera.

Organizacija studijskih putovanja na temu nautika

Obzirom na perspektivu i značaj Hrvatske kao nautičke destinacije te činjenice da se nautika pokazala kao siguran oblik putovanja i traženi turistički proizvod, u sljedećoj godini planira se organiziranje specijaliziranih studijskih putovanja inozemnih predstavnika medija na temu nautike.

Organizacija studijskih putovanja u suradnji sa partnerima i/ili TZ/RTZ (po principu 50:50)

Ova aktivnost se odnosi na sufinanciranje studijskih putovanja na prijedlog partnera i/ili TZ/RTZ. Ovaj tip putovanja se kroz 2022.g. pokazao interesantnim i potrebnim s obzirom na zanimljive i korisne prijedloge partnera - npr. HAVC-a, ACI-a, kao i sustava TZ-ova koji su upućivali zamolbe za sufinanciranje specijaliziranih studijskih putovanja kojima se prezentirala određena specifična turistička ponuda Hrvatske.

3.3.3 Domaći PR

Planirana sredstva	87.597 eur
Nositelj: Sektor za poslovne komunikacije Odjel za domaći PR	(660.000 kn)

HTZ, kroz suradnju s najrelevantnijim hrvatskim medijima, osigurava aktivno praćenje svog rada i djelovanja s ciljem informiranja javnosti o ulozi i aktivnostima HTZ-a, kao i o trendovima i aktualnostima koji obilježavaju hrvatski turistički sektor.

Sudjelovanje predstavnika domaćih medija na sajmovima i radionicama u inozemstvu

HTZ će tijekom 2023.g., sukladno mogućnostima i procjenama, realizirati studijska putovanja za manje grupe predstavnika domaćih medija (novinara) na svjetske turističke sajmove i/ili poslovne radionice te druga događanja na kojima će se predstavljati hrvatska turistička ponuda. Događanja će biti odabrana sukladno važnosti, interesu stručne i opće javnosti, ali i na temelju epidemiološke situacije. U skladu s navedenim, predviđene su manje grupe domaćih novinara iz najvažnijih hrvatskih medija (nacionalne TV kuće, nacionalni i regionalni tiskani mediji, nacionalna informativna agencija, nacionalne radio postaje), koji će medijski pratiti aktivnosti HTZ-a, poput primjerice nastupa na sajmu f.re.e u Münchenu (veljača 2023.), ITB u Berlinu (ožujak 2023.), Ferien-Messe u Beču (ožujak 2023.), WTM u Londonu (studen 2023.), a predviđena je i organizacija posebnih događanja na tržištu Nizozemske i Švicarske. Sukladno mogućnostima i potrebama, popratit će se i ostali planirani nastupi na sajmovima, radionicama i događanjima u 2023. godini.

Zakup oglasnog i PR prostora, projektne suradnje

Tijekom 2023.g. predviđena je uspostava ugovorno reguliranih suradnji s domaćim medijima, ali i partnerima, ovisno o pristiglim prijedlozima i ponudama te sukladno potrebama i planovima HTZ-a. Navedeno se odnosi na medijske suradnje, posebne projekte koji ostvaruju

medijsku popraćenost, zakup PR prostora, advertorijale, tematske oglase, suradnje na turistički specijaliziranim projektima (specijalizirane konferencije i sl.), brošurama te posebnim priložima koji su posvećeni određenim turističkim proizvodima. U sklopu ove stavke predviđene su i ugovorno regulirane suradnje na kreiranju i distribuciji medijskih sadržaja i korisnih informacija (newsletter HTZ-a).

Praćenje i analiza medijskih i online objava

U sklopu ove aktivnosti u 2023.g. predviđen je ugovorno regulirani nastavak suradnje s vanjskim partnerima u praćenju i analizi postignutih komunikacijskih rezultata. U skladu s navedenim, sredstva s ove stavke bit će utrošena za suradnju s jednom od agencija (dosadašnji dugogodišnji partner Presscut d.o.o.) specijaliziranih za pregled i analizu medijskih objava (tisak, TV, radio, online). Predviđeno je i produženje poslovne suradnje s Mediatoolkit d.o.o., vezano za otkup jednogodišnje licence za korištenje na tržištu jedinstvene istoimene aplikacije koja u realnom vremenu prati i dojavljuje objave na portalima i društvenim mrežama po definiranim ključnim riječima.

Opći troškovi provedbe aktivnosti domaćeg PR

Sredstva s ove stavke namijenjena su za opće troškove koji će nastati tijekom provedbe aktivnosti Odjela za domaći PR. Navedeno se odnosi na putne troškove, dnevnice, aviokarte, smještaj, transfere, troškove reprezentacije i dr., a koji su nastali isključivo za vrijeme službenog putovanja. Također, sredstva s ove stavke predviđena su za produženja pretplata na tiskana i online izdanja najvažnijih medijskih publikacija u zemlji, kao i za produljenja članstva u strukovnim udrugama (Hrvatska udruga za odnose s javnošću - HUOJ), kotizacije za specijalizirane strukovne konferencije, edukacije i dr.

3.4 Marketinške i poslovne suradnje

Planirana sredstva

8.267.233 eur

Nositelj: Sektor za strateške projekte

(62.289.467 kn)

Sektor za sustav turističkih zajednica i razvoj proizvoda

Sektor za međunarodne poslove i mrežu predstavništava

Suradnje planirane u okviru ove mjere provode se s ciljem osiguravanja dodatne vidljivosti nacionalnog turističkog brenda i posebnih oblika hrvatske turističke ponude kroz aktivnosti vezane prvenstveno uz globalno i nacionalno prepoznata događanja, kao i kroz partnerske suradnje s vrhunskim hrvatskim sportašima i kolektivima.

U suradnji sa strateškim partnerima - turoperatorima i prijevoznicima koji u 2023.g. planiraju svoje organizirane programe putovanja za Hrvatsku, provodit će se promotivne aktivnosti/zajedničko oglašavanje u cilju aktivne promocije hrvatske turističke ponude na odabranom tržištu radi privlačenja većeg broja gostiju po načelu ostvarenja opće koristi za sve nositelje ponude destinacije privlačeći potencijalne goste zajedničkim kampanjama vezanim uz partnerov program za Hrvatsku.

S ciljem razmjene znanja i iskustava, jačanja pozicije HTZ na međunarodnom tržištu, kao i sudjelovanja u međunarodnim projektima i jačanja međunarodnih partnerstava, HTZ će u 2023.g. nastaviti aktivnu suradnju sa srodnim organizacijama te diplomatskim i konzularnim predstavništvima Republike Hrvatske.

Također, u cilju razvoja i jačanja MICE industrije, pružit će podrška u organizaciji poslovnih skupova u Hrvatskoj koji su od velike važnosti za promociju Hrvatske.

3.4.1 Strateške marketinške suradnje

Planirana sredstva	4.183.423 eur
Nositelj: Sektor za strateške projekte	(31.520.000 kn)
Odjel za udružene i strateške projekte	

Strateške suradnje turoperatori i avioprijevoznici

Mogući partneri za provedbu strateških promotivnih kampanja su organizatori putovanja, odnosno turoperatori sa svim oblicima organiziranih programa za Hrvatsku i prijevoznici u zračnom, željezničkom, autobusnom i/ili brodskom prijevozu koji uvode nove, pojačavaju postojeće programe i/ili proširuju period programa u 2023.g.

Suradnja ima za cilj na odabranom tržištu podići svijest o Hrvatskoj kao turističkoj destinaciji ciljajući potencijalne goste zajedničkim kampanjama vezanim uz program strateških partnera za Hrvatsku, te koristeći promotivne kanale, alate i iskustvo strateških partnera u segmentu organiziranih turističkih putovanja. Aktivnosti se provode u suradnji s predstavništvima HTZ-a i zainteresiranim turističkim zajednicama.

Javni poziv za odabir partnera planira se u zadnjem kvartalu 2022.g., a odluku o načinu izbora partnera i odobrenju sredstava donosi Turističko vijeće HTZ-a.

Posebne udružene marketinške aktivnosti

S obzirom na stalnu potrebu dodatnih aktivnosti na određenim tržištima, tijekom godine u skladu s internim aktima provodit će se i dodatne posebne udružene marketinške aktivnosti i projekti u suradnji s različitim vrstama prijevoznika, turoperatora, turističkih agencija, turističkim zajednicama i ostalim partnerima zainteresiranim za zajedničko oglašavanje i udružene projekte u skladu s mogućnostima i potrebama.

Opći troškovi

Tijekom godine očekuju se i dodatni operativni troškovi vezani uz provedbu svih aktivnosti odjela i edukacije.

3.4.2 Posebne marketinške suradnje

Planirana sredstva	3.587.498 eur
Nositelj: Sektor za strateške projekte	(27.030.000 kn)
Odjel za posebne marketinške projekte	

S ciljem podizanja svijesti o Hrvatskoj kao atraktivnoj turističkoj destinaciji raznovrsne turističke ponude, HTZ će tijekom godine provoditi marketinške i PR suradnje s organizatorima značajnih sportskih, zabavnih i drugih događanja s velikom medijskom vidljivošću koje su u funkciji podizanja prepoznatljivosti hrvatske turističke ponude te s vrhunskim hrvatskim

sportašima radi dodatne promocije Hrvatske i povećanja vidljivosti nacionalnog turističkog brenda.

TOP događanja

HTZ će tijekom godine provoditi marketinške i PR aktivnosti s organizatorima najznačajnijih događanja od nacionalnog interesa (sportskih, zabavnih i sl.) koja osiguravaju značajnu medijsku vidljivost na inozemnim tržištima i koja doprinose podizanju atraktivnosti hrvatske turističke ponude. Suradnje se provode kroz aktivnosti u realizaciji partnera uključujući osiguravanje medijske vidljivosti događanja, aktivnosti i sadržaj tijekom samog događanja te produkciju različitih foto/video materijala.

Javni poziv za odabir partnera planira se u zadnjem kvartalu 2022.g., a odluku o izboru partnera i odobrenju sredstava donosi Turističkog vijeća HTZ-a.

Suradnja s hrvatskim sportašima

Tijekom godine s najznačajnijim vrhunskim hrvatskim sportašima provodit će se marketinška i PR suradnja s ciljem osiguranja dodatne vidljivost nacionalnog turističkog brenda. Turističko vijeće HTZ-a donosi odluku o načinu izbora partnera i odobrenja sredstava.

Suradnja s Hrvatskim olimpijskim odborom

U 2023.g. nastavlja se provedba višegodišnje suradnje s Hrvatskim olimpijskim odborom temeljem ugovora o članstvu u Hrvatskoj olimpijskoj obitelji. Suradnja uključuje i sudjelovanje odabranih sportaša u promotivnim aktivnostima HTZ-a na društvenim mrežama te osiguravanje prostora za nacionalnu promociju putem prezentacija i radionica tijekom olimpijskih igara koje će se održati za vrijeme trajanja ugovora.

Suradnja s nacionalnim sportskim savezima

U 2023.g. planira se nastavak marketinške suradnje s Hrvatskim vaterpolskim i Hrvatskim košarkaškim savezom, kao i novi ciklus suradnje s Hrvatskim rukometnim savezom te potencijalno s Hrvatskim nogometnim savezom. Suradnja uključuje aktivnosti koje osiguravaju vidljivost nacionalnog turističkog brenda tijekom održavanja utakmica, vidljivost u kanalima saveza, sudjelovanje igrača u aktivnostima HTZ-a i sl.

S Hrvatskim skijaškim savezom planira se suradnja kroz aktivnosti koje će omogućiti promociju hrvatskog turizma i vidljivost komunikacijskih poruka HTZ-a na utrkama „Snow Queen Trophy“ i kroz aktivnosti s hrvatskim alpskim skijaškim reprezentacijama, dok se s Hrvatskim teniskim savezom planira suradnja vezana za nastupe hrvatskih teniskih reprezentacija i druga natjecanja u organizaciji saveza.

Suradnja s IRONMAN Group

U 2023.g. planira se uspostava strateške marketinške suradnje s globalnim brendom The IRONMAN Group s ciljem promocije Hrvatske kao destinacije outdoor događanja što uključuje i osiguranja vidljivosti HTZ-a u aktivnostima i kanalima grupacije, a vezano za održavanje sportskih natjecanja koja u Hrvatskoj nastupaju pod brendom IRONMAN grupacije.

Posebne marketinške suradnje

Tijekom godine u skladu s internim aktima provodit će se i ostale marketinške suradnje s organizatorima posebnih projekata i događanja od posebnog interesa za turističku promociju u skladu s mogućnostima i potrebama kao dodatni oblik promocije svih oblika hrvatske turističke ponude.

Opći troškovi

Operativni troškovi poslovanja vezani uz provedbu svih aktivnosti odjela i edukacije.

3.4.3 Poslovne suradnje s drugim NTO i međunarodnim organizacijama ili udruženjima

Planirana sredstva	364.917 eur
Nositelj: Sektor za sustav turističkih zajednica i razvoj proizvoda	(2.749.467 kn)
Sektor za međunarodne poslove i mrežu predstavništava	
Odjel za EU i srodne projekte	
Odjel za međunarodnu suradnju	

S ciljem razmjene znanja i iskustava, jačanja pozicije Hrvatske turističke zajednice na međunarodnom tržištu, kao i sudjelovanja u međunarodnim projektima i jačanja međunarodnih partnerstava, HTZ će u 2023.g. nastaviti aktivnu suradnju sa srodnim organizacijama.

Projekt transnacionalne kampanje u suradnji s ETC-om i jednim ili više inozemnih partnera (NTO-ovi i sl.)

U suradnji s jednim ili više inozemnih partnera (NTO, DMO i sl.) te Europskom putničkom komisijom (European Travel Commission - ETC) planira se provedba projekta transnacionalne kampanje. Projekt će biti prijavljen na Poziv Europske putničke komisije koji je objavljen u rujnu 2022.g., a sufinancirat će ga ETC namjenskim sredstvima Europske unije. U sklopu projekta provodile bi se aktivnosti poput digitalnog oglašavanja, organizacije B2B radionica ili webinara, online treninga za agente, suradnje s influencerima, promotivnih online kampanja i sl. Projekt će se provoditi za tržište SAD-a u trajanju od 12 mjeseci. Ukoliko projekt bude odobren za sufinanciranje, početak provedbe se očekuje u siječnju 2023.g.

EU projekt SlowNaTour

HTZ je kao nositelj (lead partner) prijavila trogodišnji transnacionalni projekt „SlowNaTour“ (SLOW TOURism for NATure Safeguarding in Central Europe). Cilj projekta je razviti slow tourism kao jedan od modaliteta održivog turizma i rješenje za očuvanje prirodne baštine i zaštićenih područja, te pomoći dionicima turističke industrije transformiraju svoje postojeće ili razviju nove modele poslovanja i ponude prema održivim modelima i praksama. Planirano trajanje projekta je 36 mjeseci, a ukoliko bude odobren za sufinanciranje, trebao bi započeti početkom 2023.g. U projektu će uz HTZ sudjelovati pet financijskih partnera iz Hrvatske, Slovenije, Mađarske i Austrije te četiri pridružena partnera, među kojima su TZ Međimurske županije i TZ Bjelovarsko-bilogorske županije. Planirane projektne aktivnosti HTZ-a u 2023.g. su: organizacija kick off sastanka za sve projektne partnere, organizacija benchmarking studijskog putovanja, izrada transnacionalne metodologije i smjernica za razvoj koncepta slow tourism, suradnja s medijskom agencijom u svrhu promocije projekta i praksi održivog turizma

te provedba pilot aktivnosti - organizacija održivog, zelenog događanja (green event). U projektni budžet uključene su i plaće djelatnika koji će raditi na projektu.

Projektna prijava je prošla prvu i drugu fazu provjere i evaluacije, a informacija o tome hoće li projekt biti odobren za sufinanciranje očekuje se u prosincu 2022.

3.4.4 Ostale poslovne suradnje

Planirana sredstva	131.396 eur
Nositelj: Sektor za međunarodne poslove i mrežu predstavništava	(990.000 kn)
Sektor za sustav turističkih zajednica i razvoj proizvoda	
Odjel za međunarodnu suradnju/ Kongresni odjel	

Suradnja s diplomatskim i konzularnim uredima RH

Nastavno na važnost diplomatskih odnosa Republike Hrvatske sa zemljama u kojima Republika Hrvatska ima svoja veleposlanstva, odnosno konzulate, kao i njihovom značaju i potpori u realizaciji promotivnih aktivnosti HTZ-a, i u 2023.g. nastaviti će se s intenzivnim promotivnim aktivnostima s diplomatskim i konzularnim predstavništvima, kao i stalnim misijama Republike Hrvatske u svijetu.

Suradnja s Hrvatima izvan Republike Hrvatske

U suradnji sa Središnjim državnim uredom za Hrvate izvan Republike Hrvatske, među hrvatskim iseljenicima na godišnjoj bazi poduzimat će se aktivnosti po pitanju promocije hrvatskoga turizma. Posebno će se to odnositi na predstavljanje hrvatske turističke ponude kroz suradnju s Udruženjem hrvatsko-američkih profesionalaca (ACAP) te projekte Središnjeg državnog ureda za Hrvate izvan Republike Hrvatske.

U 2023.g. planira se održavanje godišnjeg sastanka Udruge američko-hrvatskih profesionalaca i prezentacija RH kao turističke destinacije u sklopu ACAP godišnje konferencije u lipnju 2023.g. u Zagrebu, kao i održavanje V. hrvatskih svjetskih igara u srpnju 2023.g. u Zagrebu, cilj kojih je, uz jačanje međusobnih veza i unaprjeđivanje poznavanja hrvatske turističke ponude, raznolikosti portfelja turističkih proizvoda, i mogućnost provođenja različitih vrsta odmora na prostoru cijele Hrvatske tijekom cijele godine.

HTZ će, zajedno s lokalnim turističkim zajednicama, nastaviti podržavati projekt "Domovina" Središnjeg državnog ureda za Hrvate izvan Republike Hrvatske.

Poslovne suradnje Kongresnog odjela

Pružiti će se podrška prilikom kandidiranja Hrvatske za domaćina poslovnih skupova, odnosno značajnijih kongresa. U slučaju potrebe, organizirat će se inspekcijska putovanja u sklopu takvih kandidatura.

Poslovni skupovi za koje je Hrvatska turistička zajednica već zaprimila zahtjeve za podršku i koje će financijski podržati u 2023. godini su:

- **MEETEX 15.-17. ožujka 2022.** - najznačajnija specijalizirana burza, tj. poslovna radionica za MICE sektor u Hrvatskoj s čijim organizatorima HTZ uspješno surađuje od prvog MEETEX-a 2019. godine. Nakon dvije godine virtualnog oblika, u 2023.g. se planira uživo izdanje – **35.000 eur.**
- **Global Incentive Summit, listopad 2023., Dubrovnik**- poslovna radionica za dobavljače i kupce sektora poslovnog turizma u organizaciji globalnog lidera ovakve vrste radionica – **10.000 eur;**
- **Kongresni ambasadori** – potpore akreditiranim hrvatskim kongresnim ambasadorima prilikom kandidiranja Hrvatske za domaćina poslovnih skupova – **5.000€**
- **INSORE - Međunarodni samit o obnovljivim izvorima energije, Dubrovnik, 12.-14. veljače 2023.** - samit organizira Sveučilište u Zagrebu Agronomski fakultet i North East renewable Energy Research Lab, India
- **IFCA - Int. Financial Cryptography Association, Bol, 1.-5. svibnja 2023.** – godišnja konferencija sa očekivanih 180 sudionika iz cijelog svijeta
- **PHILEA - Philanthropy Europe Association Forum, Šibenik, 22.-24. svibnja 2023.** - PHILEA promovira vrijednosti organizirane/institucionalne filantropije odnosno zaklada koje doprinose društvenom, ali i ekonomskom razvoju europskih zemalja. Domaćin foruma je Republika Hrvatska i Nacionalna zaklada za razvoj civilnoga društva, a očekuje se između 600 i 1000 sudionika iz cijelog svijeta.
- Ovisno o upitima drugih organizatora poslovnih skupova u Hrvatskoj i raspoloživosti sredstava, tijekom 2023. godine moguće su dodatne poslovne suradnje.

Svi navedeni poslovni skupovi imaju za cilj povećanje turističke potrošnje u Hrvatskoj, pozicioniranje Hrvatske kao kongresne destinacije kao i proširenja turističkog prometa na pred i posezonu.

3.5 Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice

Planirana sredstva	3.042.007 eur
Nositelj: Sektor za brend	(22.920.000 kn)
Sektor za poslovne komunikacije	
Sektor za sustav turističkih zajednica i razvoj proizvoda	
Sektor za međunarodne poslove i mrežu predstavništava	

Održavanje i povećanje razine interesa i turističke potražnje za Hrvatskom na emitivnim tržištima; unaprjeđivanje poznavanja hrvatske turističke ponude, raznolikosti portfelja turističkih proizvoda i mogućnost provođenja različitih vrsta odmora na prostoru cijele Hrvatske tijekom cijele godine; promidžba raznovrsne turističke ponude Hrvatske; komunikacija sigurnosti odmora u Hrvatskoj na emitivnim tržištima; marketinški fokus na turističkoj ponudi koja nudi veći stupanj privatnosti i izoliranosti (sigurnost) te promidžba specifičnog turističkog proizvoda i ponude s ciljem povećanja udjela gostiju više platežne moći; prezentacija i prodaja hrvatske kongresne i insentiv ponude i povećanje vidljivosti brenda Hrvatske kao destinacije za poslovne skupove samo su neki od ciljeva koji će se realizirati kroz provedbu niže pojašnjениh aktivnosti.

3.5.1 Opći sajmovi

Planirana sredstva

Nositelj: Sektor za brend

Odjel za sajmove i poslovne radionice

1.966.952 eur
(14.820.000 kn)

Neke od najznačajnijih prednosti nastupa na turističkom sajmu su direktan pristup ciljnom tržištu, osobni kontakt s partnerima i kupcima, direktna prodaja, stvaranje novih poslovnih prilika i ideja, pronalazak novih partnera kao i jačanje odnosa s postojećim partnerima, istraživanje tržišta te edukacija.

Sajamski nastupi HTZ-a- opći sajmovi

HTZ će i tijekom 2023.g. nastaviti s predstavljanjem na turističkim sajmovima u Europi. Radi se o već tradicionalno najznačajnijim turističkim sajmovima na kojima HTZ nastupa nacionalno, a štandovi su u pravilu veće kvadrature zbog velikog interesa suizlagača.

U nastojanju prilagodbe novo rastućim trendovima digitalizacije, a i u cilju uvođenja ekološki prihvatljivih rješenja, HTZ je već započela proces digitalizacije na sajamskim nastupima tijekom 2022.g. te s istim nastavlja i u 2023.g., kao što je primjerice dostupnost promidžbenih materijala putem QR kodova.

Trošak sajma sastoji se od zakupa prostora, uređenja štanda, putovanja osoblja štanda, prijevoza materijala i ostalih troškova (struja i voda, vješanja konstrukcije sa stropa, prijave suizlagača, prijava za sajam, odvoz smeća sa štanda, čišćenje štanda, čišćenje uniformi, ugostiteljske usluge na štandu i slično).

Prilikom definiranja godišnjih sajamskih nastupa, HTZ se vodi interesom suizlagača za nastup na određenom sajmu, rezultatima uspješnosti nastupa na sajmovima u organizaciji HTZ-a anketiranjem suizlagača, statistikom koju objavljuju sajmovi (broj posjetitelja, izlagača, površina na kojoj se sajam održava i slično), kao i procjenom predstavništava o značaju pojedinih načina promocije. Obzirom na globalne okolnosti, moguća su odstupanja od predviđenog plana sajamskih nastupa kao i načina sudjelovanja na istima.

HTZ u 2023.g. planira nastupiti na 10 općih turističkih sajmova.

Tablica 2. Popis sajmova u organizaciji HTZ-a

RB	GRAD	SAJAM	TIP	DATUM
1	Utrecht	Vakantiebeurs	Opći	11.-15.1.2023.
2	Stuttgart	CMT	Opći	14.-22.1.2023.
3	Madrid	FITUR	Opći	18.-22.01.2023.
4	München	f.re.e- Zemlja partner	Opći	22.-26.2.2023.
5	Beč	Ferien - Messe - Zemlja partner	Opći	16.-19.3.2023.
6	Berlin	ITB	Opći	7.-9.3.2023.
7	Dubai	ATM	Opći	1.-4.5.2023.
8	Pariz	IFTM Top Resa	Opći	3.-5.10.2023.

9	Rimini	TTG Travel Experience	Opći	listopad
10	London	WTM	Opći	studeni

U 2023. godini Hrvatska se predstavlja kao zemlja partner na sajmu F.re.e u Münchenu i sajmu Ferien- Messe u Beču.

Sajamski nastupi predstavništava HTZ-a

Sajamski nastupi predstavništava su sajmovi koje predlažu predstavništva HTZ-a jer procjenjuju da su važni za promociju hrvatske turističke ponude. Sajmovi u ovoj kategoriji pripadaju najznačajnijim turističkim sajmovima na tom tržištu ili turističkim sajmovima koji su specijalizirani za točno određeni proizvod.

Troškovi nastupa na ovim sajmovima značajno su manji u odnosu na sajmove u organizaciji HTZ-a jer se zakupljuje modularni štand manje kvadrature (najčešće 6 m2 do 12 m2); štand se uređuje standardnom opremom koju organizator sajma nudi na licu mjesta; djelatnici predstavništava samostalno realiziraju sajamske nastupe; promotivni materijali se distribuiraju iz predstavništava, a u iznimnim slučajevima se materijal distribuira iz Hrvatske; u pravilu nema mogućnosti suizlaganja.

U 2023. godini planiran je nastup na 17 sajamskih nastupa.

Tablica 3. Popis sajмова u organizaciji predstavništava HTZ-a

R.BR	TRŽIŠTE	GRAD	SAJAM	DATUM
1	Austrija (Švicarska)	Zürich	FESPO Zürich	2.-5.2.2023.
2	Benelux	Luksemburg	Vakanz	siječanj 2023
3	Češka	Ostrava	Dovolená	3.- 4.3.2023
4	Češka (Slovačka)	Bratislava	ITF Slovakiatour	8.-11.2.2023
5	Francuska	Paris	Salon Mondial du tourisme	16. - 19.3. 2023.
6	Italija	Milano	BIT	12.-14.2.2023.
7	Italija	Napulj	BMT	16.-18.3.2023.
8	Kina	Šangaj	ITB China	Svibanj
9	Kina	Guilin	China Asean Tourism Expo	Listopad
10	Mađarska	Budimpešta	Utazas	23-26.2.2023
11	Njemačka	Kiel	Kieler Woche	17.-25.06.
12	Poljska	Varšava	ITTF Warsaw (International Travel & Tourism Fair Warsaw)	16-18.03.2023
13	Poljska	Krakow	European Games	21.6.-2.7.2023.
14	Rusija (Kazahstan)	Almaty	KITF Kazakhstan International Exhibition "Tourism & Travel"	19-21.04.2023
15	SAD	New York	New York Travel & Adventure Show	28-29.1.2023.
16	Skandinavija, Finska	Helsinki	MATKA	20.-22.1.2023.
17	UK (IR)	Dublin	Holiday World Show	27. - 29.1.2023.

HTZ će dodatno podržati i nastup Zajednica lučkih uprava RH na međunarodnom sajmu kružnih putovanja SEATRADE CRUISE GLOBAL, koji će se održati u terminu od 27. do 30. ožujka 2023.g. u Broward County Convention Centru, Fort Lauderdale, SAD.

3.5.2 Specijalizirani sajmovi

Planirana sredstva	630.433 eur
Nositelj: Sektor za brend / Sektor za sustav TZ i razvoj proizvoda Odjel za sajmove i poslovne radionice / Kongresni odjel	(4.750.000 kn)

Organizacija kamping i nautičkih sajmova

HTZ planira nastupiti na 3 specijalizirana sajma, od toga 2 kamping sajma i 1 nautički sajam.

Tablica 4. Popis specijaliziranih sajmova u organizaciji HTZ-a

RB	GRAD	SAJAM	TIP	DATUM
1	Düsseldorf	BOOT	Nautika	21.-29.01.2023.
2	Essen	Camp & Car	Kamping	22.-26.02.2023.
3	Dusseldorf	Caravan Salon	Kamping	25.8.-3.9.2023.

Kongresne i insentiv burze

Tijekom 2023.g. HTZ će nastupiti na dvije najveće i najznačajnije kongresne burze: IMEX u Frankfurtu i IBTM u Barceloni, kao i na Conventi u Ljubljani. Na IMEX-u i IBTM-u, hrvatski subjekti imaju mogućnost zajedničkog nastupa na štandu HTZ-a kao suizlagači. Suizlagačima HTZ financira trošak uređenja, kako bi se barem djelomično smanjio veliki trošak nastupa na kongresnim burzama, budući su troškovi zakupa znatno veći u odnosu na opće sajmove.

Tijekom 2023.g. na temelju SMPOH raspisat će se natječaj za novi dizajn štanda te se očekuje novi dizajn štanda krajem godine na IBTM-u, dok će na IMEX-u biti dizajn koji se koristi posljednjih godina.

Isto tako, HTZ će nastupiti i na najznačajnijoj regionalnoj burzi Conventa u Ljubljani namijenjenoj izlagačima iz centralne i istočne Europe, tzv. Nove Europe, no kod ove burze organizator sudionicima nudi samo mogućnost identično uređenih izlagačkih mjesta, tako da ne postoji mogućnost suizlaganja.

Tablica 5. Popis kongresnih i *incentive* burzi gdje nastupa HTZ

GRAD	SAJAM	TIP	DATUM
Ljubljana	CONVENTA	Bez suizlagača	1.-2. veljače
Frankfurt	IMEX	Sa suizlagačima	23.-25. svibnja
Barcelona	IBTM	Sa suizlagačima	kraj studenog

MICE poslovne prezentacije i radionice u suradnji s predstavništvima

U 2023.g. u suradnji s predstavništvima HTZ-a organizirat će se MICE poslovne prezentacije i radionice. Ovisno o mogućim naknadnim atraktivnim ponudama organizatora sličnih događanja, moguće su izmjene za alternativne aktivnosti istog karaktera.

Tablica 6. Popis MICE poslovnih prezentacija i radionica predstavništava

TRŽIŠTE	GRAD	NAZIV DOGAĐANJA	DATUM
Belgija	Bruxelles	Meeting matters	proljeće 2023.
Belgija	Bruxelles	Afterwork MICE event @The Contact Factory	rujan 2023.
Belgija	Bruxelles	BBT online workshop	prosinac 2023.
Francuska	Bordeaux, Nantes, Toulouse	Roadshow MICE	24.-26.01.2023.
Francuska	Paris	Božićni MICE atelier	prosinac 2023.
Irska	Dublin	Dublin MICE Meetup	travanj 2023.
Mađarska	Budimpešta	MICE Business day	studen 2023.
Njemačka		Sommer Summit	srpanj 2023.
Poljska	Varšava	THINK MICE Mashup Meetings	rujan 2023.
Poljska	Varšava	SITE Poland project "Our impact on business, society and the planet"	veljača 2023.
SAD	online	Sell Croatia & TAconnects	I. kvartal

B2B globalne radionice inozemnih organizatora za sudionike poslovnog turizma

HTZ će u 2023.g. sudjelovati na *b2b* radionicama globalne kongresne i *incentive* ponude i potražnje, u organizaciji stranih organizatora specijaliziranih za radionice namijenjene *meeting* industriji. HTZ će zajednički nastupati s TZG Zagreba na tri radionice i s TZG Dubrovnika na dvije radionice kako bi prezentirao kongresnu ponudu Hrvatske te zajedničkim nastupima smanjio troškove kotizacija za sudjelovanje.

Tablica 7. Popis B2B radionica inozemnih organizatora

NAZIV RADIONICE I LOKACIJA ODRŽAVANJA	DATUM
MCE Central & Eastern Europe, Dresden	29.-31.1.
SMU international, New York	13.-15.3.
Events Club Salzburg - Associations	16.-18.4.
m&i Europe Summer, Oslo	25.-28.6.
m&i Europe Autumn, Cipar	30.8.-2.9.
Global Incentive Summit, Dubrovnik	listopad

Radionica SMU u New Yorku je specifična jer jedina okuplja kupce samo s američkog tržišta dok ostale navedene radionice uključuju globalne kupce.

3.5.3 Presentacije i poslovne radionice

Planirana sredstva

444.621 eur

Nositelj: Sektor za brend

(3.350.000 kn)

Sektor za poslovne komunikacije

Sektor za sustav TZ i razvoj proizvoda

Organizacija Sell radionica

Sell Croatia su poslovne radionice koje HTZ organizira na stranim emitivnim tržištima s namjerom povezivanja hrvatskih i inozemnih turističkih gospodarskih subjekata. Na tržištima gdje djeluju predstavništva HTZ-a, radionice organiziraju predstavništva u koordinaciji s nadležnom organizacijskom jedinicom u HTZ-u. Na tržištima gdje ne postoje predstavništva HTZ-a, Sell Croatia poslovne radionice organizira nadležna organizacijska jedinica u HTZ-u uz stručnu pomoć lokalnih agencija (najčešće PR agencije) specijaliziranih za organizaciju poslovnih radionica turističkog sektora tj. nacionalnih turističkih zajednica.

U 2023. godini planira se organizacija 6 Sell Croatia poslovnih radionica.

Tablica 8. Popis Sell Croatia poslovnih radionica

R.BR.	TRŽIŠTE	GRAD	DATUM
1	Češka	Prag	01.11.2023
2	Francuska	Paris	veljača/ožujak ili listopad/studeni
3	Italija	Rim/Torino	TBD
4	Mađarska	Budimpešta	TBD
5	SAD	New York	veljača 2023.
6	Slovenija	Ljubljana	ožujak

Croatian Virtual Get2Gether

Uslijed aktualnih tržišnih okolnosti i trendova koje značajno utječu na načine turističke promocije, HTZ je u 2021.g. pokrenula seriju vlastitih virtualnih B2B prezentacija i radionica pod nazivom Croatian Virtual Get2Gether, a koje se provode na najznačajnijim emitivnim tržištima, s kojima nastavlja i u 2023.g.

Aktivnosti su namijenjene inozemnim partnerima, odnosno predstavnicima turističkih agencija i turoperatora (agentima) tijekom kojih se, osim predstavljanja i promocije samih destinacija i turističkih proizvoda, predstavljaju i novosti vezane uz epidemiološke mjere, sigurnost hrvatskih destinacija i protokole tijekom realizacije budućih turističkih putovanja.

Tijekom 2023.g. planirano je 9 Croatian Virtual Get2Gether događaja i to na sljedećim tržištima: Rusija (CIS), Velika Britanija, Slovenija, Njemačka i Kina.

Posebne prezentacije u organizaciji HTZ-a

Prezentacije ovog tipa predstavljaju moderan pristup u promociji i odnosima s partnerima. Koncept prezentacija radi se u uskoj suradnji s predstavništvom, zasebno za svako pojedino

tržište te se prilagođava njegovim specifičnostima i trenutnim okolnostima. Cilj prezentacija je povećanje prometa uz učvršćivanje i proširivanje postojećih suradnji, održavanje i povećanje razine interesa te turističke potražnje za Hrvatskom na emitivnim tržištima uz unaprjeđenje poznavanja hrvatske turističke ponude.

Prezentacije mogu uključivati i B2b radionicu Sell Croatia na kojoj prisustvuju hrvatski i inozemni partneri te druge aktivnosti poput konferencije za medije, panel rasprave, prezentacijska gastronomska okupljanja za uzvanike iz svijeta turizma, ekonomije, mode, sporta, izložbe te zabavni program kroz koji se ujedno prezentira i kulturna baština, sastanke s diplomatskim zborom i slično.

U 2023.g. planiraju se organizirati četiri posebne veće prezentacije i to na tržištu Austrije, u Beču u ožujku za vrijeme glavnog turističkog sajma Ferien-Messe na kojem je Hrvatska zemlja partner, te u veljači na tržištu Njemačke u Münchenu u sklopu turističkog sajma F.re.e. Posebna događanja organizirat će se i u Nizozemskoj i Švicarskoj kako bismo na tim tržištima dodatno privukli i usmjerili pažnju na našu zemlju i nastavili pozitivne trendove turističkog prometa koji su u ovom trenutku premašili rekordnu 2019. godinu.

Prezentacije u organizaciji predstavništava

Osim prezentacija namijenjenih isključivo turoperatorima i predstavnicima turističkih agencija, predstavništva samostalno organiziraju posebne prezentacije na tržištima namijenjene drugim poslovnim partnerima, širokoj publici i medijima. Prezentacije za široku publiku mogu se organizirati primjerice na središnjem gradskom trgu, frekventnim gradskim lokacijama poput kolodvora, muzeja, restorana ili galerija, gdje se promovira hrvatska opća turistička ponuda. Prezentacije se mogu organizirati i u sklopu postojećih festivala ili neke slične manifestacije gdje je Hrvatska jedan od sudionika, partnera, suorganizatora, itd.

Posebne prezentacije su promotivni kanal komunikacije koji često podliježe promjenama jer se prilagođavaju trenutnim zbivanjima na tržištima i ponudama partnera, a koje su često poznate par mjeseci prije održavanja prezentacije. Vrste prezentacija i budžeti po tržištima utvrđeni su sukladno prijedlozima predstavništava, raspoloživom budžetu i ostalim aktivnostima na određenim tržištima, s ciljem optimizacije postojećih resursa.

Dani hrvatskog turizma

Dani hrvatskog turizma zajednička je manifestacija koju organiziraju Hrvatska turistička zajednica, Ministarstvo turizma i sporta i Hrvatska gospodarska komora. Kroz dvodnevni program koji se tradicionalno održava krajem listopada, prezentiraju se rezultati turističke godine, iskustva i postignuća te naglašavaju potencijali za daljnji razvoj i učinkovitije pozicioniranje Hrvatske.

Svake se godine održava u drugoj turističkoj destinaciji u Hrvatskoj, a osim stručnog dijela programa, koji uključuje stručna predavanja, radionice, tematske prezentacije i radne sastanke, osmišljava se i zabavni dio unutar kojega se dodjeljuju godišnje hrvatske turističke nagrade uz izravni televizijski prijenos. U organizaciji navedenog događanja moguć je angažman agencije za provedbu logističkih, tehničkih i drugih organizacijskih poslova.

Projekt Zlatna penkala

Dodjelom Zlatne penkale, prestižne godišnje nagrade inozemnim predstavnicima medija koja se održala 18. puta do sada, 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. Kroz projekt se omogućuje kontinuirana suradnja i informiranje inozemnih medija o hrvatskoj turističkoj ponudi te ponudi regije koja je domaćin dodjele.

HTZ aktivno prati kretanja i usklađuje kategorije nagrada sukladno trendovima na tržištu. U 2023.g. dodijeliti će se Zlatna penkala inozemnim predstavnicima medija za najbolji objavljeni materijal u 2022.g. u četiri ili pet kategorija (ovisno o broju pristiglih nominacija):

1. tiskani materijal u časopisu/novinama (ili online izdanjima istih);
2. elektronički materijal -TV;
3. elektronički mediji - radio;
4. travel blog objava/bloger;
5. objava na društvenim mrežama/objave influencera (ING; FB, TikTok, YouTube, itd).

Kandidature za najbolju objavu temeljem objavljenih materijala iz prošle godine podnose predstavništva HTZ-a u inozemstvu. Na press putovanje i dodjelu nagrada pozivaju se po 3 predstavnika iz svake kategorije. Ukupno između 12 i 24 predstavnika medija (novinar, kameraman, snimatelj, fotograf, influencer, bloger).

U 2023.g. sukladno provedenom pozivu za dostavu kandidatura za domaćinstvo, organizaciju i sufinanciranje, Zlatna penkala održat će u jednoj od hrvatskih županija u suradnji s regionalnom i gradskom turističkom zajednicom u razdoblju između travnja i lipnja. Troškove programa snose HTZ i regionalna turistička zajednica kao domaćin.

MICHELIN događanja

U suradnji s kompanijom Metro, globalnim partnerom MICHELINA, planira se organizacija zajedničkog događanja dodjele prestižnih MICHELIN oznaka hrvatskim restoranima. Godišnje ocjenjivanje i selekcija restorana provodi se sukladno višegodišnjem ugovoru između HTZ-a i MICHELINA kroz Sektor za sustav turističkih zajednica i razvoj proizvoda.

Dodjela MICHELIN oznaka od velikog je značaja u daljnjoj promociji i pozicioniranju Hrvatske kao kvalitetne destinacije s bogatom i raznolikom gastronomskom ponudom te u skladu s općim strateškim ciljevima poput razvoja i promidžbe raznovrsne turističke ponude Hrvatske, unaprjeđivanje raznolikosti portfelja turističkih proizvoda te razvoja premium ponude.

Koncept, mjesto i vrijeme događanja odredit će se u suradnji s partnerom Metro, a održat će se neposredno nakon objave selekcije za 2023. godinu od strane MICHELINA.

Prezentacije u suradnji s Hrvatskim audiovizualnim savezom

Zajedno u suradnji sa Hrvatskim audio vizualnim centrom organizirat će se nekoliko posebnih promotivnih događanja kojima bi filmskoj publici predstavili Hrvatsku kao idealnu destinaciju za snimanje filmova i serija, predstavili hrvatski film, a ujedno i promovirali Hrvatsku kao cjelogodišnju turističku destinaciju koju iz godine u godinu posjećuje veliki broj inozemnih filmskih zvijezda. Prigodna događanja održala bi se za vrijeme velikih europskih i svjetskih

filmskih festivala u Berlinu, Canessu, Los Angelsu i to u veljači, svibnju i studenom 2023. godine.

3.6 Suradnja s organizatorima putovanja

Planirana sredstva	281.372 eur
Nositelj: Sektor za brend Sektor za sustav turističkih zajednica i razvoj proizvoda	(2.120.000 kn)

U cilju unaprjeđivanja poznavanja hrvatske turističke ponude, raznolikosti portfelja turističkih proizvoda i mogućnosti provođenja različitih vrsta odmora na prostoru cijele Hrvatske tijekom cijele godine planira se suradnja s organizatorima putovanja. Također, u cilju prezentacije i promocije hrvatske kongresne i insentiv ponude inozemnim kupcima i povećanja broja poslovnih skupova u Hrvatskoj te time povezanih dolazaka i noćenja stranih turista u pred i posezoni, planira se suradnja s organizatorima i posrednicima poslovnih skupova i insentiv putovanja.

3.6.1 Studijska i inspeksijska putovanja agenata

Planirana sredstva	108.833 eur
Nositelj: Sektor za brend Odjel za sajmove i poslovne radionice	(820.000 kn)

FAM putovanja, FAM putovanja za proizvod nautike, FAM putovanja u organizaciji gospodarskih i drugih subjekata

HTZ će u suradnji s predstavništvima HTZ-a, sustavom turističkih zajednica te gospodarskim subjektima i u 2023.g. nastaviti s organizacijom putovanja inozemnih agenata (prodajnog osoblja, vlasnika agencija i donositelja odluka) u svrhu predstavljanja destinacije, njezine ponude i proizvoda te povezivanja turističke ponude i potražnje kako bi se povećao interes za Hrvatskom. Putovanja agenata mogu biti opće turističke tematike ili specijalizirana za određeni proizvod odnosno ponudu.

Razlikuju se sljedeći modeli:

- I. inspeksijska putovanja stranih agenata-prodajnog osoblja kada je organizator i inicijator strani turoperator u suradnji s predstavništvom HTZ-a;
- II. putovanja stranih agenata-vlasnika agencija, donositelja odluka, kada je organizator i inicijator strani turoperator u suradnji s predstavništvom HTZ-a ili u direktnoj suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom ukoliko se radi o inicijativi s dalekih tržišta;
- III. putovanja stranih agenata-prodajnog osoblja kada je organizator i inicijator domaći gospodarski subjekt iz Hrvatske (organizator putovanja ili hotelska tvrtka).

3.6.2 Suradnja sa stranim TO/TA na inozemnim tržištima

Planirana sredstva	145.995 eur
Nositelj: Sektor za brend Odjel za sajmove i poslovne radionice	(1.100.000 kn)

Suradnju s predstavnicima turoperatora i agencija u inozemstvu provode predstavništva HTZ-a na tržištima na kojima djeluju. Suradnja se ostvaruje kroz različite B2B aktivnosti, a najčešće su to serijske (roadshow) prezentacije s pojedinim TO/TA, predstavljanje sezonskih kataloga predstavnicima TO/TA, predstavljanje ponude/proizvoda prodajnom osoblju pojedinog TO/TA, online edukacije mreže agenata, sudjelovanje na B2B radionicama turoperatora, sudjelovanje na godišnjim skupovima u organizaciji TO/TA ili nacionalnih udruženja TO/TA i raznim drugim vrstama susreta s predstavnicima TO/TA.

Tijekom 2023.g. planirana je realizacija suradnje s najznačajnijim inozemnim partnerima kao što su Signature, Virtuoso, TUI, USTOA, Aviareps, Travel Counsellors, FTI, Der Touristik, Novasol, Apollo, Wing i drugi i to na sljedećim tržištima: Austrija, Švicarska, Benelux, Mađarska, Francuska, Italija, Njemačka, Poljska, Skandinavija, Ujedinjeno Kraljevstvo, Irska, SAD i Slovenija.

3.6.3 Inspekcijska putovanja poslovnog turizma

Planirana sredstva	26.545 eur
Nositelj: Sektor za sustav turističkih zajednica i razvoj proizvoda Kongresni odjel	(200.000 kn)

Inspekcijska putovanja posljednja su i važna karika u lancu koji predstavlja sve aktivnosti za dobivanje organizacije jednog skupa ili *incentive*-a. Obzirom na to, svako inspekcijsko putovanje posebno se planira i prilagođava željama kupaca, a realizira u suradnji s lokalnim kongresnim uredima, odnosno regionalnim turističkim zajednicama i hrvatskim predstavnicima poslovnog turizma uz eventualnu logističku podršku specijaliziranih agencija. U okviru inspekcijskog putovanja može se organizirati specijalizirana poslovna radionica ili alternativno događanje namijenjeno povezivanju hrvatskih i inozemnih partnera, ovisno o broju inozemnih kupaca i zainteresiranih hrvatskih regionalnih partnera.

Destinacije u Hrvatskoj koje će posjetiti kupci i program odredit će se naknadno, kao i broj sudionika, što će ovisiti o interesu stranih partnera, ali i hrvatskih destinacija i hotelijera koji će se uključiti financijskim participiranjem u programu ili ustupanjem svojih kapaciteta po posebnim uvjetima.

HTZ će sufinancirati inspekcijska putovanja domaćih i inozemnih pružatelja kongresnih usluga u Hrvatsku u maksimalnom trajanju od pet dana te s posjetom minimalno dvije destinacije (klastera) za maksimalno šest osoba u grupi. Ukoliko je organizator putovanja hotel, dozvoljen je posjet samo jednoj destinaciji, no maksimalno do 3 dana. Jedan privatni subjekt može se javiti za sufinanciranje najviše dva puta u godini. Ukoliko *buyeri* dolaze iz europskih zemalja, sufinancirat će se s 50 eur po osobi po danu, a ukoliko *buyeri* dolaze iz SAD-a i s drugih dalekih tržišta, sufinancirat će se sa 100 eur po osobi po danu.

3.7 Kreiranje promotivnog materijala

Planirana sredstva	764.351 eur
Nositelj: Sektor za brend Sektor za sustav turističkih zajednica i razvoj proizvoda Sektor za poslovne komunikacije	(5.759.000 kn)

3.7.1 Produkcija sadržaja za promociju brenda Hrvatska

Planirana sredstva

527.440 eur

Nositelj: Sektor za brend

(3.874.000 kn)

Odjel za produkciju

Produkcija materijala za promotivne kampanje

Nastavno na izrađen kreativni i komunikacijski koncept za promotivnu kampanju HTZ-a na emitivnim tržištima u 2023.g., a prema dostavljenim specifikacijama Odjela za planiranje i promociju na tržištima, producirat će se video i foto materijal potreban za oblikovanje promotivnih alata kao što su online banneri, print oglasi, promotivni video spotovi te oglasi za društvene mreže. Materijal će se producirati nakon odabira nove produkcijske agencije za 2023. godinu.

Produkcija materijala za novi krovni komunikacijski koncept

Izrađeni SMOPHT će dati strateške smjernice prema kojima će se raspisati natječaj za izradu krovnog komunikacijskog koncepta i ideje te brand arhitekture. Nakon izrade novog krovnog komunikacijskog koncepta i brend arhitekture hrvatskog turizma krenut će se u produkciju materijala koji će služiti za oglašavanje Hrvatske kao turističke destinacije na emitivnim tržištima. Uz produkciju foto i video materijala bit će potrebno novi koncept implementirati na sve razine komunikacije HTZ-a uključujući promotivne kampanje, poslovnu komunikaciju, prezentacije i dr.

Produkcija materijala za kampanju Mjesec hrvatskog turizma

Kampanja *Mjesec hrvatskog turizma* nastala je kao pozitivan odgovor na kampanju *Tjedan odmora vrijedan*. U sklopu projekta HTZ kontaktira dionike u turizmu te ih pobliže upoznaje s akcijom i pokušava ih motivirati na priključivanje istoj. Subjekti podižu svoje ponude na web stranicu te ih od trenutka početka kampanje mogu pregledavati i krajnji korisnici te uz njih ostvariti brojne popuste.

Foto i video snimanje UNESCO nematerijalne i materijalne kulturne baštine

Aktivnost podrazumijeva modifikaciju izrađenog kreativnog koncepta i idejnog rješenja promotivne kampanje za lansiranje Hrvatske turističke kartice, s ciljem predstavljanja kartice hrvatskim građanima i produkcija materijala prema dostavljenim specifikacijama za potrebe oglašivačke kampanje.

Foto i video snimanje turističkih proizvoda

U 2023. planira se foto i video snimanje turističkih proizvoda kao npr. luksuznog turizma, kampova i sl., a sve u cilju obogaćivanja postojećih baza foto i video materijala koji će se koristiti na oglašivačkim kanalima HTZ-a, kao i za pripremu svih promotivnih materijala. S obzirom da će se u 2023. biti finaliziran krovni komunikacijski koncept prema dobivenim smjernicama vršit će se i spomenuta snimanja turističkih proizvoda.

VR šetnja - snimanje zračnih 360 panorama i izrada web aplikacije

U 2022.g. producirali smo dodatni sadržaj koji je obogatio nove stranice croatia.hr. Riječ je o snimanju i izradi web aplikacije koja posjetiteljima web-a, kroz virtualnu šetnju 360, približava pojedinu lokaciju i upućuje ih na zanimljivosti na istoj. U 2023.g. ćemo dodatno proširiti broj zastupljenih lokacija i time pojačati doživljaj virtualne šetnje svim posjetiteljima web stranice croatia.hr.

Produkcija materijala za sajmove i posebne prezentacije

Producirat će se materijal za sajamske nastupe HTZ-a. Sajmovi variraju veličinom i tlocrtom te je za svaki potrebna prilagodba. U 2023.g. će se producirati i novi materijal s naglaskom na novom krovnom komunikacijskom konceptu.

Produkcija materijala za sajam F.re.e. u Münchenu bit će specifična budući da je HTZ 2023.g. zemlja partner tog sajma, a što će iziskivati određene dodatne prilagodbe te veći trošak same produkcije. Prilagodba materijala radit će se u suradnji s kreativnim agencijama i Odjelom za brend, a samu produkciju vršit će organizatori sajma.

Produkcija dodatnih promotivnih materijala

Ova aktivnost odnosi se na produkciju svih promotivnih materijala koja se odnosi na sve projekte izvan glavne promotivne kampanje HTZ-a. Tako će se sukladno potrebama HTZ-a kao i predstavništava, producirati pisani i multimedijalni sadržaj, prijevodi te će se vršiti otkup fotografija i prilagodbe alata za ostale aktivnosti.

3.7.2 Izrada brošura i drugog tiskanog materijala

Planirana sredstva	128.078 eur
Nositelj: Sektor za brend	(965.000 kn)
Odjel za produkciju	

Kao i u 2022.g., i 2023.g. će naglasak biti na izraditi online verzija brošura te se neće ići u dodatni trošak tiska, izuzev Image brošure koja će se redizajnirati po uvođenju novog krovnog komunikacijskog koncepta i otisnuti u dogovorenim nakladama za potrebe sajamskih nastupa na kojima će se uz tiskani materijal primjenjivati QR kodovi za preuzimanje digitalnih verzija brošura HTZ-a. U manjim nakladama otisnut će se i brošura Turističke informacije jer je riječ o najtraženijoj brošuri HTZ-a.

Image brošura sukladno novom komunikacijskom konceptu

Sukladno novom krovnom komunikacijskom konceptu te smjernicama dobivenim SMOPHT-om napraviti će se redizajn Image brošure kroz izradu interaktivnog sadržaja te digitalizaciju iste. Ovo će biti jedina brošura koja će postojati i u tiskanom obliku s obzirom da je riječ o glavnoj HTZ brošuri.

Turističke informacije

Brošura će se ažurirati u suradnji s turističkim zajednicama i ovisno o dostatnosti budžeta otisnuti u određenim manjim količinama s obzirom da je riječ o vrlo popularnoj HTZ brošuri,

džepnog izdanja koju posjetitelji sajмова i radionica često traže. Uz ograničenu količinu tiskanog materijala brošura će biti dostupna u digitalnom formatu. Pojedini elementi brošure biti će prilagođeni smjernicama novog krovnog komunikacijskog koncepta.

Brošura Slavonija

Brošura će se ažurirati u suradnji s turističkim zajednicama klastera Slavonija te će brošura biti dostupna u digitalnom obliku na stranicama HTZ-a, a pojedini elementi prilagodit će se smjernicama novog krovnog komunikacijskog koncepta.

Kamping brošura

Podatke o kampovima provjerava i eventualne izmjene dostavlja Kamping udruženje Hrvatske. Po zaprimljenim izmjenama na materijalima bit će potrebne izmjene na svim jezičnim mutacijama, napraviti PDF za web i word dokument. Brošura će biti dostupna isključivo u digitalnom obliku na web stranicama HTZ-a, a pojedini elementi prilagodit će se smjernicama novog krovnog komunikacijskog koncepta.

Eno-gastro brošura

U brošuri se ažuriraju isključivo korisne informacije i popis predstavništva. Brošura će biti dostupna isključivo u digitalnom obliku na web stranicama HTZ-a, a pojedini elementi prilagodit će se smjernicama novog krovnog komunikacijskog koncepta.

Brošura za kulturni turizam sukladno novom krovnom komunikacijskom konceptu

Sukladno novom krovnom komunikacijskom konceptu dizajnirat će se i grafički oblikovati brošura za kulturni turizam. Ista će se pripremiti u digitalnom obliku, a sukladno raspoloživom budžetu prilagodit će se na jezične varijante.

Cestovna karta

Brošura će se ažurirati u suradnji s turističkim zajednicama te će brošura biti dostupna u digitalnom obliku na stranicama HTZ-a, a pojedini elementi prilagodit će se smjernicama novog krovnog komunikacijskog koncepta.

Nautička brošura

U suradnji s vanjskim suradnicima ažurirat će se podaci iz nautičke brošure te će se izmjene unijeti u digitalnu verziju iste. Pojedini elementi brošure prilagodit će se smjernicama novog krovnog komunikacijskog koncepta.

Usluge prijevoda tekstova za potrebe izrade brošura

Nastavno na ugovor potpisan s prevoditeljima, tekstovi brošura prevodit će se na predviđene jezike te će se isti i lektorirati. Jezične verzije usuglasit će se s predstavništvima i Odjelom za sajmove i poslovne radionice, a sukladno predviđenim aktivnostima u 2023. godini.

3.7.3 Izrada sadržaja za određene projektne aktivnosti

Planirana sredstva	54.416 eur
Nositelj: Sektor za brend Sektor za poslovne komunikacije	(410.000 kn)

Oblikovanje tekstova za web stranicu croatia.hr

Nastavno na izlazak nove internetske stranice croatia.hr koja će objedinjavati stranice cjelokupnog sustava turističkih zajednica, potrebno će biti kontinuirano osiguravati tekstove namijenjene objavama na istoj. U okviru ove aktivnosti pripremat će se tekstovi namijenjeni objavama na internetskoj stranici croatia.hr koji su prilagođeni brandbooku, a koji kroz intrigantni naslov i određene pojmove privlače korisnike.

Produkcija sadržaja za web stranicu croatia.hr

HTZ će uz pomoć vanjskih partnera producirati i prevoditi sadržaj za novi turističko-informacijski portal croatia.hr ovisno o potrebama prezentacije pojedinih proizvoda. Pregledat će se i sadržaj TZ/TZŽ-ova te prema potrebi doraditi ili producirati novi. Dostavljeni i odabrani sadržaj TZŽ-ova za Top 20 će se prema potrebi prevoditi na ostale jezične varijante weba - engleski, njemački, talijanski, francuski, španjolski, slovenski, ruski, češki, poljski i mađarski jezik. Tekstovi će se producirati na kreativan, originalan, zanimljiv i informativan način prema SEO pravilima kako bi se kompletan web bolje pozicionirao na tražilicama te samim time dovodio više korisnika organskim putem tj. bez dodatnih troškova.

Produkcija materijala za projekte: Dani hrvatskog turizma, Zlatna penkala i drugih posebnih prezentacija i događanja

Za potrebe provođenja projekata Dani hrvatskog turizma, Zlatna penkala te drugih posebnih prezentacija i događanja, planirana je produkcija promotivnog materijala. Izrada materijala odnosi se na osmišljavanje i produkciju prigodnih protokolarnih poklona za sudionike obje manifestacije.

Kod Dana hrvatskog turizma riječ je o prigodnim suvenirima i poslovnim materijalima za uzvanike, dok je kod Zlatne penkale riječ o izradi plaketa ili zahvalnica te dizajnu i izradi statue za inozemne predstavnike medija.

3.7.4 Izrada suvenira i ostalog promidžbenog materijala

Planirana sredstva	54.416 eur
Nositelj: Sektor za brend Odjel za produkciju	(410.000 kn)

Nabava suvenira za široku uporabu

S ciljem što kvalitetnije sajamske prezentacije, rada ureda predstavništava te upita dobivenih od trećih strana planira se nabava suvenira za široku uporabu. Riječ je o suvenirskom programu nižeg cjenovnog ranga u koji su do sada ulazili suveniri kao što su licitari, vrećice lavande, platnene vrećice, kemijske olovke i drugi suveniri. Nabava navedenih suvenirskih

materijala vršit će se putem javnog ili pozivnog natječaja ovisno o raspoloživom budžetu. Narudžba suvenira za široku upotrebu vršit će se sukladno zaprimljenim smjernicama novog krovnog komunikacijskog koncepta.

Nabava suvenira za ciljanu upotrebu

S ciljem što kvalitetnije prezentacije Hrvatske od strane HTZ-a prema poslovnim partnerima, provest će se nabava suvenira za ciljanu uporabu i protokolarnih poklona. Riječ je o suvenirima višeg cjenovnog ranga koji se koriste za poslovne partnere, novinare te kao pokloni u sklopu posebnih evenata. Pod suvenire koji spadaju u grupu suvenira za ciljanu upotrebu pripadaju: polo i t-shirt majice, ručnici, USB-stickovi, kišobrani, rokovnici, poklon paketi s hrvatskim proizvodima, privjesci za ključeve i drugi. Narudžba suvenira za ciljanu upotrebu vršit će se sukladno zaprimljenim smjernicama novog krovnog komunikacijskog koncepta.

Protokolarni pokloni

S ciljem što kvalitetnije prezentacije Hrvatske od strane HTZ-a prema poslovnim partnerima u 2023.g. provest će se nabava i protokolarnih poklona. Riječ je o suvenirima najvišeg cjenovnog ranga koji se koriste u posebnim prigodama kao što su npr. kravate i marame. Narudžba suvenira za široku upotrebu vršit će se sukladno zaprimljenim smjernicama novog krovnog komunikacijskog koncepta.

3.8 Internetske stranice

Planirana sredstva	816.032 eur
Nositelj: Sektor za brend	(6.148.390 kn)

3.8.1 Održavanje i upravljanje internetskim stranicama

Planirana sredstva	816.032 eur
Nositelj: Sektor za brend Odjel za internetske stranice	(6.148.390 kn)

HTZ će u 2023.g. nastaviti koristiti i nadograđivati turističko-informacijski portal croatia.hr koji na jednom mjestu prikazuje cjelovitu turističku ponudu Hrvatske. Kroz moderan dizajn se radi na jačanju brand identiteta te povezuje sve turističke zajednice u jedan sustav u kojem svaka destinacija, turistička zajednica, ima svoj prostor za promociju na nacionalnom turističkom internetskom portalu. Nastavit će se sadržajno unaprjeđivati internetske stranice HTZ-a te održavati, nadograđivati, razvijati i optimizirati programska rješenja htz.hr, croatia.hr i druge projekte kao i serverske infrastrukture prema najnovijim standardima i suvremenim tehnološkim trendovima struke. Kroz projekt Hrvatski digitalni turizam – e-Turizam (HDT) će se razviti i mobilna aplikacija koja se naslanja na web aplikaciju te će koristiti napredne tehnologije koje internetske stranice ne mogu podržavati.

Praćenje i analiziranje podataka prikupljenih kroz razne online alate koristit će se kao ključni pokazatelji koje segmente treba dodatno razvijati ili optimizirati kako bi se što više korisnika privuklo na internetske stranice i time ukazalo na ljepote i prednosti Lijepe naše te zaintrigirati turiste na dolazak u sigurnu Hrvatsku

Web registracija domena

HTZ će nastaviti koristiti 123 zakupljene domene koje su trenutno u vlasništvu HTZ-a i Ministarstva turizma i sporta (MINTS). Većina domena je preusmjerena na croatia.hr ili na podstranicu kojoj pripada s obzirom na njen naziv tj. URL. Za nove projekte ili ako se pokaže potreba zakupit će se nove domene. Domene će se produžavati sukladno njihovim godišnjim pretplatama.

Web održavanje (croatia.hr, htz.hr)

Turističko-informacijski portal croatia.hr prezentira kompletnu hrvatsku turističku ponudu na jednom mjestu te svakoj od više od 300 destinacija (TZ/TZŽ) pruža prostor za prezentaciju i oglašavanje. Moderna prezentacija sadržaja prema tehnološkim standardima i trendovima u digitalnom svijetu ključna je za porast broja posjeta korisnika iz cijelog svijeta. Ti standardi i trendovi se izuzetno brzo mijenjaju te je samim time potrebno održavanje web aplikacije kao i njena nadogradnja. Potencijalno će se doraditi vizuali zbog nove knjige standarda te promjena strukture i arhitekture zbog turističkih proizvoda definiranih novim Strateško marketinškim i operativnim planom hrvatskog turizma. Razvijat će se novi moduli za kompletan sustav (TZ/TZŽ/HTZ) koji će unaprijediti korisničko iskustvo.

Ovako zahtjevan i kompleksan sustav za optimalno funkcioniranje zahtijeva vanjske servise kao što su korištenje prikaza IP adrese i određivanja odakle korisnik dolazi te prikaza prave jezične varijante i određenog sadržaja ili npr. Drimify za funkcioniranje gemifikacije ili npr. Civicuk za Cookie policy odnosno GDPR pravila i slično. Brojni vanjski servisi su potrebni za funkcioniranje određenih elemenata određenih dizajnom i programskim rješenjem te samim time bolje korisničko iskustvo na webu. Prilikom odabira vanjskih servisa se razmatralo o prednostima i manama pojedinog sustava tako da je uvijek odabrano najbolje moguće rješenje sukladno potrebama.

Planira se razvijanje aplikacijskog programskog sučelja (API) za povezivanje croatia.hr i eVisitor platforme.

Poslovne stranice HTZ-a će se nastaviti koristiti za B2B komunikaciju kao glavno sredstvo za komuniciranje prema sustavu turističkih zajednica, medijima i poslovnim zainteresiranim subjektima. Na poslovnom webu će se objavljivati materijali namijenjeni široj javnosti o radu i poslovanju HTZ-a. HTZ.hr će se unaprijediti na Drupal 9 te se potencijalno prilagoditi novom vizualnom identitetu.

Održavanje servera (serveri, proxy)

Serverska infrastruktura je potrebna za udomljavanje internetskih stranica poput turističko-informacijskog portala croatia.hr, poslovnih stranica htz.hr, Online galerije i ostalih projekata kako bi sustavi optimalno funkcionirali. Trenutna serverska infrastruktura za croatia.hr je definirana zahtjevima odabranog rješenja za izradu web aplikacije, kao i pripadajuće serverske licence zakupljene kroz projekt Hrvatski digitalni turizam (HDT) bez kojih sustav neće funkcionirati. Serveri će se nadograditi za potrebe mobilne aplikacije.

Nastavit će se održavati proxy koji je prijeko potreban za sigurniji i brži rad kompletnog sustava te ne dozvoljava rušenje sustava u slučaju raznih napada i prekomjernog prometa tj. upita (requestova). Proxy je također iznimno važan za propuštanje linkova i redirekcije kojih ima više

tisuća, ali i za ubrzavanje sustava i učitavanje internetskih stranica. Proxy se nalazi ispred postojećih servera te služi kao štit za servere i kompletnu digitalnu infrastrukturu HTZ-a. Ukoliko se ostvare sigurnosni i tehnički uvjeti bit će potreban i budžet za migraciju na Centar dijeljenih usluga (CDU).

Optimizacija stranica (SEO)

Optimizacija internetskih stranica (SEO) je izuzetno važna za što bolji položaj internetskih stranica na tražilicama. Kvalitetniji i bolji croatia.hr sa kvalitetnijim sadržajem znači više organskih posjeta te bolje pozicioniranje internetskih stranica po ključnim riječima i pojmovima koje pretražuju korisnici. Plan je nastaviti raditi SEO na svih 11 jezičnih varijanti (hrvatski, engleski, njemački, talijanski, francuski, španjolski, slovenski, ruski, češki, poljski i mađarski jezik) koje podržava web kako bi se portal bolje pozicionirao na raznim tržištima te imao više organskih posjeta. Također, to potencijalno znači manji trošak kroz marketinške kampanje za jednak broj korisnika. SEO optimizacija se radi za svaki jezik posebno i 365 dana u godini jer se algoritam tražilica mijenja i potrebno je prilagođavati sadržaj, ključne riječi/pojmove, opise, tagove i druge stvari kako bi se stranice podizale prema vrhu tražilica za određeni pojam.

Nadogradnja croatia.hr (dizajn croatia.hr)

Zbog novog Strateškog marketinškog i operativnog plana hrvatskog turizma, potencijalno nove knjige standarda te svakodnevnih promjena u tehnološkim standardima i trendovima u digitalnom svijetu potrebno je nastaviti raditi na vizualnom unapređenju stranica i elemenata turističko-informacijskog portala croatia.hr prema potrebama HTZ-a i sustava turističkih zajednica. Također, potrebno je uvažiti i HDT brandbook. Dorade dizajna imaju za cilj unapređenje korisničkog iskustva koje služi za poboljšanje i olakšavanje snalaženja korisnika na webu. Usavršavanja vizualnog rješenja će se implementirati kroz nadogradnju croatia.hr.

Ostale aktivnosti vezane uz upravljanje internetskih stranica

Alati potrebni za funkcioniranje internetskih stranica, praćenje raznih aktivnosti i izvještavanje (SSL certifikati, SimilarWeb, Google Analytics, Push notifikacije).

Sve internetske stranice HTZ-a su unaprijeđene i zaštićene SSL certifikatom prema tehnološkim zahtjevima. SSL certifikat se obnavlja svake godine. Turističko-informacijski portal croatia.hr sa svim svojim poddomenama koje koriste TZ/TZŽ-ovi su zaštićeni preko WildCard certifikata, dok htz.hr ima svoj certifikat jer je neovisna domena.

Za praćenje korisnika na webu i izvještavanje će se nastaviti koristiti online alati poput SimilarWeb-a koji će se koristiti i za edukaciju te usavršavanje djelatnika kako bi Odjel za internetske stranice mogao kvalitetnije izvršavati zadatke te ih potencijalno i djelomično automatizirati čime bi se oslobodilo više vremena za druge aktivnosti. Online alate će moći koristiti i svi kolege iz ureda, a ponajviše Sektor za promociju i marketing.

Za praćenje posjećenosti stranica se koristi Google Analytics, a brojne promjene u sustavu stvaraju potrebu za promjenama i doradama na poddomenama kako bi se svi podaci i parametri pravilno pratili i registrirali. Ovisno o implementaciji Središnjeg turističkog registra

te njegovog sustava push notifikacija i planova će se procijeniti razvijanje i implementacija vanjskog servisa.

Google maps

Google maps je servis za prikazivanje karata na webu te se koristi za croatia.hr i njenim poddomenama te EuroVelo8 i daje dodatni kredibilitet ustanovi poput HTZ-a. Razvijanjem mobilne aplikacije karte će se prikazivati i na ovoj platformi. Servis se naplaćuje i spojen je s Googleom putem API-ja te se preuzimaju karte koje se prikazuju na web i mobilnoj aplikaciji. Karte će se prikazivati dok bude financijskih sredstava te se plaća ovisno o prikazu karte. Odjel za internetske stranice je uz vanjske partnere napravio sve potrebne korake kako bi se trošak prikaza karata na croatia.hr sveo na minimum. Nakon što se potroše predviđena sredstva na mjesečnoj razini tada će se sustav prebaciti na Open Street Map kako bi se trošak dodatno racionalizirao, a da se na karti ne prikazuje „for development purposes only“ što negativno utječe na korisničko iskustvo.

Safe stay in Croatia i Digitalni nomadi razvoj i održavanje web stranica

Potreba za održavanjem internetskih stranica Safe Stay in Croatia i Digitalni nomadi i dalje postoji te su potencijalno potrebne nadogradnje sustava. Oba projekta su iznimno važna za strane korisnike koji žele doći u Hrvatsku. Projekt Safe Stay in Croatia komunicira sigurnosne protokole i sigurnost destinacije i tvrtki koje su usvojile svjetske standarde zdravstvene i higijenske zaštite, dok stranica Digitalni nomad komunicira pravila vezana za rad izvan kuće tj. u Hrvatskoj. Za unapređenje weba SSIC će se dogovarati sa MINTS-om i njihovim potrebama.

Google Analytics 360

Google Analytics 360 je alat za praćenje statistika posjeta internetskih stranica i mobilne aplikacije. Potrebno je osigurati licencu za softver koji se naplaćuje za korištenje te još dodatno prema broju korisnika koji posjećuju web ili mobilnu aplikaciju. Turističko-informacijski portal croatia.hr i njegove poddomene je kompleksan sustav koji se prati putem analitika te je GA360 potreban za praćenje od najniže destinacije preko TZŽ-ova do croatia.hr. U dogovoru sa sustavom se usuglasio i napravio izvještaj za svaku pojedinačnu destinaciju kako bi u svakom trenutku znali potrebne parametre koje mogu koristiti za optimizaciju i oglašavanje.

Mobilna aplikacija HDT

Druga i posljednja treća faza izrade mobilne aplikacije pod nazivom Explore Croatia će se nastaviti i u 2023.g. sukladno specifikacijama koje su napravljene kroz projektne aktivnosti „Izrada projektnog zadatka i detaljnih tehničkih specifikacija za mobilnu aplikaciju“. Aplikacija će biti izrađena kao native aplikacija za iOS i Android sustav. Mobilna aplikacija će se bazirati na šest proizvoda: Sunce i more, Nautika, Kultura, Eno-gastro, Priroda te Outdoor (Avanturistički i sportski + Ruralni i planinski + Cikloturizam). Izvršitelj će isporučiti vizualni dizajn aplikacije, izradit će korisnički priručnik za korištenje aplikacije te izraditi samu aplikaciju koja će se povezati i nasloniti na turističko-informacijski portal croatia.hr i brojne vanjske servise. Aplikacija će imati dodatne mogućnost koje internetska stranica ne može podržavati, a koje tehnološke inovacije mobilnih uređaja i tehnologije dopuštaju, kao što su augmented reality (AR), virtual reality (VR) i slično. Potencijalno je moguće da će zbog nove knjige standarda te promjene strukture i arhitekture zbog turističkih proizvoda definiranih Strateško

marketinškim i operativnim planom hrvatskog turizma trebati napraviti dorade na samoj mobilnoj aplikaciji koja se nadovezuje na web aplikaciju tj. croatia.hr.

Usluge prijevoda sučelja mobilne aplikacije

Usluga prijevoda je povezana s provedbom aktivnosti izrade mobilne aplikacije te je 2021.g. ugovoren Izvršitelj za prijevode za ranije odabranih deset stranih jezičnih varijanti. Jezične varijante mobilne aplikacije bit će identične onima za turističko-informacijski portal croatia.hr: hrvatski, engleski, njemački, talijanski, francuski, španjolski, slovenski, ruski, češki, poljski i mađarski jezik. Usluge prijevoda će se vanjskom partneru slati sukcesivno, a isplate će biti nakon svakih 500 kartica teksta uz plaćanje od 25% ugovorene cijene. Preostale su dvije faze ugovorne obveze.

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

Za mobilnu aplikaciju, koja se razvija u sklopu projekta Hrvatski digitalni turizam (HDT), će se provesti certificiranje sigurnosti sustava te proces certificiranja za osobe s invaliditetom. Aktivnost je povezana sa programiranjem same mobilne aplikacije te je izvršenje certificiranja moguće tek po završetku izrade mobilne aplikacije.

Održavanje i nadogradnja mobilne aplikacije

Mobilnu aplikaciju će nakon njena završetka i puštanja u javnost biti potrebno održavati te nadograđivati. Novim Strateško marketinškim i operativnim planom hrvatskog turizma te novom knjigom standarda bit će potencijalno potrebno dorađivati mobilnu aplikaciju za nove proizvode i vizualni koncept. U planu je i povezivanje putem API-ja s web aplikacijom za optimalnu i obostranu razmjenu podataka te potencijalno povezivanje sa Središnjim turističkim registrom koji razvija MINTS.

Održavanje VR360

Za funkcioniranje novog projekta koji se razvio krajem 2022.g. potrebno je održavati platformu VR360. Trošak je predviđen za hosting infrastrukture, održavanje i potencijalnu nadogradnju te spajanje s turističko-informacijskim portalom croatia.hr i mobilnom aplikacijom preko kojih će se prikazivati snimljeni sadržaj te kako bi kompletan sustav funkcionirao optimalno bez da korisnik dobije dojam da koristi odvojene sustave.

3.9 Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka

Planirana sredstva	70.343 eur
Nositelj: Sektor za brend Sektor za poslovne komunikacije	(530.000 kn)

Glavni cilj provedbe ove mjere je digitalizacija poslovnih procesa turističkog sektora kroz razvoj novih i unaprjeđenje postojećih digitalnih alata. Niže se nalazi opis aktivnosti planiranih u sklopu ove mjere.

3.9.1 Održavanje i nadogradnja multimedijalne banke i razvoj digitalnog arhiviranja

Planirana sredstva	6.636 eur
Nositelj: Sektor za brend Odjel za produkciju	(50.000 kn)

Obzirom na oformljenu digitalnu bazu multimedijalnih sadržaja koja služi za potrebe HTZ-a i predstavništava, ali i ustupanja materijala trećim stranama u svrhu promocije Hrvatske, ista će se nastaviti kontinuirano održavati i prema potrebi nadograđivati.

Mjesečno održavanje multimedijalne banke

Sve otkupljene i producirane fotografije kao i cjelokupni multimedijalni materijal pohranjuju se na online galeriju. Tvrtka Web marketing, koja je ujedno i osmislila i izradila novu bazu fotografija 2015., zadužena je za mjesečno održavanje.

Nadogradnja multimedijalne banke

Uz navedene poslove održavanja, po potrebi će se vršiti potrebne nadogradnje same galerije s ciljem njenog optimalnog korištenja i pružanja potrebnih pogodnosti za korisnike. Uz to, provodit će se unaprjeđenje i praćenje trendova posjetitelja online galerije HTZ-a. U 2023.g. vizualni identitet online galerije prilagodit će se smjernica dobivenim novim krovim komunikacijskim konceptom.

3.9.2 Licenca za korištenje baze podataka društvenih mreža (User-generated content software)

Planirana sredstva	30.526 eur
Nositelj: Sektor za poslovne komunikacije Odjel za globalni PR	(230.000 kn)

Crowdriff - software (User generated content – UGC) je alat koji služi kako bi putem službenih web stranica i društvenih mreža mogli koristiti vizualni sadržaj (fotografije, videa, itd.) pratitelja, odnosno korisnika i ljubitelja putovanja u Hrvatsku. Ovim alatom kreiraju se tematske galerije potrebne za objave na društvenim mrežama Croatia Full Of Life i webu, planiraju se kalendari mjesečnih i tjednih objava na istima te se pribavlja suglasnost za korištenje materijala s društvenih mreža korisnika i pratitelja.

3.9.3 Ažuriranje baze podataka internetskih stranica HTZ-a

Planirana sredstva	33.181 eur
Nositelj: Sektor za brend Odjel za internetske stranice	(250.000 kn)

Dok se ne uspostavi i upogoni Središnji turistički registar, koji razvija MINTS kroz projekt Hrvatski digitalni turizam (HDT), turističko-informacijski portal croatia.hr i njegove baze podataka (npr. objekti zdravstvenog, ruralnog, luksuznog, aktivnog turizma, MICE objekti i slično...) treba ažurirati kako bi korisnici imali što točniju sliku objekata koji posluju. Baze podataka koje nisu automatizirane (npr. turističke agencije, popis muzeja, ljekarni i slično)

treba održavati aktivnima i ažuriranima te će se to raditi u kvartalnim intervalima uz pomoć vanjskih stručnjaka, a kolege iz sustava turističkih zajednica će verificirati podatke.

3.10 Turističko informativne aktivnosti

Planirana sredstva	19.908 eur
Nositelj: Sektor za brend Odjel za brend	(150.000 kn)

3.10.1 Infopunktovi i signalizacija

Planirana sredstva	19.908 eur
Nositelj: Sektor za brend Odjel za brend	(150.000 kn)

S ciljem iskazivanja dobrodošlice turistima u Hrvatsku postavljaju se table dobrodošlice na graničnim prijelazima. U 2023.g. izradit će se novi vizuali prema smjernicama postavljenima novim krovnim komunikacijskim konceptom te će se isti aplicirati na određenu količinu tabli uz granične prijelaze. Izradit će se i novi elaborat kojim će se dobiti uvid u stanje tabli i ukupan broj postojećih tabli dobrodošlice na graničnim prijelazima.

4 DESTINACIJSKI MENADŽMENT

Planirana sredstva	964.231 eur (7.265.000 kn)
---------------------------	---------------------------------------

Aktivnosti HTZ-a vezane uz programsko područje destinacijskog menadžmenta uključuju daljnji razvoj, održavanje i unaprjeđenja sustava eVisitor, kao i aplikacije ePrijave te portala nautika.eVistor.

Također, uključeni su i različiti modeli edukacije, tj. organizacija stručnih skupova i radionica namijenjenih diseminaciji znanja i jačanju stručnih kompetencija različitih dionika u sektoru, što uključuje i nastavak financiranja međunarodnog znanstveno-stručnog časopisa „Turizam“, kojeg je HTZ ujedno i suvlasnik.

Upravljanje kvalitetom u destinacijama indirektno će se provoditi putem koordinacije s turističkim zajednicama regionalne razine ali i ciljano, putem nagrađivanja izvrsnosti i dostignuća turističkih destinacija, poticanja uređenja i sigurnosti boravka turista u destinacijama, kao i sudjelovanja u međunarodnim projektima poput EDEN-a (Europska destinacija izvrsnosti).

4.1 Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor

Planirana sredstva	654.987 eur
Nositelj: Sektor za informacijske sustave	(4.935.000 kn)

4.1.1 eVisitor sustav

Planirana sredstva	517.619 eur
Nositelj: Sektor za informacijske sustave Odjel za eVisitor i aplikativna rješenja	(3.900.000 kn)

Konzultantske usluge

Konzultantske usluge uključuju definiranje poslovnih procesa i rada sustava, razrađivanje detalja izvedbe i unaprjeđenja sustava, nadzor nad isporučenim materijalima i nadzor nad kvalitetom strukture baze podataka.

Tijekom 2023.g. zadržat će se postojeće ugovorene konzultantske usluge Fakulteta elektrotehnike i računarstva, a obuhvatit će i ostala rješenja koja su u nadležnosti Odjela za eVisitor i aplikativna rješenja.

Održavanje eVisitor sustava

Aktivnost održavanja eVisitor sustava uključuje održavanje eVisitor aplikacije, pružanje korisničke podrške korisnicima aplikacije te zaprimanje redovitih izvještaja o uplatama turističke pristojbe od FINA-e.

Dodatno, a u suradnji s Odjelom za informatičku podršku realizirat će se nabava nove eVisitor IT platforme, održavanje funkcionalnosti i dostupnosti platforme što uključuje hosting u

podatkovnom centru, hosting backup platforme u izdvojenom podatkovnom centru, redovno održavanje opreme (hardwarea), virtualizacijske platforme, operativnog sustava i perifernog softwarea te osiguravanje antivirus i drugih licenci.

Nadogradnja eVisitor aplikacije (SW)

Ova aktivnost uključuje implementaciju zakonskih izmjena, novih funkcionalnosti u skladu sa zahtjevima korisnika te prilagodbu eVisitor aplikacije novoj IT platformi.

Opći troškovi provedbe aktivnosti razvoja sustava eVisitor

Opći troškovi se planiraju za aktivnosti edukacije sustava turističkih zajednica o novim funkcionalnostima eVisitor aplikacije, aktivnosti u vezi komercijalizacije eVisitor sustava, troškove sudjelovanja na specijaliziranim konferencijama, licence za software razvoju okolinu i drugo.

4.1.2 Aplikacija ePrijave

Planirana sredstva	2.654 eur
Nositelj: Sektor za informacijske sustave	(20.000 kn)
Odjel za eVisitor i aplikativna rješenja	

Nadogradnja aplikacije ePrijave

Nadogradnja aplikacije ePrijave će se provesti s ciljem pružanja podrške primarno Odjelu za razvoj proizvoda u aktivnostima provedbe javnih poziva kao i svim ostalim odjelima u čijoj su nadležnosti pozivi.

Održavanje sustava ePrijave

Ova aktivnost uključuje uslugu *hostinga* aplikacije ePrijave.

4.1.3 Portal nautika.evisitor

Planirana sredstva	28.535 eur
Nositelj: Sektor za informacijske sustave	(215.000 kn)
Odjel za eVisitor i aplikativna rješenja	
Nadogradnja portala nautika.eVisitor	

Nadogradnja portala uključuje nove funkcionalnosti s ciljem unaprjeđenja korisničkog iskustva.

Održavanje portala nautika.eVisitor

Aktivnost uključuje redovno održavanje portala nautika.eVisitor i financijske troškove po svakoj transakciji.

4.1.4 Mobilna aplikacija eVisitor

Planirana sredstva	106.178 eur
Nositelj: Sektor za informacijske sustave Odjel za eVisitor i aplikativna rješenja	(800.000 kn)

Razvoj mobilne aplikacije eVisitor

Planira se preuzimanje mobilne aplikacije iz projekta Hrvatski digitalni turizam te njena prilagodba poslovnim procesima. Naime inicijalnu nabavu i realizaciju u sklopu projekta HDT provodi Ministarstvo turizma i sporta.

Održavanje mobilne aplikacije eVisitor

Aktivnost uključuje redovno održavanje mobilne aplikacije.

4.2 Stručni skupovi i edukacije

Planirana sredstva	39.817 eur
Nositelj: Sektor za sustav turističkih zajednica i razvoj proizvoda Sektor za informacijske sustave	(300.000 kn)

Edukativne radionice koje su planiraju za 2023.g., planirane su s ciljem unaprjeđenja znanja i vještina te usvajanja i primjene novih globalnih trendova u redovnom poslovanju turističkog sektora. Putem produkcije časopisa Turizam pružit će se podrška razvoju i diversifikaciji turističke ponude Hrvatske.

4.2.1 Stručni skupovi i radionice

Planirana sredstva	19.908 eur
Nositelj: Sektor za sustav turističkih zajednica i razvoj proizvoda Odjel za potporu i koordinaciju turističkih zajednica	(150.000 kn)

S ciljem učinkovitijeg pozicioniranja na turističkom tržištu, praćenja i primjene najnovijih marketinških tehnologija, dostignuća i trendova u turizmu, HTZ će provoditi edukacije turističkih zajednica i ostalih dionika koji sudjeluju u turističkoj aktivnosti na području Republike Hrvatske.

Sadržaj edukacija će se oblikovati i provesti u suradnji s relevantnim stručnim institucijama te ekspertima za navedene segmente, a radionice će biti usklađene sa smjernicama koje će biti definirane u novom strateškom, marketinškom i operativnom planu hrvatskog turizma te u skladu s djelovanjem prema načelima destinacijskih menadžment organizacija DMO i načelima održivosti i inovativnosti u razvoju i promociji destinacije.

4.2.2 Časopis Turizam

Planirana sredstva	19.908 eur
Nositelj: Sektor za informacijske sustave Odjel za istraživanje tržišta i analitiku	(150.000 kn)

Nastavno na zakonsku zadaću HTZ-a, uspostavljanje mehanizma mjerenja i nadzora učinkovitosti provedenih promotivnih aktivnosti turističkih zajednica, u 2023.g. planira se provođenje aktivnosti u skladu sa smjernicama marketinškog djelovanja općenito i prema operativnim smjernicama za praćenje uspješnosti marketinških kampanja koje predviđa novi Strateški marketinški i operativni plan hrvatskog turizma 2022. do 2026.g.

4.3 Koordinacija i nadzor

Planirana sredstva	13.272 eur
Nositelj: Sektor za sustav turističkih zajednica i razvoj proizvoda Odjel za potporu i koordinaciju turističkih zajednica	(100.000 kn)

Ciljevi koji se planiraju realizirati putem navedene taktike je sinergijsko djelovanje sustava turističkih zajednica i ostalih predstavnika turističke industrije s ciljem unificiranog provođenja aktivnosti promocije i razvoja turističkog proizvoda te definiranje novog, dugoročnog strateškog okvira provedbe marketinških aktivnosti koji će odrediti strategiju marketinškog komuniciranja i smjernice za afirmiranje Hrvatske kao kvalitetne destinacije visoke dodane vrijednosti.

4.3.1 Koordinacije turističkih zajednica regionalne razine

Planirana sredstva	13.272 eur
Nositelj: Sektor za sustav turističkih zajednica i razvoj proizvoda Odjel za potporu i koordinaciju turističkih zajednica	(100.000 kn)

Tijekom godine pripremat će se i održavati sastanci koordinacije direktora regionalnih i lokalnih turističkih zajednica i Turističke zajednice Grada Zagreba s direktorom HTZ-a na teme vezane za djelokrug i postupanje sustava turističkih zajednica te ostale aktualnosti koje izravno i neizravno utječu na aktivnosti turističkih zajednica.

HTZ prikuplja i analizira planske i izvještajne dokumente regionalnih turističkih zajednica i Turističke zajednice Grada Zagreba te kontrolira jesu li isti u skladu sa zakonskim odredbama i u skladu s Metodologijom i obvezatnim uputama za izradu GPR-a i izvješća o izvršenju GPR-a koju na prijedlog HTZ-a donosi Ministarstvo turizma i sporta.

Također, redovno se pripremaju pisani odgovori na upite pravnih i fizičkih osoba, direktora i djelatnika turističkih zajednica, članova turističkih zajednica i ostalih osoba neposredno i posredno povezanih s turizmom, a koji su vezani uz djelokrug rada i postupanje turističkih zajednica. Uz odgovore na upite, HTZ redovito izvještava sustav turističkih zajednica o aktualnostima iz djelokruga turističkog sektora.

U okviru ove stavke planiraju se i troškovi rada povjerenstava za vrednovanje projekata regionalnih i lokalnih turističkih zajednica na turistički nedovoljno razvijenom području i kontinentu kao i projekata udruženih turističkih zajednica.

4.4 Upravljanje kvalitetom u destinaciji

Planirana sredstva	256.155 eur
Nositelj: Sektor za sustav turističkih zajednica i razvoj proizvoda	(1.930.000 kn)

U svrhu jačanja kompetencija i ugleda strukovnih zanimanja u turizmu te u cilju priznavanja kvalitete, poticanja uspješnosti i izvrsnosti, HTZ u 2023.g. planira dodjelu Godišnje hrvatske turističke nagrade. Također, u sljedećoj godini planira se provedba projekta „Sigurna turistička destinacija“ s ciljem unaprjeđenja sigurnosti, zaštite života i imovine turista te stvaranja imidža Hrvatske kao poželjne i sigurne turističke destinacije. Aktivnosti podrazumijevaju suradnju s MUP-om, HGSS-om, HC-om i ostalim institucijama i organizacijama.

4.4.1 Nagrađivanje izvrsnosti i dostignuća turističkih destinacija

Planirana sredstva	26.545 eur
Nositelj: Sektor za sustav turističkih zajednica i razvoj proizvoda Odjel za potporu i koordinaciju turističkih zajednica	(200.000 kn)

U dijelu aktivnosti nagrađivanja izvrsnosti i dostignuća turističkih destinacija tradicionalno se provodi projekt pod nazivom Godišnje hrvatske turističke nagrade.

Projekt Godišnje hrvatske turističke nagrade

HTZ će i u 2023.g. s ciljem priznavanja kvalitete, poticanja primjene načela održivosti i inovativnosti u razvoju i promociji destinacije, poticanja uspješnosti i izvrsnosti, podizanja razine gostoljubivosti i stvaranja klime dobrodošlice, provoditi sustav nagrađivanja izvrsnosti. Nagradit će se najuspješnije destinacije, prirodne i kulturne atrakcije, projekti usmjereni na zelenu i digitalnu tranziciju, posebni turistički doživljaji, inovacije u turizmu i pojedinci koji su svojim djelovanjem iznimno doprinijeli uspješnosti turističke godine. U skladu s novim odrednicama predstojećeg strateškog, marketinškog i operativnog plana hrvatskog turizma, osmislić će se novi koncept nagrađivanja, s naglaskom na primjeni elemenata održivosti.

Nagrade će se dodijeliti na svečanoj završnici turističkog skupa pod nazivom „Dani hrvatskog turizma“.

4.4.2 Poticanje sigurnosti boravka turista

Planirana sredstva	225.629 eur
Nositelj: Sektor za sustav turističkih zajednica i razvoj proizvoda Odjel za potporu i koordinaciju turističkih zajednica	(1.700.000 kn)

S ciljem unaprjeđenja sigurnosti, zaštite života i imovine turista te stvaranja imidža Hrvatske kao poželjne i sigurne turističke destinacije, provodit će se projekt „Sigurna turistička

destinacija“ u suradnji s Ministarstvom unutarnjih poslova i Hrvatskom gorskom službom spašavanja.

U hrvatskim destinacijama će djelovati brojni policijski službenici iz cijelog svijeta s ciljem postizanja značajnije razine sigurnosti kao jednog od važnijih preduvjeta za poboljšanje uvjeta boravka turista. U okviru projekta provodit će se aktivnosti spašavanja s ciljem unaprjeđenja sigurnosti turizma na nepristupačnim područjima izvan gradova i javnih prometnica te aktivnosti spašavanja, zaštite života i imovine turista na prostorima gdje su stvoreni preduvjeti za primjenom posebnih znanja, opreme i kadrova koji se koriste u gorskom spašavanju.

Uz sve navedeno, u okviru projekta „Sigurna turistička destinacija“ provodit će se edukativne aktivnosti s ciljem upoznavanja turista i turističkih djelatnika o elementima sigurnosti prilikom odvijanja turističke aktivnosti u destinaciji. Isto tako, u suradnji s lučkim pristaništima i sustavom turističkih zajednica provodit će se projekt dobrodošlice koji uključuje podjelu vode turistima.

4.4.3 Europska destinacija izvrsnosti – EDEN

Planirana sredstva

3.982 eur

Nositelj: Sektor za sustav turističkih zajednica i razvoj proizvoda
Odjel za EU i srodne projekte

(30.000 kn)

Europska komisija je 2006.g. pokrenula pilot projekt za izbor nacionalnih europskih destinacija izvrsnosti u zemljama članicama Europske unije (*European Destinations of Excellence – EDEN*) s ciljem stvaranja europske mreže najboljih destinacija održivog turizma, promocije novih, netradicionalnih i turistički manje razvijenih destinacija, stvaranja svijesti o raznolikosti i kvaliteti europske turističke ponude, smanjenja sezonalnosti i poticanja razvoja destinacija po načelima održivog turizma.

Sastanci nacionalne EDEN mreže

Organizirat će se sastanak predstavnika hrvatske EDEN (*European Destinations of Excellence*) mreže, odnosno predstavnika turistički manje poznatih i razvijenih turističkih odredišta, u suradnji s jednom od hrvatskih EDEN destinacija. U sklopu sastanka bit će organizirana predavanja na temu održivog turizma i marketinga, predstavljanje dobrih praksi iz zemlje i inozemstva, a sudionike će se informirati o mogućnostima prijave na predstojeći izbor za europsku EDEN destinaciju.

5 ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA

Planirana sredstva	181.030 eur (1.363.970 kn)
---------------------------	---------------------------------------

S ciljem razmjene znanja i iskustava, jačanja pozicije na međunarodnom tržištu, sudjelovanja u međunarodnim projektima i jačanja međunarodnih partnerstava, Hrvatska turistička zajednica u 2023.g. planira suradnju s brojnim međunarodnim institucijama, strukovnim udruženjima i inozemnim nacionalnim turističkim organizacijama (s posebnim naglaskom na ostvarivanju članskih prava i izvršavanju obveza u istima).

5.1 Međunarodne strukovne i srodne organizacije

Planirana sredstva	181.030 eur (1.363.970 kn)
Nositelj: Sektor za međunarodne poslove i mrežu predstavništava Sektor za sustav turističkih zajednica i razvoj proizvoda	

5.1.1 Organizacije i udruženja NTO-a

Planirana sredstva	147.587 eur (1.111.995 kn)
Nositelj: Sektor za međunarodne poslove i mrežu predstavništava Odjel za međunarodnu suradnju	

Suradnja s Europskom putničkom komisijom (ETC): ETC članarina i ETC sastanci

Europska putnička komisija (ETC) jedna je od najvažnijih i najstarijih međunarodnih turističkih organizacija u Europi. HTZ će u 2023.g. aktivno sudjelovati na dvije Opće skupštine i četiri sastanka Odbora direktora. Uz to, od 14. do 17. veljače 2023.g. u Zagrebu će biti održan 8. godišnji sastanak radne skupine ETC-a za marketing i analitiku (MIG i MKG), koji će u Zagrebu okupiti stotinjak marketinških stručnjaka i stručnjaka iz polja istraživanja tržišta.

HTZ će intenzivno tijekom 2023.g. sudjelovati u svim aktivnostima ETC-a vezanih uz promociju Europe kao destinacije na dalekim tržištima te će se za te potrebe aktivno uključiti u pripreme vezane za realizaciju svih kampanja ETC-a.

U 2023.g. na mjesečnoj razini pripremat će se tekstovi/advertorijali za magazin ETC-a Visit Europe, čime će se čitateljima predstaviti hrvatski turistički proizvodi i hrvatske destinacije prema unaprijed dostavljenom kalendaru zadanih mjesečnih tema od strane ETC-a. Jednako tako, nastavit će se s pripremom tekstova, fotografija i internetskih poveznica za ciljne kampanje ETC-a na dalekim tržištima, čiji trošak u sklopu godišnje članarine pokriva sam ETC.

Suradnja sa Svjetskom turističkom organizacijom UNWTO: UNWTO članarina, Put svile i UNWTO konferencije

Kao pridruženi član, HTZ će podmiriti troškove članarine u Svjetskoj turističkoj organizaciji (UNWTO) te nastaviti s aktivnostima u istoj, s posebnim naglaskom na sudjelovanje u aktivnostima koje se održavaju u sklopu ITB Berlin i WTM-a u Londonu, kao i sudjelovati na tematskoj konferenciji UNWTO-a. Kao članica Radne skupine UNWTO-ove

inicijative/programa "Put svile" HTZ će sudjelovati u radu iste, kao i na svim sastancima, konferencijama i radionicama vezanima uz Inicijativu "Put svile".

U 2023.g. Hrvatska će biti domaćinom 2. svjetskog kongresa sportskog turizma, održavanje kojeg će Hrvatsku na svjetskoj razini dodatno pozicionirati kao turističku i sportsku destinaciju.

Kao član Odbora za pridružene članove u razdoblju od 2022. do 2025.g., HTZ će sudjelovati na statutarnim i ostalim sastancima Odbora pridruženih članova tijekom 2023.g.: 3 sastanka Odbora pridruženih članova, 25. Općoj skupštini UNWTO-a u Samarkandu, Uzbekistan, 65. Komisiji za Europu u Sofiji, Bugarska.

Suradnja s CEEC

HTZ će i u 2023.g. nastaviti suradnju s CEEC-om, gdje je ujedno i jedan od nacionalnih koordinatora, kroz sudjelovanje u sastancima i projektima/webinarima. U suradnji s Odjelom za globalni PR i Odjelom za internetske stranice ažurirat će internetske stranice CEEC-a u dijelu koji se odnosi na predstavljanje Hrvatske kao turističke destinacije.

5.1.2 Organizacije i udruženja turističke industrije

Planirana sredstva	33.443 eur
Nositelj: Sektor za međunarodne poslove i mrežu predstavništava Sektor za sustav turističkih zajednica i razvoj proizvoda	(251.975 kn)

Suradnja s Europskom udrugom turoperatora (ETOA): ETOA članarina i ETOA događanja

U 2023.g. HTZ će sudjelovati na B2B događanjima, seminarima i forumima, kao i ostalim događanjima u organizaciji ETOA-e, s posebnim naglaskom na tri ključna događanja, City Fair i GEM – Global European Marketplaces te China European Marketplaces (CEM), tijekom kojih će se, kroz usku suradnju, dodatno ojačati veze s turističkom industrijom i međunarodnim institucijama.

Osim obveze plaćanja članarine, HTZ će objaviti oglas u godišnjem izdanju ETOA Directory koji se distribuira na preko 40 tisuća adresa članova.

Članarine i suradnje s međunarodnim udruženjima poslovnog turizma: ICCA i Alijansa nacionalnih kongresnih ureda Europe

Hrvatska turistička zajednica članica je međunarodnih organizacija **ICCA (International Congress&Convention Association)** te će i u 2023. godini obnoviti članstvo. International Congress&Convention Association (ICCA) je vodeća globalna udruga za industriju međunarodnih sastanaka i specijalizirana je za sektor međunarodnih sastanaka udruga, nudeći jedinstvene baze podataka, obrazovanje, komunikacijske kanale te poslovni razvoj i mogućnosti umrežavanja. HTZ će koristiti ponuđene pogodnosti članstva i sudjelovati na godišnjem kongresu, glavnom događanju ICCA udruženja.

Isto tako, kao član **Strateške alijanse nacionalnih kongresnih ureda Europe**, HTZ će sudjelovati na sastancima, koji se održavaju dva puta godišnje, gdje se između ostalog svaki puta

organizira neka tematska radionica sudionika na kojoj se zajednički promišlja o aktualnim trendovima i kako se nositi s njima iz perspektive nacionalnog kongresnog ureda.

Tijekom 2023.g. provede će se različite projektne aktivnosti s međunarodnim institucijama koje se unaprijed ne mogu planirati, a koje za cilj imaju jačanje snage brenda, postizanje veće tržišne vidljivosti, kreiranja dodatnih motiva dolazaka stranih turista u Hrvatsku, s osobitim naglaskom na razmjenu znanja i iskustava kao i međunarodnu suradnju na različitim projektima. Jednako tako, u okviru ovih aktivnosti provodit će se i ostali poslovi i zadaće međunarodne suradnje od javnoga interesa povjerenih od strane Ministarstva turizma i sporta i Vlade Republike Hrvatske.

Članarine predstavništava u međunarodnim udrugama i udruženjima

Tijekom 2023.g. sve članarine predstavništava u međunarodnim udrugama i udruženjima će se evaluirati kako bi se za buduće razdoblje definirala članstva u onim međunarodnim udrugama i udruženjima s najvećim povratom ulaganja te s kojima bi se realizirao veći broj zajedničkih aktivnosti.

6 ADMINISTRATIVNI POSLOVI

Planirana sredstva	7.675.367 eur (57.830.053 kn)
---------------------------	--

6.1 Plaće

Planirana sredstva	2.802.014 eur (21.111.778 kn)
Nositelj: Ured direktora Stručna služba za financije i računovodstvo	

Navedena stavka obuhvaća troškove plaća zaposlenika HTZ-a ureda u Zagrebu uključujući pripadajuće troškove sukladno zakonskim propisima koji reguliraju obračun plaća. U ostale pripadajuće troškove se ubrajaju regres i božićnica, dar djeci, jubilarna nagrada zaposleniku, otpremnina prilikom odlaska u mirovinu te pomoć prilikom smrtnog slučaja u obitelji. Zbog ekonomske situacije koja je utjecala na povećanje troškova života, porasta cijena i značajne inflacije planira se povećanje osnovice plaća. Unutar stavke Plaće iskazan je trošak plaća djelatnika HTZ-a koje se dijelom financiraju iz EU fondova za projekte koji su povezani s europskim projektima. Troškovi tih plaća nalaze se u sklopu aktivnosti Plaće zaposlenika na projektu Hrvatski digitalni turizam.

6.2 Materijalni troškovi

Planirana sredstva	909.453 eur (6.852.275 kn)
Nositelj: Ured direktora Sektor za informacijske sustave Sektor za sustav turističkih zajednica i razvoj proizvoda Sektor za brend	

Materijalni troškovi

Administrativne zadaće odnose se na operativne poslove HTZ-a koji primarno uključuju administrativnu, tehničku i druge podrške vezane uz izvršavanje planiranih aktivnosti iz Godišnjeg programa rada kao i ostale materijalne troškove vezane uz osiguravanje kvalitetnih uvjeta poslovanja (edukacija, odvjatnički i javnobilježnički troškovi, porezno savjetovanje i drugi slični troškovi, režijski troškovi, održavanje i čišćenje uredskog prostora, održavanje i nabava opreme i materijala, telekomunikacijske usluge i sl.).

Slijedom zaključaka sa sjednica Turističkog vijeća održanih 16. ožujka i 13. svibnja 2022.g., te nastavno na odluku Turističkog vijeća s 12. sjednice, sredstva na ovoj stavci predviđaju zakup privremenog poslovnog prostora HTZ-a koji temeljem važećeg ugovora traje do 30. rujna 2023. Do kraja 2022.g. očekuje se odabir i angažman arhitekta te izvođača radova za preuređenje poslovnog prostora u vlasništvu na adresi Iblerov trg 10/IV. Financiranje predmetnog projekta planira se temeljem kreditnih sredstava poslovne banke, te je u plan za 2023.g. uključen iznos otplate u prvoj godini.

Sukladno svojim zakonskim zadaćama i zadanim strateškim smjernicama, HTZ će pripremati prijave projekata u okviru programa Europske teritorijalne suradnje, nacionalnih Operativnih programa i drugih programa sufinanciranja iz EU fondova, u kojima će sudjelovati kao nositelj

(lead partner) ili projektni partner, te su u tu svrhu predviđena sredstva za pripremu i izradu projektnih prijedloga.

Skladištenje i distribucija

HTZ skladišti sve promotivne, informativne i druge materijale HTZ-a u distributivnom centru koji je odabran putem javnog natječaja. Odabrani distributivni centar navedene materijale skladišti i distribuira u pravilu na turističke sajmove i predstavništva HTZ-a.

6.3 Tijela turističke zajednice

Planirana sredstva	72.201 eur
Nositelj: Ured direktora Stručna služba za kontroling i internu reviziju	(544.000 kn)

Organizacija sjednica, putni troškovi članova te naknade članovima tijela HTZ-a

HTZ je pravna osoba čije je upravljanje i nadzor povjereno posebnim tijelima (Turističko vijeće i Skupština) koja su dužna zasjedati u sastavu, rokovima i na način definiran relevantnim propisima.

Kako bi se odvijao nesmetan rad tijela HTZ-a, predviđeni su troškovi za organizaciju sjednica, pripremu materijala, refundaciju putnih troškova i ostalo. Također, planiraju se i troškovi mjesečnih naknada za članove Turističkog vijeća.

6.4 Troškovi poslovanja mreže predstavništava/ ispostava

Planirana sredstva	3.891.698 eur
Nositelj: Sektor za međunarodne poslove i mrežu predstavništava Odjel za predstavništva	(29.322.000 kn)

Prema postavkama SMOPHT-a, ključna zadaća predstavništva HTZ-a (u razdoblju do donošenja novog SMOPHT-a) je u podršci komunikacijskim i prodajnim aktivnostima HTZ-a (posredno i članstva HTZ-a) na glavnim emitivnim tržištima, odnosno, definiranim geozonama unutar pojedinih tržišta. Raspodjela troškova po predstavništvima je sljedeća:

Tablica 9. Planirani troškovi poslovanja po predstavništvima i ispostavama

Aktivnost	Planiran iznos u HRK	Planiran iznos u EUR
Predstavništvo Austrija	1.942.000	257.748
Predstavništvo Beneluks	2.550.000	338.443
Predstavništvo Češka	1.350.000	179.176
Predstavništvo Francuska	2.250.000	298.626
Predstavništvo Italija	2.400.000	318.535
Predstavništvo Mađarska	900.000	119.451
Predstavništvo Njemačka – Frankfurt	2.700.000	358.352

Ispostava Njemačka – München	2.400.000	318.535
Predstavništvo Poljska	1.450.000	192.448
Predstavništvo Rusija	1.680.000	222.974
Predstavništvo SAD	2.450.000	597.253
Predstavništvo Švedska	2.250.000	298.626
Predstavništvo Slovačka	50.000	6.636
Predstavništvo Slovenija	1.200.000	159.267
Predstavništvo Velika Britanija	1.500.000	199.084
Predstavništvo Kina	1.300.000	172.540
Predstavništvo Koreja	550.000	72.998
Predstavništvo Ukrajina	50.000	6.636
Predstavništvo Španjolska	0	0
Troškovi predstavništava u Hrvatskoj	350.000	46.453
Ukupno	29.322.000 kn	3.891.698 eur

Rad predstavnika (direktora/voditelja, ali i ostalih zaposlenika mreže predstavništva) bit će usmjeren na način da isti slijedi jasno definiranu misiju HTZ-a kroz izvršavanje operativnih zadaća (te odgovornosti u provedbi istih) i dostizanje poslovnih ciljeva koji su određeni na razini poslovne politike HTZ-a. Sredstva za rad, odnosno provedbu aktivnosti predstavništava i ispostava, osigurana su i definirana Godišnjim programom rada i financijskim planom Hrvatske turističke zajednice te ih u pravilu podmiruje Hrvatska turistička zajednica koja ujedno zaprima i obrađuje te knjiži financijsku dokumentaciju ureda u inozemstvu.

U skladu sa zacrtanim strateškim i operativnim ciljevima mreža predstavništava HTZ-a u inozemstvu posluje u skladu s načelima maksimalne racionalnosti i namjenskog trošenja sredstava. Ukupni planirani rashodi za 2023.g. veći su u odnosu na GPR za 2022.g. zbog rasta troškova, inflacije i usklađivanja osobnih dohodaka.

Tijekom druge polovice 2023.g., a ukoliko se stvore financijske mogućnosti, provest će se potrebni pravni postupci u cilju otvaranja ureda Predstavništva u Španjolskoj, dok se zbog trenutačne situacije u Ukrajini otvaranje ureda prolongira dok se za to ne steknu uvjeti.

Pokrenut će se postupci vezanih uz formalizaciju radnog statusa potencijalnih kandidata za predstavnike u Španjolskoj, a zbog isteka mandata u proljeće 2023.g. i u Velikoj Britaniji provedba javnog natječaja, ishodovanje radnih dozvola, registracija predstavništava, itd.

Tijekom 2023.g., ukoliko bude usvojen od strane Turističkog vijeća, planira se primjena novog Pravilnika o plaćama, dodacima i naknadama predstavnika u predstavništvima i ispostavama Hrvatske turističke zajednice u inozemstvu.

Opći troškovi poslovanja mreže predstavništava

Opći troškovi poslovanja mreže predstavništava odnose se na troškove ostvarene u Hrvatskoj - prijevodi, ovjera dokumentacije, odvjetničke usluge, hotelski smještaj, poslovni pokloni, službena putovanja i drugo.

7 REZERVA

Planirana sredstva

**309.722 eur
(2.333.600 kn)**

Sredstva na ovoj stavci koristit će se za provedbu promotivnih i marketinških i drugih projekata i aktivnosti temeljem zakonskih zadaća sa stranim i domaćim partnerima, a koji se unaprijed ne mogu planirati. Korištenje sredstava će se provoditi u skladu s internim aktima Hrvatske turističke zajednice.

Na poziciju rezerve u 2023.g. bit će alocirana i sredstva neiskorištenog iznosa iz 2022.g., a koja će biti evidentirana kroz Godišnje izvješće o izvršenju programa rada za 2022.g.

8 POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE

Planirana sredstva

0 eur

Na navedenoj stavci u 2023.g. ne planira se pokrivanje manjka iz prethodne godine.

9 FONDOVI

Planirana sredstva

**7.982.440 eur
(60.143.693 kn)**

U skladu sa zakonskim zadaćama, HTZ će u 2023.g. temeljem javnih natječaja dodjeljivati sredstva za projekte regionalnih i lokalnih turističkih zajednica na turistički nedovoljno razvijenim područjima i kontinentu i za projekte udruženih turističkih zajednica.

Procedura javnih natječaja, namjena i dodjela sredstava te praćenje realizacije projekata odvijat će se u skladu s odredbama Pravilnika o kriterijima za dodjelu sredstava iz Fonda za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent i u skladu s odredbama Pravilnika o kriterijima za dodjelu sredstava iz Fonda za udružene turističke zajednice.

Raspoloživa sredstva za projekte regionalnih i lokalnih turističkih zajednica na turistički nedovoljno razvijenim područjima i kontinentu i za projekte udruženih turističkih zajednica su sredstva koja će biti prikupljena u razdoblju od 1. siječnja do 31. prosinca 2022.g. te dio sredstava koji nije raspoređen za projekte u 2022.g., a koji je prikupljen u razdoblju od 1. siječnja do 31. prosinca 2021.g.

Za potrebe provedbe javnih natječaja i dodjele sredstava formirat će se radne skupine koje će biti zadužene za pregled i administriranje pristiglih kandidatura te povjerenstva koja će izvršiti ocjenjivanje pristiglih kandidatura te uputiti prijedlog za dodjelu sredstava Turističkom vijeću Hrvatske turističke zajednice.

9.1.1 Sredstva Fonda za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent iz prethodne godine

Planirana sredstva

**5.397.685 eur
(40.668.857 kn)**

Nositelj: Sektor za sustav turističkih zajednica i razvoj proizvoda
Odjel za potporu i koordinaciju turističkih zajednica

Sredstva iz Fonda za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent će se temeljem javnih natječaja dodjeljivati regionalnim turističkim zajednicama čiji je indeks turističke razvijenosti manji od 20 te lokalnim turističkim zajednicama čiji je indeks turističke razvijenosti manji od 25. Indeks turističke razvijenosti računa se na temelju metodologije Instituta za turizam i sastavni je dio Pravilnika o kriterijima za dodjelu sredstava iz Fonda za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent.

Sredstva će se dodjeljivati namjenski za projekte istraživanja i strateškog planiranja, razvoja turističkog proizvoda, komunikacije i oglašavanja, destinacijskog menadžmenta i za projekte koji se realiziraju sredstvima iz EU fondova.

S obzirom da u 2022.g. nisu raspoređena sva sredstva za projekte lokalnih i regionalnih turističkih zajednica u iznosu od 14.912 eur, ista će se rasporediti za projekte u 2023.g.

Također, u prvom kvartalu 2023.g. izvršit će se isplata sredstava poravnjanja prema RTZ-ima koje su u 2022.g. ostvarile do 500.000 kn izvornih prihoda.

9.1.2 Sredstva Fonda za udružene turističke zajednice iz prethodne godine

Planirana sredstva	2.584.755 eur
Nositelj: Sektor za sustav turističkih zajednica i razvoj proizvoda Odjel za potporu i koordinaciju turističkih zajednica	(19.474.835 kn)

Sredstva iz Fonda za udružene turističke zajednice će se temeljem javnih natječaja dodjeljivati za projekte lokalnih i regionalnih turističkih zajednica koje su osnovane kao organizacije lokalnog destinacijskog menadžmenta za područje više jedinica lokalne odnosno područne (regionalne) samouprave i koje su upisane u Upisnik turističkih zajednica te za projekte lokalnih i regionalnih turističkih zajednica koje su osnovane kao organizacije lokalnog ili regionalnog destinacijskog menadžmenta i koje su sporazumom udružene međusobno ili sa jedinicama lokalne samouprave za područje kojih nije osnovana turistička zajednica.

Sredstva će se dodjeljivati namjenski za projekte istraživanja i strateškog planiranja, razvoja turističkog proizvoda, komunikacije i oglašavanja, destinacijskog menadžmenta i za projekte koji se realiziraju sredstvima iz EU fondova.

S obzirom da u 2022.g. nisu raspoređena sva sredstva za projekte udruženih turističkih zajednica u iznosu od 326.609 eur, ista će se rasporediti za projekte u 2023.g.

10 Financijski plan

10.1 Prihodi

Tablica 10. Plan prihoda HTZ-a u 2023. godini

* Iznosi iskazani u valutu EUR po fiksnom tečaju 7,53450

RB	IZVORI PRIHODA	PLAN 2022.	II. IZMJENE i DOPUNE 2022.	PLAN 2023. U HRK	PLAN 2023. U EUR*	UDIO % PLAN 2023.	INDEKS PLAN 2023./ II. IZMJENE i DOPUNE 2022.
1.	Turistička pristojba	114.491.606	127.200.000	135.100.000	17.930.851	41,9	106
1.1.	Turistička pristojba	106.491.606	118.000.000	125.300.000	16.630.168	38,9	106
1.2.	TP nautika	8.000.000	9.200.000	9.800.000	1.300.684	3,0	107
2.	Turistička članarina	30.960.000	37.950.000	43.470.000	5.769.460	13,5	115
2.1.	Turistička članarina	30.960.000	37.950.000	43.470.000	5.769.460	13,5	115
3.	Državni proračun	49.210.000	50.483.762	44.000.000	5.839.804	13,7	87
4.	Ostali prihodi	4.000.000	5.904.018	4.432.171	588.250	1,4	75
4.1.	Prihod od refundacije za nastupe na sajmovima	1.850.000	810.000	3.432.171	455.527	1,1	424
4.2.	Ostali prihodi	2.150.000	2.000.000	1.000.000	132.723	0,3	50
4.3.	Prihod EXPO 2020-tekuća godina		3.094.018	0	0	0,0	0
5.	Preneseni prihodi iz prethodne godine	17.068.939	27.700.245	33.837.922	4.491.064	10,5	122
5.1.	Preneseni prihodi iz prethodne godine - opće	10.459.320	24.343.655	32.837.922	4.358.341	10,2	135
5.2.	Preneseni prihodi iz prethodne godine-nautika	2.685.857	1.506.590	1.000.000	132.723	0,3	66
5.3.	Preneseni prihodi iz prethodne godine-EXPO 2020	3.923.762	1.850.000	0	0	0,0	0
6.	Povrat sredstava EU	4.336.363	2.893.794	1.355.640	179.924	0,4	47
	UKUPNO	220.066.908	252.131.819	262.195.733	34.799.354	81,3	104,0

RB	IZVORI PRIHODA	PLAN 2022.	II. IZMJENE i DOPUNE 2022.	PLAN 2023. U HRK	PLAN 2023. U EUR	UDIO % PLAN 2023.	INDEKS PLAN 2023./ II. IZMJENE i DOPUNE 2022.
7.	FONDOVI						
7.1.	Sredstva Fonda za nedovoljno turistički razvijena područja i kontinent iz prethodne godine	28.584.425	30.809.649	40.668.857	5.397.685	12,6	132,0
7.2.	Sredstva Fonda za nedovoljno turistički razvijena područja i kontinent iz tekuće godine	36.131.583	40.668.857	45.320.000	6.014.998	14,1	111,4
7.3.	Sredstva Fonda za udružene turističke zajednice iz prethodne godine	11.619.773	12.070.744	19.474.836	2.584.755	6,0	161,3
7.4.	Sredstva Fonda za udružene turističke zajednice iz tekuće godine	14.989.476	19.474.836	18.040.000	2.394.319	5,6	92,6
	UKUPNO FONDOVI / PRIHOD	40.204.198	42.880.393	60.143.693	7.982.440	18,7	140,3
	UKUPNO FONDOVI / PRIMICI	91.325.257	60.143.693	63.360.000	8.409.317	19,7	105,3
	SVEUKUPNO PRIHODI + FONDOVI	311.392.165	295.012.212	322.339.425	42.781.794	100,0	109,3

Sveukupni prihodi za 2023. godinu planirani su u iznosu od 322.339.425 kn (42.781.794 eur). Od toga su prihodi u iznosu od 60.143.693 kn (7.982.440 eur) planirani za posebne Fondove, Fond za nedovoljno turistički razvijena područja i Fond za udružene turističke zajednice, dok HTZ planira do kraja 2023. godine ostvariti prihode u iznosu od 262.195.733 kn (34.799.354 eur). U 2023. godini planira se povećanje sveukupnih HTZ prihoda za 4% u odnosu na procjenu prihoda iz II. Izmjene i dopune 2022. godine i to kako slijedi:

1. planira se povećanje ukupnih prihoda od turističke pristojbe za 6% u odnosu na procjenu prihoda iz II: izmjene i dopune za 2022. godinu, odnosno planira se prihod u iznosu od 135.100.000 kn (17.930.851 eur). Procjena prihoda za turističku pristojbu temeljena je na: pozitivnim ostvarenjima turističkog prometa u 2022. godini, očekuje se raniji početak turističke sezone, kao i produljenje trajanja posezone. Također, očekuje se i dulji boravak turista u izabranoj destinaciji i potpuni oporavak turističkog prometa u regijama koje su bile značajno pogođene pandemijom (prvenstveno hotelski smještaj). Prihod od turističke pristojbe u nautici procjenjuje se na iznos od 9.800.000 kn (1.300.684 eur) kao nastavak pozitivnog trenda iz 2022. godine.
2. planira se povećanje ukupnih prihoda od turističke članarine za 15% u odnosu na procjenu prihoda u II. Izmjeni i dopuni plana 2022. godine, odnosno planira se prihod u iznosu od 43.470.000 kn (5.769.460 eur). Plan prihoda za 2023. godinu za turističku članarinu

temeljen je na podacima Porezne uprave o većem iznosu fiskaliziranih računa, te se iz tog razloga očekuju i bolji ostvareni prihodi od gospodarskih djelatnosti koje su obveznici plaćanja turističke članarine. Prema periodičkim dostupnim financijskim izvješćima pojedinih obveznika turističke članarine (za prvih 6 mjeseci 2022. godine) značajan rast prihoda ostvaren je kod tvrtki za smještaj, trgovinu, industriju nafte.

3. Prihod Državnog proračuna planiran je u iznosu od 44.000.000 kn (5.839.804 eur), te se sredstva planiraju utrošiti na aktivnosti i projekte u skladu s dopuštenom namjenom. Planirani iznos odnosi se na sredstva koja će se doznačiti iz Državnog proračuna za stavku A587001 Turistička promidžba Republike Hrvatske za 2023. godinu.
4. Planira se da će ostali prihodi biti u iznosu od 4.432.171 kn (588.250 eur). Za prihode od refundacija za nastupe na sajmovima i kongresnim burzama planira se iznos od 3.432.171 kn (455.527 eur). U 2023. godini planira se da će se svi sajmovi i kongresne burze zbog povoljne epidemiološke situacije održati u fizičkom obliku, te su planirani iznosi uvećani u odnosu na 2022. godinu. Ostatak prihoda odnosi se na pozitivne tečajne razlike i ostale prihode povezane s korištenjem imovine i obavljanjem aktivnosti kojim HTZ obavlja gospodarsku djelatnost. Plan je temeljen na procjenama iz 2022. godine.
5. Preneseni prihodi planiraju se u iznosu od 33.837.922 kn (4.491.064 eur), a odnose se na aktivnosti započete u 2022. godini čija je realizacija izvjesna i koji će se u dijelu koji se odnosi na prijenos ostvarivati i tijekom 2023. godine.
6. Povrat sredstava EU odnosi se na refundaciju dijela troškova za strateški projekt „Hrvatski digitalni turizam – e Turizam” čiji je nositelj Ministarstvo turizma i sporta. Cilj projekta je poboljšati komunikaciju između građana i javne uprave u turizmu te povećati učinkovitost i transparentnost javne uprave u pružanju javnih usluga u turizmu prema građanima kroz uspostavu pet kvalitetnih, brzih i korisnički orijentiranih elektroničkih usluga na višim razinama informatiziranosti. Jedan od partnera na projektu je i Hrvatska turistička zajednica, u dijelu razvoja turističkog informativnog portala i daljnjeg razvoja sustava eVisitor. Zbog prolongacije cijelog projekta te sklapanja određenih Aneksa planiran je završetak projekta u 2023. godini, a time i realizacija troškova koja će se iskazati kao očekivani prihod od povrata po Zahtjevima za nadoknadu troškova u planiranom iznosu od 1.355.640 kn (179.924 eur).
7. Sredstva iz Fonda za nedovoljno turistički razvijena područja i kontinent i Fonda za udružene turističke zajednice su sukladno važećim propisima prikupljana na posebnim računima tijekom 2022. godine te se iskazuju zasebno u realiziranom iznosu iz prethodne, dok se planirani iznos za 2023. godine iskazuje u zasebnom iznosu tekuće godine. Predmetna sredstva isplatit će se sukladno podzakonskim aktima koji će regulirati rokove, opseg i način financiranja aktivnosti iz navedenih Fondova.

Iznos od 40.668.857 kn (5.397.685 eur) za sredstva Fonda za nedovoljno turistički razvijena područja i kontinent i 19.474.836 kn (2.584.755 eur) za sredstva Fonda za udružene turističke zajednice su sredstva koja se na posebnim računima prikupljaju tijekom 2022. godine na posebnim računima i koja će sukladno trenutno važećim pravilnicima biti raspoređena u 2023. godinu i u toj godini biti će iskazana kao prihod.

Sredstva koja će biti prikupljena tijekom 2023. godine, a u tablici su iskazana kao sredstva Fonda za nedovoljno turistički razvijena područja i kontinent i Fonda za udružene turističke zajednice iz tekuće godine, prema trenutno važećim pravilnicima biti će raspoređena korisnicima u 2024. godini i tada će biti iskazana kao prihod, te iz tog razloga nisu uključena u zbroj prihoda za 2023. godini, već se iskazuju kao primitak.

10.2 Rashodi

BROJ	NAZIV AKTIVNOSTI SUKLADNO METODOLOGIJI	REBALANS II. 2022 u HRK	PLAN 2023 u HRK	PLAN 2023 u EUR	UDIO % PLAN 2023	INDEX 2023/2022
1.	ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE	7.006.050	2.707.252	359.314	1,0	38,6
1.1.	IZRADA STRATEŠKIH/OPERATIVNIH/KOMUNIKACIJSKIH/AKCIJSKIH	3.669.000	0	0	0,0	0,0
1.1.1.	STRATEŠKI MARKETINŠKI PLAN HRVATSKOG TURIZMA	3.669.000	0	0	0,0	0,0
1.2.	ISTRAŽIVANJE I ANALIZA TRŽIŠTA	2.987.375	2.307.252	306.225	0,9	77,2
1.2.1.	PRIPREME I OBJAVE ANALIZA VEZANIH UZ ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA	30.000	30.000	3.982	0,0	100,0
1.2.2.	PARTNERSKI PROJEKTI U PODRUČJU ISTRAŽIVANJA I ANALIZE	2.321.500	1.197.252	158.903	0,5	51,6
1.2.3.	TRŽIŠNA ISTRAŽIVANJA I NABAVE ANALIZA/STUDIJA/BAZA PODATAKA	635.875	1.080.000	143.341	0,4	169,8
1.3.	MJERENJE UČINKOVITOSTI PROMOTIVNIH AKTIVNOSTI	349.675	400.000	53.089	0,2	114,4
1.3.1.	ANALIZA MARKETINŠKIH I PROMOTIVNIH AKTIVNOSTI SUSTAVA TZ-A	349.675	400.000	53.089	0,2	114,4
2.	RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA	5.690.187	12.034.000	1.597.186	4,5	211,5
2.1.	IDENTIFIKACIJA I VREDNOVANJE RESURSA TE STRUKTURIRANJE TURISTIČKIH PROIZVODA	50.000	200.000	26.545	0,1	400,0
2.1.1.	RESURSI I PROIZVODI AKTIVNOG, PUSTOLOVNOG I CIKLOTURIZMA	50.000	200.000	26.545	0,1	400,0
2.2.	SUSTAVI OZNAČAVANJA KVALITETE TURISTIČKOG PROIZVODA	3.455.901	5.184.000	688.035	2,0	150,0
2.2.1.	OZNAČAVANJE KVALITETE PONUDE RURALNOG TURIZAMA	40.000	320.000	42.471	0,1	800,0
2.2.2.	OZNAČAVANJE PREMIUM PONUDE	485.000	700.000	92.906	0,3	144,3
2.2.3.	OZNAČAVANJE KVALITETE ENO GASTRO PONUDE	2.708.000	3.750.000	497.711	1,4	138,5
2.2.4.	OZNAČAVANJE KVALITETE PONUDE CIKLOTURIZMA	222.901	414.000	54.947	0,2	185,7
2.3.	PODRŠKA TURISTIČKOJ INDUSTRIJI	2.184.286	6.650.000	882.607	2,5	304,4
2.3.1.	PODRŠKA PROJEKTIMA KULTURNOG TURIZMA	412.000	400.000	53.089	0,2	97,1
2.3.2.	PODRŠKA PROJEKTIMA ZDRAVSTVENOG TURIZMA	317.398	220.000	29.199	0,1	69,3
2.3.3.	PODRŠKA PROJEKTIMA NAUČKOG TURIZMA	216.188	450.000	59.725	0,2	208,2
2.3.4.	PODRŠKA RAZVOJU DESTINACIJSKIH MENADŽMENT KOMPANIJA (DMK)	722.000	4.420.000	586.635	1,7	612,2
2.3.5.	SURADNJA S UDRUŽENJIMA TURISTIČKE INDUSTRIJE	416.700	960.000	127.414	0,3	230,4
2.3.6.	PODRŠKA RAZVOJU POSLOVNOG TURIZMA	100.000	200.000	26.545	0,1	200,0
3.	KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE	150.576.243	178.661.857	23.712.503	68,5	118,7
3.1.	DEFINIRANJE BRENDING SUSTAVA I BREND ARHITEKTURE	1.650.000	2.000.000	265.446	0,8	121,2
3.1.1.	IZRADA BREND ARHITEKTURE I KRETIVNOG KONCEPTA BRENDIA	1.650.000	2.000.000	265.446	0,8	121,2
3.2.	OGLAŠAVANJE DESTINACIJSKOG BRENDIA, TURISTIČKE PONUDE I PROIZVODA	55.640.026	60.425.000	8.019.776	23,0	108,6
3.2.1.	OPĆE OGLAŠAVANJE I TRŽIŠNE AKTIVNOSTI	40.255.026	44.675.000	5.929.391	17,0	111,0
3.2.2.	ONLINE OGLAŠAVANJE I KOMUNIKACIJA NA DRUŠTVENIM MREŽAMA	15.385.000	15.750.000	2.090.384	6,0	102,4
3.3.	ODNOSI S JAVNOŠĆU: GLOBALNI I DOMAĆI PR	15.676.708	16.320.000	2.166.036	6,2	104,1
3.3.1.	GLOBALNI PR	14.098.708	14.610.000	1.939.080	5,5	103,6
3.3.2.	STUDIJSKA PUTOVANJA ZA INOZEMNE NOVINARE	900.000	1.050.000	139.359	0,4	116,7
3.3.3.	DOMAĆI PR	678.000	660.000	87.597	0,3	97,3
3.4.	MARKETINŠKE I POSLOVNE SURADNJE	45.384.213	62.289.467	8.267.233	24,2	137,2
3.4.1.	STRATEŠKE MARKETINŠKE SURADNJE	15.078.423	31.520.000	4.183.423	12,0	209,0
3.4.2.	POSEBNE MARKETINŠKE SURADNJE	29.111.000	27.030.000	3.587.498	10,7	92,9
3.4.3.	POSLOVNE SURADNJE S DRUGIM NTO I MEĐUNARODNIM ORGANIZACIJAMA ILI UDRUŽENJIMA	0	2.749.467	364.917	1,0	0,0
3.4.4.	OSTALE POSLOVNE SURADNJE	1.194.790	990.000	131.396	0,4	82,9

BROJ	NAZIV AKTIVNOSTI SUKLADNO METODOLOGIJI	REBALANS II. 2022 u HRK	PLAN 2023 u HRK	PLAN 2023 u EUR	UDIO % PLAN 2023	INDEX 2023/2022
3.5.	SAJMOVI, POSEBNE PREZENTACIJE I POSLOVNE RADIONICE	20.635.881	22.920.000	3.042.007	8,7	111,1
3.5.1.	OPĆI SAJMOVI	6.645.300	14.820.000	1.966.952	5,7	223,0
3.5.2.	SPECIJALIZIRANI SAJMOVI	2.650.000	4.750.000	630.433	1,8	179,2
3.5.3.	PREZENTACIJE I POSLOVNE RADIONICE	3.989.521	3.350.000	444.621	1,3	84,0
3.5.4.	SVJETSKA IZLOŽBA EXPO DUBAI 2020.	7.351.060	0	0	0,0	0,0
3.6.	SURADNJA S ORGANIZATORIMA PUTOVANJA	2.635.000	2.120.000	281.372	0,8	80,5
3.6.1.	STUDIJSKA I INSPEKCIJSKA PUTOVANJA AGENATA	1.433.000	820.000	108.833	0,3	57,2
3.6.2.	SURADNJA SA STRANIM TO/TA NA INOZEMNIM TRŽIŠTIMA	1.052.000	1.100.000	145.995	0,4	104,6
3.6.3.	INSPEKCIJSKA PUTOVANJA ORGANIZATORA KONGRESA I OSTALE MICE PONUDE	150.000	200.000	26.545	0,1	133,3
3.7.	KREIRANJE PROMOTIVNOG MATERIJALA	3.375.329	5.759.000	764.351	2,1	170,6
3.7.1.	PRODUKCIJA SADRŽAJA ZA PROMOCIJU BRENDA HRVATSKA	2.184.636	3.974.000	527.440	1,4	181,9
3.7.2.	IZRADA BROŠURA I DRUGOG TISKANOG MATERIJALA	278.845	965.000	128.078	0,4	346,1
3.7.3.	IZRADA SADRŽAJA ZA ODREĐENE PROJEKTNE AKTIVNOSTI	555.584	410.000	54.416	0,2	73,8
3.7.4.	IZRADA SUVENIRA I OSTALOG PROMIDŽBENOG MATERIJALA	356.265	410.000	54.416	0,2	115,1
3.8.	INTERNETSKE STRANICE	5.171.701	6.148.390	816.032	2,3	118,9
3.8.1.	ODRŽAVANJE I UPRAVLJANJE INTERNETSKIM STRANICAMA	5.171.701	6.148.390	816.032	2,3	118,9
3.9.	KREIRANJE I UPRAVLJANJE BAZAMA TURISTIČKIH PODATAKA	291.539	530.000	70.343	0,2	181,8
3.9.1.	ODRŽAVANJE I NADOGRADNJA MULTIMEDIJALNE BANKE I RAZVOJ DIGITALNOG ARHIVIRANJA	65.000	50.000	6.636	0,0	76,9
3.9.2.	LICENCA ZA KORIŠTENJE BAZE PODATAKA DRUŠTVENIH MREŽA (USER-GENERATED CONTENT SOFTWARE)	226.539	230.000	30.526	0,1	101,5
3.9.3.	AŽURIRANJE BAZE PODATAKA INTERNETSKIH STRANICA HTZ-A	0	250.000	33.181	0,1	0,0
3.10.	TURISTIČKO-INFORMATIVNE AKTIVNOSTI	115.846	150.000	19.908	0,1	129,5
3.10.1.	INFOPUNKTOVI I SIGNALIZACIJA	115.846	150.000	19.908	0,1	129,5
4.	DESTINACIJSKI MENADŽMENT	5.454.465	7.265.000	964.231	2,8	133,2
4.1.	TURISTIČKI INFORMACIJSKI SUSTAVI I APLIKACIJE /EVISITOR	3.631.250	4.935.000	654.987	1,9	135,9
4.1.1.	EVISITOR SUSTAV	3.486.250	3.900.000	517.619	1,5	111,9
4.1.2.	APLIKACIJA EPRIJAVE	20.000	20.000	2.654	0,0	100,0
4.1.3.	PORTAL NAUTIKA.EVISITOR	125.000	215.000	28.535	0,1	172,0
4.1.4.	MOBILNA APLIKACIJA EVISITOR	0	800.000	106.178	0,3	0,0
4.2.	STRUČNI SKUPOVI I EDUKACIJE	185.750	300.000	39.817	0,1	161,5
4.2.1.	STRUČNI SKUPOVI I RADIONICE	15.750	150.000	19.908	0,1	952,4
4.2.2.	ČASOPIS TURIZAM	170.000	150.000	19.908	0,1	88,2
4.3.	KOORDINACIJA I NADZOR	130.000	100.000	13.272	0,0	76,9
4.3.1.	KOORDINACIJE TURISTIČKIH ZAJEDNICA REGIONALNE RAZINE	130.000	100.000	13.272	0,0	76,9
4.4.	UPRAVLJANJE KVALITETOM U DESTINACIJI	1.507.465	1.930.000	256.155	0,7	128,0
4.4.1.	NAGRAĐIVANJE IZVRSNOSTI I DOSTIGNUĆA TURISTIČKIH DESTINACIJA	200.000	200.000	26.545	0,1	100,0
4.4.2.	POTICANJE SIGURNOSTI BORAVKA TURISTA	1.287.465	1.700.000	225.629	0,6	132,0
4.4.3.	EUROPSKA DESTINACIJA IZVRSNOSTI – EDEN	20.000	30.000	3.982	0,0	150,0

BROJ	NAZIV AKTIVNOSTI SUKLADNO METODOLOGIJI	REBALANS II. 2022 u HRK	PLAN 2023 u HRK	PLAN 2023 u EUR	UDIO % PLAN 2023	INDEX 2023/2022
5.	ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA	582.950	1.363.970	181.030	0,5	234,0
5.1.	MEĐUNARODNE STRUKOVNE I SRODNE ORGANIZACIJE	582.950	1.363.970	181.030	0,5	234,0
5.1.1.	ORGANIZACIJE I UDRUŽENJA NTO-A	385.950	1.111.995	147.587	0,4	288,1
5.1.2.	ORGANIZACIJE I UDRUŽENJA TURISTIČKE INDUSTRIJE	197.000	251.975	33.443	0,1	127,9
6.	ADMINISTRATIVNI POSLOVI	54.328.330	57.830.053	7.675.367	22,7	106,4
6.1.	PLAĆE	19.199.230	21.111.778	2.802.014	8,1	110,0
6.1.1.	PLAĆE ZAPOSLENIKA FINANCIRANE IZ REDOVNIH PRIHODA	18.832.230	20.720.771	2.750.119	7,9	110,0
6.1.2.	PLAĆE ZAPOSLENIKA NA PROJEKTU HRVATSKI DIGITALNI TURIZAM	0	48.007	6.372	0,0	0,0
6.1.3.	REGRES I BOŽIČNICA	273.000	273.000	36.233	0,1	100,0
6.1.4.	POMOĆI, JUBILARNE NAGRADE, DAR DJECI	94.000	70.000	9.291	0,0	74,5
6.2.	MATERIJALNI TROŠKOVI	5.311.100	6.852.275	909.453	2,5	129,0
6.2.1.	MATERIJALNI TROŠKOVI UREDA	5.053.900	6.452.275	856.364	2,3	127,7
6.2.2.	MATERIJALNI TROŠKOVI NA PROJEKTU HRVATSKI DIGITALNI TURIZAM	7.200	0	0	0,0	0,0
6.2.3.	SKLADIŠTENJE I DISTRIBUCIJA	250.000	400.000	53.089	0,2	160,0
6.3.	TIJELA TURISTIČKE ZAJEDNICE	558.000	544.000	72.201	0,2	97,5
6.3.1.	ORGANIZACIJA SJEDNICA TV I PUTNI TROŠKOVI ČLANOVA TV	58.000	55.000	7.300	0,0	94,8
6.3.2.	ORGANIZACIJA SJEDNICA SKUPŠTINE I PUTNI TROŠKOVI ČLANOVA SKUPŠTINE	80.000	69.000	9.158	0,0	86,3
6.3.3.	NAKNADE ČLANOVIMA TIJELA HTZ-A	420.000	420.000	55.744	0,2	100,0
6.4.	TROŠKOVI POSLOVANJA MREŽE PREDSTAVNIŠTAVA/ ISPOSTAVA	29.260.000	29.322.000	3.891.698	12,0	100,2
6.4.1.	PREDSTAVNIŠTVO AUSTRIJA	1.850.000	1.942.000	257.748	0,7	105,0
6.4.2.	PREDSTAVNIŠTVO BENELUKS	2.550.000	2.550.000	338.443	1,0	100,0
6.4.3.	PREDSTAVNIŠTVO ČEŠKA	1.300.000	1.350.000	179.176	0,5	103,8
6.4.4.	PREDSTAVNIŠTVO FRANCUSKA	2.150.000	2.250.000	298.626	0,9	104,7
6.4.5.	PREDSTAVNIŠTVO ITALIJA	2.280.000	2.400.000	318.535	0,9	105,3
6.4.6.	PREDSTAVNIŠTVO MAĐARSKA	850.000	900.000	119.451	0,3	105,9
6.4.7.	PREDSTAVNIŠTVO NJEMAČKA – FRANKFURT	2.550.000	2.700.000	358.352	1,0	105,9
6.4.8.	ISPOSTAVA NJEMAČKA – MUNCHEN	2.000.000	2.400.000	318.535	0,9	120,0
6.4.9.	PREDSTAVNIŠTVO POLJSKA	1.350.000	1.450.000	192.448	0,6	107,4
6.4.10.	PREDSTAVNIŠTVO RUSIJA	1.580.000	1.680.000	222.974	0,6	106,3
6.4.11.	PREDSTAVNIŠTVO SAD	3.950.000	2.450.000	325.171	1,7	62,0
6.4.12.	PREDSTAVNIŠTVO ŠVEDSKA	2.150.000	2.250.000	298.626	0,9	104,7
6.4.13.	PREDSTAVNIŠTVO SLOVAČKA	50.000	50.000	6.636	0,0	100,0
6.4.14.	PREDSTAVNIŠTVO SLOVENIJA	1.100.000	1.200.000	159.267	0,5	109,1
6.4.15.	PREDSTAVNIŠTVO VELIKA BRITANIJA	1.450.000	1.500.000	199.084	0,6	103,4
6.4.16.	PREDSTAVNIŠTVO KINA	1.200.000	1.300.000	172.540	0,5	108,3
6.4.17.	PREDSTAVNIŠTVO KOREJA	500.000	550.000	72.998	0,2	110,0
6.4.18.	PREDSTAVNIŠTVO ŠPANJOLSKA	0	50.000	6.636	0,0	0,0
6.4.19.	PREDSTAVNIŠTVO UKRAJINA	0	0	0	0,0	0,0
6.4.20.	OPCI TROŠKOVI POSLOVANJA MREŽE PREDSTAVNIŠTAVA	400.000	350.000	46.453	0,1	87,5
7.	REZERVA	0	2.333.600	309.722	0,0	0,0
8.	POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GOD.	0	0	0	0,0	0,0
	UKUPNO	223.638.226	262.195.733	34.799.354	100,0	117,2
9.	FONDOVI	42.880.393	60.143.693	7.982.440		140,3
	UKUPNO RASHODI	266.518.619	322.339.426	42.781.794		120,9

10.3 Plan zaduživanja

S obzirom da Hrvatska turistička zajednica u 2023.g. planira uređenje prostora u vlasništvu na adresi Iblerov trg 10/IV, prikupljene su tri ponude informativnog karaktera od poslovnih banaka za kreditiranje adaptacije prostora. Najpovoljnija ponuda zaprimljena je od Erste&Steiermärkische Bank d.d., a prema toj ponudi izrađena je kalkulacija godišnjeg troška otplate kredita u 2023.g.

ZAKLJUČAK

Aktivnosti navedene i opisane u Godišnjem programu rada i financijskom planu za 2023. godinu usmjerene su prema ostvarenju temeljnih zadaća propisanih Zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma koji je stupio na snagu 1. siječnja 2020. godine.

Planirane aktivnosti Hrvatske turističke zajednice za 2023. godinu usmjerene su ka daljnjem pozicioniranju Hrvatske u vrh najpoželjnijih europskih destinacija, i to uzimajući u obzir stanje na emitivnim tržištima uzrokovano vrlo složenim geopolitičkim i makroekonomskim okolnostima, te uz očekivanja dostizanja razine fizičkih pokazatelja turističkog prometa iz 2019. godine.

Hrvatska turistička zajednica u 2023. godini planira nastaviti provedbu zakonskih zadaća s ciljem održavanja i povećanja razine interesa i turističke potražnje za Hrvatskom na emitivnim tržištima kroz unaprjeđenje poznavanja hrvatske turističke ponude, raznolikosti portfelja turističkih proizvoda i mogućnosti provođenja različitih vrsta odmora na prostoru cijele Hrvatske tijekom cijele godine. Također, putem oglašivačkih kampanja na emitivnim tržištima te putem kontinuiranog informiranja javnosti, turista i poslovnih partnera o epidemiološkoj situaciji i mogućnostima putovanja u Hrvatsku, ponovno se želi pozicionirati Hrvatsku kao sigurnu, kvalitetnu i održivu turističku destinaciju. U kontekstu novog strateškog cilja povećanja udjela gostiju više platežne moći, provodit će se kampanje usmjerene na te segmente gostiju s komunikacijom specifične premium turističke ponude poput nautičkog turizma te različitih iskustava visoke kvalitete i vrijednosti vezanih uz odmor na obali i u unutrašnjosti. S ciljem poboljšanja marketinške učinkovitosti potrebno je postaviti procese identifikacije tržišno zrele ponude visoke vrijednosti (premium ponude) koja odgovara zahtjevima i potrebama ciljnih skupina kroz redefiniranje funkcije i jačanje uloge dizajna vrijednosti.

Slijedom navedenih pretpostavki i okolnosti te na temelju projekcije turističkog prometa i prihoda za 2023. godinu, planirane su i buduće aktivnosti Hrvatske turističke zajednice za 2023. godinu, koje su sadržane u prijedlogu Operativnog plana rada za 2022., a čija je izrada predviđena Statutom HTZ-a.

U 2023. godini započinje i primjena novog Strateškog marketinškog i operativnog plana hrvatskog turizma i to kroz provedbu svih aktivnosti predviđenih tim strateškim dokumentom. Strateški marketinški i operativni plan hrvatskog turizma ima za cilj odrediti strategiju marketinškog komuniciranja i smjernice za afirmiranje Hrvatske kao kvalitetne destinacije visoke dodane vrijednosti. Kako bi primjena novog Strateškog marketinškog i operativnog plana hrvatskog turizma bila što učinkovitija i polučila planirane rezultate i ciljeve, planirana je i reorganizacija Hrvatske turističke zajednice te modernizacija poslovnih procesa u pravcu digitalizacije. Uz unaprjeđenje i modernizaciju internih procesa, planira se uspostavljanje novog krovnog komunikacijskog koncepta hrvatskog turizma s novim elementima poput slogana i logotipa te novog vizualnog identiteta, a koji će biti okosnica svih marketinških i promotivnih aktivnosti u narednom razdoblju. Strateški marketinški i operativni plan hrvatskog turizma po prvi put će definirati i ulogu i odnose nacionalnog turističkog brenda te destinacijskih i proizvodnih turističkih brendova što će biti osnova za usklađivanje aktivnosti te poboljšanje suradnje u procesima i aktivnostima vezanim uz brendiranje hrvatskog turizma koje provode različiti dionici turističkog sektora.

U skladu s dinamičnim i potencijalno turbulentnim tržišnim okolnostima, provodit će se marketinške brend i PPS kampanje te intenzivne PR aktivnosti, koje će se, ovisno o tržištu i epidemiološkoj situaciji na istom, morati primjenjivati fleksibilno, promišljeno i proaktivno. Osim sunca i mora, najznačajniji turistički proizvodi koji će se komunicirati bit će nautički turizam, aktivan turizam, cikloturizam, eno-gastronomija te priroda. Sve promotivne kampanje u 2023. godini komunicirat će i oznaku sigurnosti koju Hrvatska kao destinacija opravdava već drugu godinu za redom. Snažnija promocija kampanja provodit će se na bližim emitivnim tržištima Europe te SAD-a, dok se na dalekim tržištima planiraju provoditi kampanje za održavanje vidljivosti i prisutnosti Hrvatske te privlačenje novih pratitelja kod kojih se želi potaknuti inspiracija za buduća putovanja.

Nadalje, nastavit će se s digitalizacijom poslovnih procesa s ciljem pružanja podrške hrvatskom turističkom sektoru kroz razvoj novih i unaprjeđenje postojećih digitalnih alata kao što su sustav eVisitor i nautika eVisitor.

HRVATSKE TURISTIČKE REGIJE

