

HRVATSKA TURISTIČKA ZAJEDNICA

Izmjene i dopune Godišnjeg programa rada za 2026. godinu

Zagreb, srpanj 2026.

SADRŽAJ	2
UVOD	4
I. Opće stanje na turističkom tržištu	5
Turističko tržište Europe u 2025.	5
Turističko tržište Europe u 2026.	5
Očekivanja za razdoblje proljeće-ljeto 2026.	7
II. Turistički rezultati Hrvatske tijekom razdoblja siječanj-svibanj 2026.	7
Ukupni rezultati	7
Pokazatelji turističkog prometa po mjesecima	8
III. Hrvatska turistička zajednica u 2026. godini	9
PLAN PRIHODA I RASHODA	11
1. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE	21
1.1. Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata	21
1.2. Istraživanje i analiza tržišta	21
2. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA	24
2.1. Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda	24
2.2. Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda	25
2.3. Podrška turističkoj industriji	28
3. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE	31
3.1. Definiranje brending sustava i brend arhitekture	31
3.2. Oglašavanje destinacijskog brenda, turističke ponude i proizvoda	32
3.3. Odnosi s javnošću	33
3.4. Marketinške i poslovne suradnje	34
3.5. Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice	36
3.6. Suradnja s organizatorima putovanja	40
3.7. Kreiranje promotivnog materijala	41
3.8. Internetske stranice	42
3.9. Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka	43
3.10. Turističko-informativne aktivnosti	43
4. DESTINACIJSKI MENADŽMENT	45
4.1. Turističko informacijski sustavi i aplikacije/eVisitor	45
4.2. Stručni skupovi i edukacije	47
4.3. Koordinacija i nadzor	47
4.4. Upravljanje kvalitetom u destinaciji	48
5. ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA	50
5.1. Međunarodne strukovne i srodne organizacije	50

6. ADMINISTRATIVNI POSLOVI	52
6.1. Plaće	52
6.2. Materijalni troškovi	52
6.3. Tijela turističke zajednice	52
6.4. Troškovi poslovanja mreže predstavništava	53
7. REZERVA	54
8. POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE	54
9. FONDOVI	56
9.1. Fond za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent	56
9.2. Fond za udružene turističke zajednice	56
ZAKLJUČAK	59



Uvod



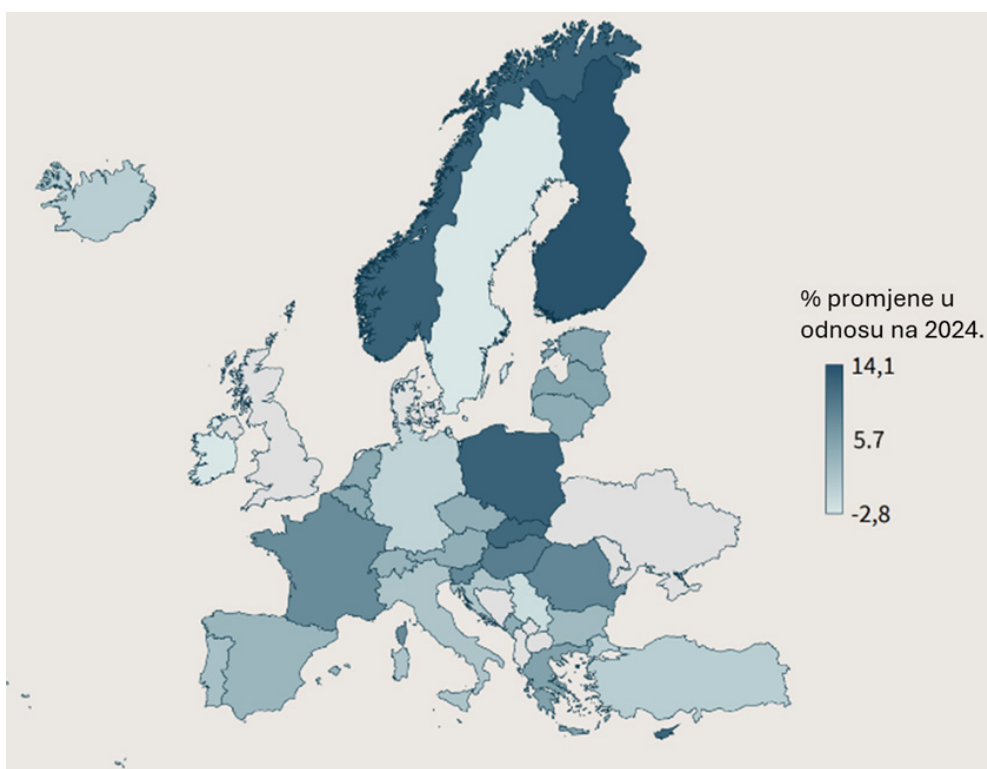
UVOD

I. Opće stanje na turističkom tržištu

Turističko tržište Europe u 2025.

- Stabilan rast u 2025. godini učvršćuje položaj Europe kao vodeće receptivne svjetske turističke regije.
- Europa je 2025. godinu zaključila s godišnjim rastom međunarodnih turističkih dolazaka od 3,5 %. Gotovo 90 % destinacija koje su dostavile podatke zabilježilo je rast dolazaka u odnosu na 2024., pri čemu je otprilike svaka peta ostvarila dvoznamenkasti rast.
- Povećane stope rasta zabilježene su u međunarodnim dolascima i noćenjima tijekom predsezone i posezone, osobito u siječnju, lipnju, listopadu i prosincu.
- Snažna potražnja za zimskim turizmom potaknula je rast u glavnim skijaškim destinacijama, uključujući Francusku, Švicarsku i Austriju.
- Europske vodeće destinacije, Francuska (+8 %) i Španjolska (+3 %) ostvarile su osjetan rast, uz povećanu potrošnju posjetitelja.

Grafikon 1. Dolasci stranih turista u europskim destinacijama u 2025. (% promjene u odnosu na 2024.)



Izvor: ETC (European Tourism: Trends & Prospects Quarterly Report (Q1/2026))

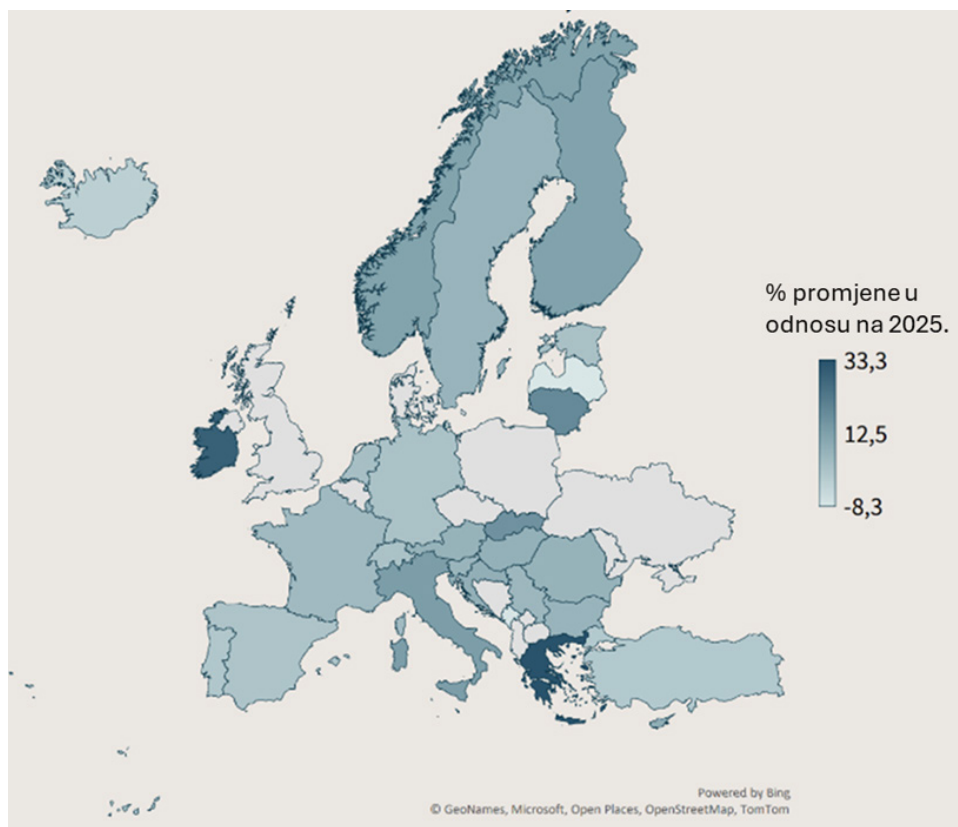
Turističko tržište Europe u 2026.

Europske destinacije trenutačno uglavnom bilježe pozitivne rezultate, unatoč globalnoj neizvjesnosti i napetostima. Podaci ETC-a od početka godine pokazuju da su međunarodni turistički dolasci u Europu porasli za 5,6 % u usporedbi s istim razdobljem 2025. godine.

Sjeverna Europa zabilježila je snažnu turističku potražnju u siječnju i veljači, uz rast dolazaka od 13,3 %.

Taj rast potaknut je snažnim povećanjem broja posjetitelja u Irskoj (29,7 %) i Finskoj (12,3 %). Blagi porast prosječne duljine boravka u srednjoj i istočnoj Europi uglavnom je zabilježen u manjim destinacijama, uključujući Estoniju i Litvu. Južna/mediteranska Europa postotno je rasla sporije, ali je privukla najveći udio europskih putovanja. Putovanja u Zapadnu Europu rastu ispod prosječnim stopama, no snažna potražnja za iskustvima zimskog turizma u Francuskoj i Austriji poboljšala je ukupne rezultate.

Grafikon 2. Dolasci stranih turista u europskim destinacijama u 2026. (% promjene u odnosu na 2025.)*



Izvor: ETC (European Tourism: Trends & Prospects Quarterly Report (Q1/2026))

*pokazatelji obuhvaćaju različiti vremenski raspon (siječanj do ožujka), ovisno o destinaciji

U ovom trenutku očekuje se kako bi geopolitičke okolnosti, aktualni sukobi i klimatski uvjetovani događaji mogli oslabiti povjerenje putnika i predstavljati ključne rizike za turizam u 2026. godini.

Rast troškova goriva i poslovanja povezan sa sukobom između SAD-a/Izraela i Irana prenosi se na potrošače kroz više cijene avionskih karata i generalno poskupljenje troškova putovanja. IATA je upozorila da bi nestašice avionskog goriva mogle dovesti do otkazivanja letova u Europi već krajem svibnja (iako je dio prijevoznika reducirao kapacitete već tijekom ožujka i travnja, uz istovremeno podizanje cijena zrakoplovnih karata). Europska komisija usvojila je smjernice za prijevoznici i turistički sektor, koji su pod pritiskom uslijed trajnih poremećaja u opskrbi gorivom i zatvaranja određenih zračnih i pomorskih ruta povezanih s krizom na Bliskom istoku. Smjernice su usmjerene na zrakoplovstvo, posebno na posljedice moguće nestašice avionskog goriva u slučaju produljenja sukoba.

Tijekom svibnja 2026. iz globalnog rasporeda letova uklonjeno je 13.000 letova što predstavlja oko 2% globalnog zrakoplovnog kapaciteta. Istodobno, neke zrakoplovne kompanije povećavaju kapacitete na popularnim rutama, primjerice između Singapura i Europe. Pojedine vlade, primjerice Ujedinjene Kraljevine i Francuske, pripremaju mjere za potporu zrakoplovnoj industriji.

Generalno gledano, smatra se kako bi se Europa trebala suočiti s manjom stopom rizika povezanog sa sukobom na Bliskom istoku zahvaljujući snažnoj intra-regionalnoj potražnji te preusmjeravanju putovanja prema destinacijama koje se percipiraju sigurnijima i bližima, što također pogoduje većini destinacija Europe, uključujući i Hrvatsku.

Primjerice, WTTC (World Travel & Tourism Council) je objavio svoje najnovije Istraživanje ekonomskog utjecaja (EIR), prema kojem se predviđa da će turistički sektor globalno porasti za 3,2% u 2026. godini. Za Europu, uz očekivani ukupni rast BDP-a od svega 1% (zbog kontinuiranih inflacijskih pritisaka i gospodarske neizvjesnosti), predviđa se da će BDP sektora putovanja i turizma porasti za 3,6%. Također se očekuje da će potrošnja međunarodnih posjetitelja diljem Europe porasti za 7,1%.

Ipak, online turističke agencije (OTA) poput Airbnb i Expedia javljaju o povećanom broju otkazivanja u Europi, dok je londonska zračna luka Heathrow izvijestila o padu broja putnika u travnju, što i nadalje sugerira određeni stupanj neizvjesnosti.

Očekivanja za razdoblje proljeće-ljeto 2026.

Prema istraživanju ETC-a pod nazivom „Monitoring Sentiment for Intra-European Travel“ objavljenom tijekom travnja 2026., 82% Europljana planira putovati u proljeće/ljeto 2026. To je najveći zabilježeni postotak rasta namjera putovanja od 2020., ujedno i porast od 10% u odnosu na isti val istraživanja proveden lani.

U razdoblju nestabilnosti, percepcija sigurnosti najvažniji je kriterij pri odabiru destinacija (22%, rast +4% u odnosu na prošlu godinu). Ugodno i stabilno vrijeme (15%), povoljne ponude (14%), gostoljubivi domaćini (11%) te izbjegavanje gužvi (10%) slijede u top pet kriterija.

Smanjuje se i planirani budžet za putovanja i to među onima s budžetima višim od 1.501 €. Raste razina zabrinutosti zbog utjecaja krize na Bliskom istoku na sigurnost putovanja (18%, rast +10% u odnosu na lani) i rastućih troškova putovanja (20%, rast +4% u odnosu na lani). U odnosu na lani planiraju se kraća putovanja, a putnici će u povećanoj mjeri birati bliže (sigurnije) destinacije. Ponovo raste popularnost odmora „sunca i mora“ (28%, +5%). Ostali popularni oblici putovanja su kultura i baština (16%), priroda i boravak na otvorenom (14%) te kraći gradski odmori (16%).

Sveukupno, Hrvatska je na devetoj poziciji najpoželjnijih europskih destinacija za razdoblje proljeće-ljeto 2026., s 4% udjela u namjerama putovanja.

II. Turistički rezultati Hrvatske tijekom razdoblja siječanj-svibanj 2026.

Ukupni rezultati

Prema podacima sustava eVisitor obrađenim na dan 3. lipnja 2026., u razdoblju siječanj-svibanj 2026. broj dolazaka stranih turista iznosio je 3,34 mil. (indeks 105 u usporedbi s razdobljem siječanj-svibanj 2025.), dok je broj dolazaka domaćih turista istovremeno iznosio 1,11 mil. (indeks 107). U istom vremenskom razdoblju ostvareno je 11,54 mil. noćenja stranih turista (indeks 108), kao i 2,49 mil. noćenja domaćih turista (indeks 104).

Sveukupni (strani i domaći) broj dolazaka u razdoblju siječanj-svibanj iznosio je 4,45 mil. (indeks 105), a istovremeno je zabilježeno 14,03 mil. sveukupnih noćenja (indeks 107).

Tablica 1. Turistički promet u razdoblju siječanj-svibanj 2026.

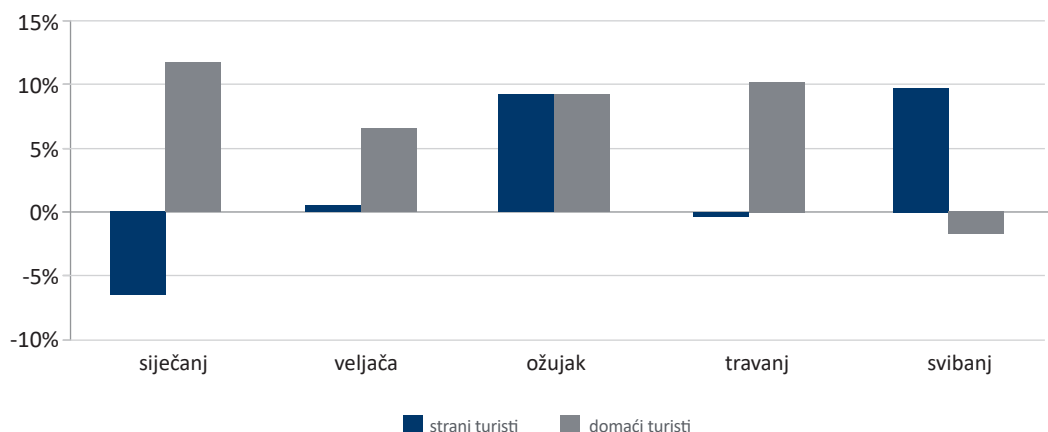
	Dolasci	Noćenja	Udjel u noćenjima (u %)	Indeks 2026./2025.	
				Dolasci	Noćenja
Strani	3.340.996	11.539.932	82,26%	105,11	107,74
Domaći	1.112.633	2.488.946	17,74%	106,57	104,20
UKUPNO	4.453.629	14.028.878	100,00%	105,47	107,09

Izvor: HTZ (podaci eVisitor)

Pokazatelji turističkog prometa po mjesecima

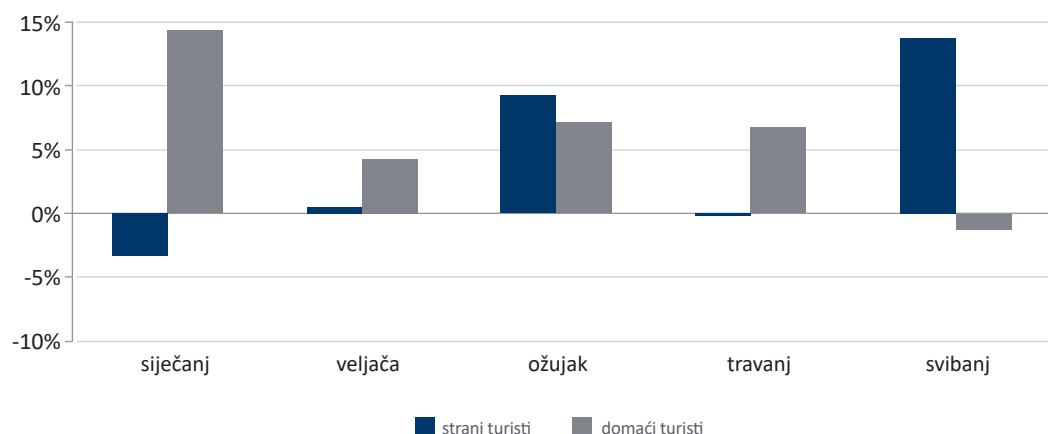
Sagleda li se turistički promet po mjesecima, razvidne su razlike u pogledu stopa kretanja broja dolazaka i noćenja stranih i domaćih turista, ovisno o mjesecima. U načelu, domaći turisti bilježe rast u razdoblju od siječnja do travnja te pad u svibnju, dok strani turisti bilježe određene minuse u siječnju i travnju te značajan rast u ožujku i svibnju.

Grafikon 3. Turistički dolasci (postotna fluktuacija mjesečnog prometa - usporedba 2026. i 2025.)



Izvor: HTZ (podaci eVisitor)

Grafikon 4. Turistička noćenja (postotna fluktuacija mjesečnog prometa - usporedba 2026. i 2025.)



Izvor: HTZ (podaci eVisitor)

III. Hrvatska turistička zajednica u 2026. godini

Godišnji program rada za 2026. godinu usvojen je na 2. sjednici Turističkog vijeća HTZ-a održanoj 15. prosinca 2025. godine, odnosno potvrđen na 2. sjednici Skupštine HTZ-a održanoj 23. prosinca 2025. godine. Slijedom promjene dinamike realizacije pojedinih aktivnosti, novih prijedloga aktivnosti koje se odnose na suradnje i oglašavanje, ali i nastupa određenih tržišnih okolnosti koje su utjecale na izvjesnost da se neke aktivnosti neće realizirati, dolazi do odstupanja u rashodima planiranim Godišnjim programom rada za 2026. godinu.

U dosadašnjem dijelu godine realizirano je niz planiranih marketinških aktivnosti na ključnim emitivnim tržištima. U siječnju i veljači realizirano je oglašavanje Early booking kampanje kroz online i offline kanale u suradnji s medijskim agencijama na tržištima Njemačke, Austrije i Švicarske. U veljači je pokrenuta brand kampanja „AI can't create this...“ kroz online i offline kanale putem medijskih agencija, na društvenim mrežama (Facebook, Instagram, Youtube, TikTok) i putem display oglašavanja na Google DV360 platformi. Kampanja je u potpunosti realizirana na tržištima Njemačke, Austrije, Švicarske, Ujedinjenog Kraljevstva, Nizozemske, Belgije, Švedske, Francuske dok je oglašavanje trenutno u tijeku na tržištima Češke, Slovačke, Poljske, Italije i Mađarske gdje će trajati do polovice srpnja.

Od ožujka do kraja svibnja pokrenuta je PPS kampanja „AI can't create the feeling of spring“ kroz integrirane online i offline kanale u suradnji s medijskim agencijama te na društvenim mrežama (Facebook, Instagram, Youtube) i putem display oglašavanja na Google DV360 platformi. Kampanja je realizirana na tržištima Italije, Njemačke, Slovenije, Austrije, Francuske, Ujedinjenog Kraljevstva i Nizozemske.

U istom razdoblju, od ožujka do kraja svibnja, pokrenuta je i kampanja za promociju nautičkog turizma kroz online i offline kanale u suradnji s medijskim agencijama te putem display oglašavanja na Google DV360 platformi. Kampanja je realizirana na tržištima Austrije, Ujedinjenog Kraljevstva, Češke, Švedske, Njemačke i Poljske.

U tijeku je oglašavanje na Google tražilici na tržištima Njemačke, Austrije, Švicarske, UK-a, Francuske, Poljske, Mađarske i Češke.

U razdoblju od travnja do srpnja provodi se suradnja s vodećim travel platformama Skyscanner na tržištima Ujedinjenog Kraljevstva, Poljske i Njemačke te Edreams na tržištima Italije i Španjolske. Također, u tijeku je i suradnja s platformom Expedia koja obuhvaća tržišta SAD-a i Kanade. U cilju pozicioniranja Hrvatske kao destinacije visoke dodatne vrijednosti te jače komunikacije prema segmentiranoj premium publici, u ožujku je pokrenuta suradnja s Wanderlustom, jednim od relevantnijih globalnih medija za putovanja, s fokusom na tržišta Velike Britanije i SAD-a.

U SAD-u je sredinom lipnja organizirano promotivno događanje „CROATIA IN THE GAME – Tourism. Sport. Culture. Flavors.“ s ciljem promocije Hrvatske na američkom tržištu te jačanja odnosa s ključnim partnerima i dionicima, a povodom održavanja Svjetskog nogometnog prvenstva u SAD-u. U sklopu događanja premijerno je prikazan novi promotivni film hrvatskog turizma „CROATIA - I hear it's beautiful“ u kojem glavnu ulogu ima poznati svjetski glumac hrvatskih korijena John Malkovich.

U dosadašnjem dijelu godine Hrvatska turistička zajednica nastupila je na 7 općih sajmova, i to na Vakantiebeurs u Utrechtu, Ferienmesse u Beču, CMT u Stuttgartu, Fitur u Madridu, f.r.e.e u Münchenu, ITB u Berlinu i na sajmu Alpe Adria u Ljubljani gdje se Hrvatska predstavila kao zemlja partner, te na 2 specijalizirana sajma - nautičkom BOOT u Düsseldorfu i poslovnom IMEX u Frankfurtu. Do sada je realizirano i 11 općih i 7 specijaliziranih sajamskih nastupa predstavništava HTZ-a na tržištima SAD-a, Finske, Slovačke, Češke, Švicarske, Mađarske, Francuske, Italije, Njemačke i Kine.

Uspješno su realizirane poslovne Sell radionice u Torinu i Sarajevu te poslovne suradnje sa stranim TO/TA na inozemnim tržištima, a od početka godine realizirano je i 10 putovanja agenata. Među njima se izdvaja studijsko putovanje za predstavnike mađarskih TO/TA partnera na temu održivog turizma u Međimurju, s naglaskom na održive i eko certificirane atrakcije, te studijski program u Istri za 29 kineskih turističkih agenata, u okviru kojeg je i održana radionica Buy Croatia uz sudjelovanje hrvatskih gospodarskih subjekata. U travnju je, u suradnji s TZ Kvarnera, održano 22. izdanje Zlatne penkale, u čijem su programu kao i pratećem studijskom putovanju sudjelovala 23 inozemna predstavnika medija iz 14 zemalja.

Tijekom prvih šest mjeseci Tijela HTZ-a donijela su brojne značajne odluke kao primjerice Odluku o dodjeli potpora male vrijednosti namijenjenih razvoju programa destinacijskih menadžment kompanija, Odluku o provedbi marketinške suradnje sa strateškim partnerima u 2026. godini te Odluku o odobrenju sredstava za provedbu marketinške suradnje s organizatorima TOP događanja u 2026. godini. Donesene su i odluke o dodjeli sredstava iz fondova, i to Odluka o odabiru projekata regionalnih turističkih zajednica na turistički nedovoljno razvijenim područjima i kontinentu u 2026. godini, Odluka o odabiru projekata lokalnih turističkih zajednica na turistički nedovoljno razvijenim područjima i kontinentu u 2026. godini te Odluka o odabiru projekata udruženih turističkih zajednica u 2026. godini.

Osim istaknutih promotivnih aktivnosti, HTZ je provodila i ostale planirane aktivnosti na emitivnim tržištima sukladno Godišnjem programu rada.

Nova procjena prihoda za 2026. godinu iznosi 58.790.814 EUR, od čega se 13.046.060 EUR odnosi na sredstva posebnih Fondova, dok HTZ planira do kraja 2026. godine ostvariti operativne prihode u iznosu od 45.744.754 EUR, što predstavlja povećanje od 1,5 % u odnosu na plan operativnih prihoda HTZ-a i povećanje od 3,0 % sveukupnih prihoda HTZ-a. Ukupni operativni rashodi HTZ-a planirani ovim Izmjenama i dopunama Godišnjeg programa rada za 2026. g. također su uvećani za 1,5 % te će sredstva biti utrošena sukladno zakonskim zadaćama HTZ-a.

Najveći dio promjena u strukturi prihoda odnosi se na povećanje prihoda od državnog proračuna, prenesenih prihoda iz prethodne godine te sredstava Fonda za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent te Fonda za udružene turističke zajednice, dok se najveći dio promjene u strukturi rashoda odnosi na povećanje planiranih marketinških suradnji sa strateškim partnerima i organizatorima događanja, dodatnu marketinšku kampanju s ciljem promocije određenih pogodnosti i povoljnog omjera cijene i kvalitete u hrvatskim destinacijama te produkciju imidž videa za promociju hrvatskog turizma i dodatnih video materijala.

Nastavno na očekivane promjene u strukturi prihoda i rashoda, HTZ donosi Izmjene i dopune Godišnjeg programa rada za 2026. g. temeljem čl. 56. st. 4. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/2019, 42/2020).

U nastavku ovog dokumenta donosi se opis promjena u strukturi planiranih prihoda, novih predmetnih aktivnosti planiranih za 2026. g. te pojašnjenja vezana za odstupanja od planiranih aktivnosti u Godišnjem programu rada za 2026. godinu.



Plan prihoda i rashoda

PRIHODI

Tablica 2. Plan prihoda Hrvatske turističke zajednice u 2026. godini

RB	IZVORI PRIHODA	PLAN 2026.	IZMJENE I DOPUNE 2026.	UDIO % IZMJENE I DOPUNE 2026.	INDEKS IZMJENE I DOPUNE/ PLAN 2026.
1.	Turistička pristojba	24.410.000	24.300.000	41,3	99,5
1.1.	Turistička pristojba	23.000.000	23.000.000	39,1	100,0
1.2.	TP nautika	1.410.000	1.300.000	2,2	92,2
2.	Turistička članarina	9.200.000	9.200.000	15,6	100,0
2.1.	Turistička članarina	9.200.000	9.200.000	15,6	100,0
3.	Državni proračun	9.750.000	10.317.652	17,5	105,8
4.	Ostali prihodi	1.633.920	1.349.168	2,3	82,6
4.1.	Prihod od refundacije za nastupe na sajmovima	813.920	731.043	1,2	89,8
4.2.	Ostali prihodi	820.000	618.125	1,1	75,4
5.	Preneseni prihodi iz prethodne godine	0	556.164	0,9	0,0
6.	Povrat sredstava EU	71.190	21.770	0,0	30,6
UKUPNO		45.065.110	45.744.754	77,8	101,5
7.	FONDOVI				
7.1.	Fond za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent	8.600.000	9.414.181	16,0	109,5
7.1.1.	Sredstva Fonda za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent iz prethodne godine	8.600.000	9.414.181	16,0	109,5
7.1.2.	Sredstva Fonda za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent iz tekuće godine	9.120.000	9.120.000	15,5	100,0
7.2.	Fond za udružene turističke zajednice	3.400.000	3.631.879	6,2	106,8
7.2.1.	Sredstva Fonda za udružene turističke zajednice iz prethodne godine	3.400.000	3.631.879	6,2	106,8
7.2.2.	Sredstva Fonda za udružene turističke zajednice iz tekuće godine	3.530.000	3.530.000	6,0	100,0
UKUPNO FONDOVI		12.000.000	13.046.060	22,2	108,7
UKUPNO FONDOVI / PRIMICI		12.650.000	12.650.000	21,5	100,0
SVEUKUPNO PRIHODI + FONDOVI		57.065.110	58.790.814	100,0	103,0

Sveukupni prihodi za 2026. g. planirani Godišnjim programom rada iznose 57.065.110 eura. Od toga su prihodi u iznosu od 12.000.000 eura planirani za posebne fondove, Fond za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent i Fond za udružene turističke zajednice, dok HTZ planira do kraja 2026. g. ostvariti tzv. operativne prihode u iznosu od 45.065.110 eura.

Nova procjena prihoda za 2026. g. iznosi 58.790.814 eura, od čega se 13.046.060 eura odnosi na sredstva posebnih Fondova, dok HTZ planira do kraja 2026. g. ostvariti operativne prihode u iznosu od 45.744.754 eura što predstavlja povećanje od 1,5 % u odnosu na plan operativnih prihoda HTZ-a i povećanje od 3,0 % sveukupnih prihoda.

U odnosu na Godišnji program rada za 2026. g. planira se povećanje sveukupnih prihoda kako slijedi:

1. Turistička pristojba

U 2026. g. planira se smanjenje ukupnih prihoda od turističke pristojbe za 0,5% odnosno 110.000 eura u odnosu na planirane prihode iz GPR-a za 2026. g. Planirani prihod od redovne turističke pristojbe u iznosu od 23.000.000 eura ostaje nepromijenjen, dok se planirani prihod od turističke pristojbe u nautici procjenjuje na iznos od 1.300.000 eura, što predstavlja smanjenje od 7,8%, uslijed očekivanog manjeg nautičkog prometa nego je inicijalno planirano.

2. Turistička članarina

Planirani prihodi od turističke članarine u GPR-u za 2026. g. iznose 9.200.000 eura te ostaju nepromijenjeni. Plan prihoda od turističke članarine za 2026. g. temeljen je na podacima iz dostupnih financijskih izvještaja pojedinih obveznika turističke članarine iz područja turizma, komunikacije i trgovine.

3. Državni proračun

Prihod iz državnog proračuna planiran je u iznosu od 10.317.652 eura, što je za 5,8% odnosno 567.652 eura više u odnosu na prihod planiran GPR-om za 2026. g. Sredstva se planiraju utrošiti na aktivnosti i projekte u skladu s dopuštenom namjenom. Uvećanje se odnosi na sredstva u iznosu od 500.000 eura koja su doznačena sukladno Ugovoru o sufinanciranju turističke promidžbe putem Hrvatskog skijaškog saveza od 5. prosinca 2025. (Klasa: 334-07/25-05/3, Ur.broj: 529-06-02-02/1-25-2), a za koja će Ministarstvo turizma i sporta dati suglasnost da se prenamjene za financiranje drugih aktivnosti planiranih GPR-om za 2026., zatim na sredstva koja su sukladno Ugovoru o sufinanciranju turističke promidžbe i posebnih projekata Republike Hrvatske od 20. siječnja 2026. (Klasa: 334-07/26-05/1, Ur.broj: 529-06-02-02/1-26-2) doznačena u manjem iznosu nego je planirano GPR-om za 2026. g. (doznačeno je 8.980.000 eura umjesto planiranih 9.000.000 eura) i sredstva koja su sukladno Ugovoru o sufinanciranju turističke promidžbe Republike Hrvatske kroz podršku projektu ULTRA EUROPE za 2026. godinu od 16. lipnja 2026. (Klasa: 334-07/26-05/3, Ur.broj: 529-06-02-02/1-26-2) doznačena u manjem iznosu nego je planirano GPR-om za 2026. g. (doznačeno je 675.000 eura umjesto planiranih 750.000 eura), zatim na sredstva doznačena sukladno Sporazumu o provedbi Sporazuma o međusobnoj suradnji u okviru Projekta poticanja razvoja održivog razvoja turizma „Hrvatska prirodno tvoja“ - „Croatia naturally yours“ iz 2025. godine u iznosu od 162.651,97 eura, od čega se iznos od 140.000 eura sukladno Sporazumu može iskoristiti do kraja 2026. g., a za preostali iznos od 22.651,97 eura je Ministarstvo turizma i sporta 22. prosinca 2025. g. dalo suglasnost za prijenos i korištenje u 2026. g. budući da se radi o neiskorištenim sredstvima iz prethodnih razdoblja.

4. Ostali prihodi

Planirani ukupni ostali prihodi iznose 1.349.168 eura što je smanjenje za 17,4% u odnosu na planirane prihode iz GPR-a za 2026. g. Planirani prihodi od refundacija za nastupe na sajmovima i kongresnim burzama iznose 731.043 eura što predstavlja pad od 10,2% odnosno 82.877 eura uslijed promjene u modelu plaćanja troškova suizlaganja na sajmovima u organizaciji predstavništava HTZ-a sukladno kojem organizator sajma sada izravno izdaje račune suizlagačima za njihov dio troškova zakupa i pripadajućih usluga. Ostali prihodi planirani su u iznosu od 618.125 eura, što predstavlja pad od 24,6% odnosno 201.875 eura, što je posljedica manjeg obujma planiranih aktivnosti s Michelin vodičem od strane turističkih zajednica odnosno njihovog udjela u sufinanciranju suradnje. Niži iznos sufinanciranja turističkih zajednica prikazan je i na rashodovnoj strani.

5. Preneseni prihodi iz prethodne godine

GPR-om za 2026. g. nije bio planiran prijenos prihoda iz prethodne godine. Međutim, nakon zaključnja financijske 2025. godine utvrđen je višak prihoda nad rashodima u iznosu od 556.164 EUR koji se evidentira u prihodima 2026. kao preneseni prihod iz prethodne godine te se koristi za financiranje aktivnosti čija je realizacija započeta u 2025. te se nastavlja u 2026. godini.

6. Povrat sredstava EU

Povrat sredstava EU planiran je u iznosu od 21.770 eura što predstavlja smanjenje za 69,4%, odnosno 49.420 eura, koje se odnosi na povrat isplaćenih bespovratnih sredstava u projektu „Hrvatski digitalni turizam – e-Turizam“ temeljem odluke Ministarstva regionalnog razvoja i fondova Europske unije.

7. Fondovi

Sredstva Fonda za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent i Fonda za udružene turističke zajednice se sukladno važećim propisima prikupljaju na posebnim računima te predstavljaju raspoloživa sredstva na posebnim računima prikupljena tijekom 2025. koja će 2026. g. biti realizirana, odnosno utrošena na projekte odobrene od strane Turističkog vijeća HTZ-a, i u toj godini biti iskazana kao prihod. Navedena planirana sredstva se uvećavaju za iznose odobrenih prolongacija za projekte čija je provedba započela u 2025. g. no očekivana realizacija slijedi u prvoj polovici 2026. g.

PLAN RASHODA

Tablica 3. Plan rashoda Hrvatske turističke zajednice u 2026. godini

BROJ	NAZIV AKTIVNOSTI SUKLADNO METODOLOGIJI	PLAN 2026.	IZMJENE I DOPUNE 2026.	UDIO % IZMJENE I DOPUNE 2026.	INDEKS IZMJENE I DOPUNE/ PLAN 2026.
1.	Istraživanje i strateško planiranje	303.500	319.668	0,7%	105,3
1.1.	Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata	0	0	0,0%	0,0
1.1.1.	Praćenje provedbe implementacije strategije (smopht)	0	0	0,0%	0,0
1.2.	Istraživanje i analiza tržišta	303.500	319.668	0,7%	105,3
1.2.1.	Izrada i upravljanje BI platformom HTZ-a	84.000	100.875	0,2%	120,1
1.2.2.	Partnerski projekti u području istraživanja i analize	18.500	18.500	0,0%	100,0
1.2.3.	Provedba tržišnih istraživanja	201.000	200.293	0,4%	99,6
1.3.	Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti	0	0	0,0%	0,0
1.3.1.	Analiza marketinških i promotivnih aktivnosti sustava TZ-a	0	0	0,0%	0,0
2.	Razvoj turističkog proizvoda	2.261.975	2.169.736	4,7%	95,9
2.1.	Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda	10.000	10.000	0,0%	100,0
2.1.1.	PPS+	5.000	5.000	0,0%	100,0
2.1.2.	Premium	5.000	5.000	0,0%	100,0
2.1.3.	Nautika	0	0	0,0%	0,0
2.1.4.	Eno-gastro	0	0	0,0%	0,0
2.1.5.	Outdoor, cikloturizam, sportski turizam	0	0	0,0%	0,0
2.1.6.	Kulturni turizam	0	0	0,0%	0,0
2.1.7.	Zdravstveni turizam	0	0	0,0%	0,0
2.1.8.	Metodologija i poslovni plan ključnih proizvoda i koncepata	0	0	0,0%	0,0
2.2.	Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda	1.571.975	1.395.486	3,1%	88,8
2.2.1.	Ruralni turizam	40.000	50.000	0,1%	125,0
2.2.2.	Premium	115.000	115.000	0,3%	100,0
2.2.3.	Eno-gastro	1.350.500	1.172.486	2,6%	86,8
2.2.4.	Cikloturizam, aktivni i sportski turizam	66.475	58.000	0,1%	87,3

2.3.	Podrška turističkoj industriji	680.000	764.250	1,7%	112,4
2.3.1.	Kulturni turizam	100.000	100.000	0,2%	100,0
2.3.2.	Zdravstveni turizam	60.000	60.000	0,1%	100,0
2.3.3.	Nautika	105.000	131.000	0,3%	124,8
2.3.4.	Podrška razvoju destinacijskih menadžment kompanija (DMK)	320.000	374.750	0,8%	117,1
2.3.5.	Suradnja s udruženjima turističke industrije	90.000	93.500	0,2%	103,9
2.3.6.	Poslovni turizam	5.000	5.000	0,0%	100,0
3.	Komunikacija i oglašavanje	30.425.126	30.795.797	67,3%	101,2
3.1.	Definiranje brending sustava i brend arhitekture	160.000	75.000	0,2%	46,9
3.1.1.	Izrada brend arhitekture i kreativnog koncepta brenda	160.000	75.000	0,2%	46,9
3.2.	Oglašavanje destinacijskog brenda, turističke ponude i proizvoda	12.360.000	12.722.000	27,8%	102,9
3.2.1.	Opće oglašavanje i tržišne aktivnosti	9.360.000	9.722.000	21,3%	103,9
3.2.2.	Online oglašavanje	3.000.000	3.000.000	6,6%	100,0
3.3.	Odnosi s javnošću	1.870.000	1.944.500	4,3%	104,0
3.3.1.	Globalni PR	1.490.000	1.490.000	3,3%	100,0
3.3.2.	Studijska putovanja za inozemne novinare	300.000	350.000	0,8%	116,7
3.3.3.	Domaći PR	80.000	104.500	0,2%	130,6
3.4.	Marketinške i poslovne suradnje	9.689.139	9.337.879	20,4%	96,4
3.4.1.	Marketinške suradnje s putničkim agencijama i prijevoznicima	4.500.000	4.614.500	10,1%	102,5
3.4.2.	Marketinške suradnje s hrvatskim sportskim savezima	2.055.000	1.555.000	3,4%	75,7
3.4.3.	Marketinške suradnje s organizatorima događanja	2.320.000	2.310.000	5,0%	99,6
3.4.4.	Ostale marketinške suradnje	440.000	440.000	1,0%	100,0
3.4.5.	Poslovne suradnje s drugim NTO-ima i međunarodnim organizacijama ili udruženjima	60.000	60.000	0,1%	100,0
3.4.6.	Ostale poslovne suradnje	255.000	292.750	0,6%	114,8
3.4.7.	Poslovne suradnje na EU projektima	59.139	65.629	0,1%	111,0
3.5.	Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice	4.078.250	4.106.070	9,0%	100,7
3.5.1.	Opći sajmovi	2.166.500	2.073.000	4,5%	95,7
3.5.2.	Specijalizirani sajmovi	1.013.000	978.000	2,1%	96,5

3.5.3.	Prezentacije i poslovne radionice	398.750	542.070	1,2%	135,9
3.5.4.	Događanja	500.000	513.000	1,1%	102,6
3.6.	Suradnja s organizatorima putovanja	358.000	373.000	0,8%	104,2
3.6.1.	Studijska i inspekcijska putovanja agenata	140.000	131.400	0,3%	93,9
3.6.2.	Buy Croatia	0	8.600	0,0%	0,0
3.6.3.	Studijska i inspekcijska putovanja organizatora kongresa i ostale mice ponude	10.000	10.000	0,0%	100,0
3.6.4.	Prezentacije u suradnji sa stranim TO-ovima/TA-ovima na inozemnim tržištima	208.000	223.000	0,5%	107,2
3.7.	Kreiranje promotivnog materijala	1.030.000	1.435.611	3,1%	139,4
3.7.1.	Produkcija sadržaja za promociju brenda Hrvatska	910.000	1.298.611	2,8%	142,7
3.7.2.	Izrada brošura i drugog tiskanog materijala	30.000	30.000	0,1%	100,0
3.7.3.	Produkcija sadržaja za određene projektne aktivnosti	30.000	30.000	0,1%	100,0
3.7.4.	Izrada suvenira i ostalog promidžbenog materijala	60.000	77.000	0,2%	128,3
3.8.	Internetske stranice	703.156	640.156	1,4%	91,0
3.8.1.	Održavanje i upravljanje internetskim stranicama	687.550	624.550	1,4%	90,8
3.8.2.	Održavanje i upravljanje mobilnom aplikacijom	15.606	15.606	0,0%	100,0
3.9.	Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka	161.581	161.581	0,4%	100,0
3.9.1.	Održavanje i nadogradnja multimedijalne galerije i razvoj digitalnog arhiviranja	161.581	161.581	0,4%	100,0
3.10.	Turističko-informativne aktivnosti	15.000	0	0,0%	0,0
3.10.1.	Turistička signalizacija	15.000	0	0,0%	0,0
4.	Destinacijski menadžment	1.107.500	1.380.153	3,0%	124,6
4.1.	Turistički informacijski sustavi i aplikacije	655.000	855.126	1,9%	130,6
4.1.1.	eVisitor sustav	370.500	600.500	1,3%	162,1
4.1.2.	Aplikacija ePrijava	5.000	5.000	0,0%	100,0
4.1.3.	Portal nautika.evisitor	25.000	30.000	0,1%	120,0
4.1.4.	Mobilna aplikacija eVisitor	107.000	72.126	0,2%	67,4
4.1.5.	Alati za unaprjeđenje internih procesa i digitalizacije	35.000	35.000	0,1%	100,0

4.1.6.	Licence za ostale aplikacije	30.000	30.000	0,1%	100,0
4.1.7.	Troškovi za podršku digitalizaciji internih procesa	5.000	5.000	0,0%	100,0
4.1.8.	Projekti implementacije ui (ai)	77.500	77.500	0,2%	100,0
4.2.	Stručni skupovi i edukacije	45.000	45.000	0,1%	100,0
4.2.1.	Stručni skupovi i radionice	25.000	25.000	0,1%	100,0
4.2.2.	Časopis Turizam	20.000	20.000	0,0%	100,0
4.3.	Koordinacija i nadzor	10.000	10.000	0,0%	100,0
4.3.1.	Koordinacije turističkih zajednica regionalne razine	10.000	10.000	0,0%	100,0
4.4.	Upravljanje kvalitetom u destinaciji	397.500	470.027	1,0%	118,2
4.4.1.	Nagrađivanje izvrsnosti i dostignuća turističkih destinacija	20.000	25.000	0,1%	125,0
4.4.2.	Projekt "Sigurna turistička destinacija"	237.500	282.375	0,6%	118,9
4.4.3.	Projekt "Hrvatska prirodno tvoja"	140.000	162.652	0,4%	116,2
4.4.4.	Ocjena turističkog iskustva destinacija	0	0	0,0%	0,0
4.4.5.	Program „Hrvatski domaćin - izvrsnost usluge u turizmu“	0	0	0,0%	0,0
4.4.6.	Program „Manje poznate destinacije“	0	0	0,0%	0,0
5.	Članstvo u strukovnim organizacijama	141.742	141.742	0,3%	100,0
5.1.	Međunarodne strukovne i srodne organizacije	141.742	141.742	0,3%	100,0
5.1.1.	Organizacije i udruženja NTO-a	102.242	102.242	0,2%	100,0
5.1.2.	Organizacije i udruženja turističke industrije	39.500	39.500	0,1%	100,0
6.	Administrativni poslovi	10.793.067	10.905.458	23,8%	101,0
6.1.	Plaće	5.403.030	5.403.030	11,8%	100,0
6.1.1.	Plaće zaposlenika financirane iz redovnih prihoda	5.295.656	5.295.656	11,6%	100,0
6.1.2.	Regres i božićnica	82.600	82.600	0,2%	100,0
6.1.3.	Pomoći, jubilarne nagrade, dar djeci	24.774	24.774	0,1%	100,0
6.2.	Materijalni troškovi	880.237	923.928	2,0%	105,0
6.2.1.	Materijalni troškovi ureda	835.537	879.228	1,9%	105,2
6.2.2.	Skladištenje i distribucija	44.700	44.700	0,1%	100,0
6.3.	Tijela turističke zajednice	88.000	50.500	0,1%	57,4
6.3.1.	Organizacija sjednica TV-a i putni troškovi članova TV-a	20.000	26.400	0,1%	132,0
6.3.2.	Organizacija sjednica skupštine i putni troškovi članova skupštine	10.000	10.000	0,0%	100,0

6.3.3.	Naknade članovima tijela HTZ-a	58.000	14.100	0,0%	24,3
6.4.	Troškovi poslovanja mreže predstavništava	4.421.800	4.528.000	9,9%	102,4
6.4.1.	Predstavništvo Austrija	286.000	286.600	0,6%	100,2
6.4.2.	Predstavništvo Belgija	411.000	387.100	0,8%	94,2
6.4.3.	Predstavništvo Češka i Slovačka	198.300	198.200	0,4%	99,9
6.4.4.	Predstavništvo Francuska	414.000	411.600	0,9%	99,4
6.4.5.	Predstavništvo Italija	411.500	416.200	0,9%	101,1
6.4.6.	Predstavništvo Kina	220.000	221.400	0,5%	100,6
6.4.7.	Predstavništvo Koreja	217.000	212.600	0,5%	98,0
6.4.8.	Predstavništvo Mađarska	145.000	146.000	0,3%	100,7
6.4.9.	Predstavništvo Njemačka – Frankfurt	384.000	438.700	1,0%	114,2
6.4.10.	Predstavništvo Njemačka – München	383.000	372.900	0,8%	97,4
6.4.11.	Predstavništvo Poljska	214.000	216.600	0,5%	101,2
6.4.12.	Predstavništvo Rusija	45.000	53.000	0,1%	117,8
6.4.13.	Predstavništvo SAD	385.000	405.300	0,9%	105,3
6.4.14.	Predstavništvo Slovenija	150.000	171.900	0,4%	114,6
6.4.15.	Predstavništvo Španjolska	0	5.000	0,0%	0,0
6.4.16.	Predstavništvo Švedska	311.000	311.000	0,7%	100,0
6.4.17.	Predstavništvo Velika Britanija	246.000	272.900	0,6%	110,9
6.4.18.	Opći troškovi poslovanja mreže predstavništava	1.000	1.000	0,0%	100,0
7.	Rezerva	32.200	32.200	0,1%	100,0
8.	Pokrivanje manjka prihoda iz prethodne godine	0	0	0,0%	0,0
	UKUPNO RASHODI	45.065.110	45.744.754	100,0%	101,5
9.	Fondovi	12.000.000	13.046.060	100,0%	108,7
9.1.	Fond za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent	8.600.000	9.414.181	72,2%	109,5
9.2.	Fond za udružene turističke zajednice	3.400.000	3.631.879	27,8%	106,8
	SVEUKUPNO RASHODI I FONDOVI	57.065.110	58.790.814		103,0

An aerial photograph of a long, winding wooden boardwalk or path that stretches across a dense, lush green forest. The path is made of wooden planks and has railings. It starts in the upper left, goes down, then turns and goes right, and finally curves back towards the bottom right. There are several small wooden structures or platforms along the path. The forest is very dense with various shades of green, indicating different types of trees and undergrowth. The lighting suggests it might be late afternoon or early morning, with some shadows visible.

Istraživanje i strateško planiranje

1 ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE

	PLAN 2026.	IZMJENE I DOPUNE 2026.
1.1. IZRADA STRATEŠKIH/OPERATIVNIH/KOMUNIKACIJSKIH/AKCIJSKIH DOKUMENATA	0 EUR	0 EUR
1.2. ISTRAŽIVANJE I ANALIZA TRŽIŠTA	303.500 EUR	319.668 EUR
1.3. MJERENJE UČINKOVITOSTI PROMOTIVNIH AKTIVNOSTI	0 EUR	0 EUR
1. UKUPNO	303.500 EUR	319.668 EUR

1.1 Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata

1.1.1 PRAĆENJE PROVEDBE IMPLEMENTACIJE STRATEGIJE (SMOPHT)

PLANIRANI IZNOS: 0 EUR

IZMJENA PLANIRANOG IZNOSA: 0 EUR

POVEZANOST S INICIJATIVOM: 20. Inicijativa formiranja Ureda voditelja strategije

Navedena stavka nema izmjena i dopuna.

1.2 Istraživanje i analiza tržišta

1.2.1. IZRADA I UPRAVLJANJE BI PLATFORMOM HTZ-a

PLANIRANI IZNOS: 84.000 EUR

IZMJENA PLANIRANOG IZNOSA: 100.875 EUR

POVEZANOST S INICIJATIVOM: 15. Inicijativa tržišnih informacija (Market Intelligence)

Izrada BI platforme HTZ-a

Tijekom veljače 2026., imajući u vidu neizvjesne i promjenjive tržišne okolnosti, realizirana je izvanredna nabavka sveobuhvatnog istraživanja provedenog na turističkom tržištu Njemačke pod nazivom Reiseanalyse 2026., kako bi se osigurali recentni uvidi u namjere putovanja, motivaciju i sentiment putnika na tržištu koje je najznačajnije za turizam Hrvatske. Navedeno rezultira uvećanjem ukupnog troška na poziciji.

Ostale stavke nemaju izmjena i dopuna.

1.2.2. PARTNERSKI PROJEKTI U PODRUČJU ISTRAŽIVANJA I ANALIZE

PLANIRANI IZNOS:	18.500 EUR
IZMJENA PLANIRANOG IZNOSA:	18.500 EUR
POVEZANOST S INICIJATIVOM:	15. Inicijativa tržišnih informacija (Market Intelligence)

Navedena stavka nema izmjena i dopuna.

1.2.3. PROVEDBA TRŽIŠNIH ISTRAŽIVANJA

PLANIRANI IZNOS:	201.000 EUR
IZMJENA PLANIRANOG IZNOSA:	200.293 EUR
POVEZANOST S INICIJATIVOM:	15. Inicijativa tržišnih informacija (Market Intelligence)

TOMAS Hrvatska 2025 i TOMAS nautika 2025

Operativna provedba projekta TOMAS Hrvatska 2025 otpočela je u travnju 2025. godine, a budući da je riječ o istraživanju kojem je cilj obuhvatiti sva sezonalna razdoblja, dijelom je prenesena u predsezonu 2026. zbog čega su preliminarni konačni rezultati izvješća predviđeni za isporuku u razdoblju svibanj/lipanj 2026., dok je završni izvještaj predviđen u razdoblju srpanj/kolovoz 2026. Navedeno za posljedicu ima plaćanje zadnje rate u 2026. što nije bilo predviđeno GPR-om.

Za projekt TOMAS nautika 2025. završni izvještaj isporučen je u prvom kvartalu 2026. kada je realizirano i plaćanje zadnje rate što također nije bilo predviđeno GPR-om.

Brand tracking

Prilikom provođenja postupka nabave istraživanja „Mjerenje snage i pozicije hrvatskog turističkog brenda na ključnim emitivnim tržištima“ ostvarena je ušteda u odnosu na iznos planiran GPR-om.



Razvoj turističkog proizvoda



2 RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA

	PLAN 2026.	IZMJENE I DOPUNE 2026.
2.1. IDENTIFIKACIJA I VREDNOVANJE RESURSA TE STRUKTURIRANJE TURISTIČKIH PROIZVODA	10.000 EUR	10.000 EUR
2.2. SUSTAVI OZNAČAVANJA KVALITETE TURISTIČKOG PROIZVODA	1.571.975 EUR	1.395.486 EUR
2.3. PODRŠKA TURISTIČKOJ INDUSTRIJI	680.000 EUR	764.250 EUR
2. UKUPNO	2.261.975 EUR	2.169.736 EUR

2.1 Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda

2.1.1. PPS+

PLANIRANI IZNOS:	5.000 EUR
IZMJENA PLANIRANOG IZNOSA	5.000 EUR
POVEZANOST S INICIJATIVOM:	4. Inicijativa PPS+, 8. Integrirani komunikacijski program

Navedena stavka nema izmjena i dopuna.

2.1.2. PREMIUM

PLANIRANI IZNOS:	5.000 EUR
IZMJENA PLANIRANOG IZNOSA	5.000 EUR
POVEZANOST S INICIJATIVOM:	3. Inicijativa „Premium Croatia“, 8. Integrirani komunikacijski program

Navedena stavka nema izmjena i dopuna.

2.1.3. NAUTIKA

PLANIRANI IZNOS:	0 EUR
IZMJENA PLANIRANOG IZNOSA:	0 EUR
POVEZANOST S INICIJATIVOM:	3. Inicijativa „Premium Croatia“, 4. Inicijativa PPS+, 5. Program „Manje poznate destinacije“

Navedena stavka nema izmjena i dopuna.

2.1.4. ENO GASTRO

PLANIRANI IZNOS:	0 EUR
IZMJENA PLANIRANOG IZNOSA:	0 EUR
POVEZANOST S INICIJATIVOM:	3. Inicijativa „Premium Croatia“, 4. Inicijativa PPS+

Navedena stavka nema izmjena i dopuna.

2.1.5. OUTDOOR, CIKLOTURIZAM, SPORTSKI TURIZAM

PLANIRANI IZNOS:	0 EUR
IZMJENA PLANIRANOG IZNOSA:	0 EUR
POVEZANOST S INICIJATIVOM:	4. Inicijativa PPS+, 5. Program „Manje poznate destinacije”

Navedena stavka nema izmjena i dopuna.

2.1.6. KULTURNI TURIZAM

PLANIRANI IZNOS:	0 EUR
IZMJENA PLANIRANOG IZNOSA:	0 EUR
POVEZANOST S INICIJATIVOM:	4. Inicijativa PPS+, 5. Program „Manje poznate destinacije”

Navedena stavka nema izmjena i dopuna.

2.1.7. ZDRAVSTVENI TURIZAM

PLANIRANI IZNOS:	0 EUR
IZMJENA PLANIRANOG IZNOSA:	0 EUR
POVEZANOST S INICIJATIVOM:	3. Inicijativa „Premium Croatia”, 4. Inicijativa PPS+, 5. Program „Manje poznate destinacije”

Navedena stavka nema izmjena i dopuna.

2.1.8. METODOLOGIJA I POSLOVNI PLAN KLJUČNIH PROIZVODA I KONCEPATA

PLANIRANI IZNOS:	0 EUR
IZMJENA PLANIRANOG IZNOSA:	0 EUR
POVEZANOST S INICIJATIVOM:	3. Inicijativa „Premium Croatia”, 4. Inicijativa PPS+

Navedena stavka nema izmjena i dopuna.

2.2 Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda

2.2.1. RURALNI TURIZAM

PLANIRANI IZNOS:	40.000 EUR
IZMJENA PLANIRANOG IZNOSA:	50.000 EUR
POVEZANOST S INICIJATIVOM:	4. Inicijativa PPS+, 5. Program „Manje poznate destinacije”

Suradnja na projektu „Suncokret ruralnog turizma Hrvatske”

Planirana je podrška godišnjem projektu 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 koji provodi Hrvatska udruga za turizam i ruralni razvoj “Klub članova Selo”. Sukladno zahtjevu organizatora odobrena su dodatna sredstva zbog povećanih troškova organizacije 7. Međunarodnog

kongresa o ruralnom turizmu.

Ostale stavke nemaju izmjena i dopuna.

2.2.2. PREMIUM

PLANIRANI IZNOS:	115.000 EUR
IZMJENA PLANIRANOG IZNOSA:	115.000 EUR
POVEZANOST S INICIJATIVOM:	3. Inicijativa "Premium Croatia"

Suradnja s udruženjima premium ponude

Alocirana su dodatna sredstva za suradnju s Udrugom Impresia u vidu sudjelovanja na događanju Connections Luxury UK & Ireland, koje okuplja specijalizirane agente za luksuzna putovanja s ključnih emitivnih tržišta, čime se dodatno jača vidljivost hrvatske turističke ponude u segmentu turizma više dodane vrijednosti na tom tržištu. Također se osiguravaju dodatna sredstva za bolji i kvalitetniji nastup na jednom od najznačajnijih evenata luksuznog i premium turizma ILTM u Cannesu.

Private Luxury Europe Event 2026

Alocirana su dodatna sredstva za suradnju na organizaciji događanja Private Luxury Event Split 2026 u svibnju budući da je riječ o događanju koje se po prvi put održalo u Hrvatskoj te okupilo 280 vodećih stručnjaka iz industrije luksuznog turizma, uključujući međunarodne turističke agente, DMC kompanije, hotelske brendove i investitore iz cijelog svijeta, s visokim potencijalom potrošnje i dokazanim učinkom na rast rezervacija u destinacijama domaćinima. Ovim događanjem osigurana je snažna prezentacija hrvatske premium ponude te promocija Hrvatske kao održive luksuzne destinacije na europskim i dalekim tržištima.

Travel Leaders Network International Luxury Forum 2026

U suorganizaciji Predstavništva HTZ-a u New Yorku bio je planiran nastavak suradnje s Travel Leaders Network kroz ekskluzivni B2B događaj namijenjen vrhunskim agentima za luksuzna putovanja iz Sjeverne Amerike. Međutim, planirana aktivnost neće se realizirati jer se u 2026. u Hrvatskoj održavaju dva događanja vrlo sličnog koncepta usmjerena na premium i luksuzni turizam, zbog čega je procijenjeno da provedba ove aktivnosti u ovom trenutku nije optimalna.

Ostale stavke nemaju izmjena i dopuna.

2.2.3. ENO GASTRO

PLANIRANI IZNOS:	1.350.500 EUR
IZMJENA PLANIRANOG IZNOSA:	1.172.486 EUR
POVEZANOST S INICIJATIVOM:	3. Inicijativa "Premium Croatia", 4. Inicijativa PPS+

Suradnja s Michelinom

HTZ će nastaviti suradnju s vodećim svjetskim gastronomskim brendom MICHELIN Guide (Michelin vodič), međutim sukladno revidiranim poslovnim prioritetima i optimizaciji troškova, planiran je smanjen obujam aktivnosti, uz zadržavanje ključnih inicijativa koje ostvaruju najveći povrat na ulaganje.

Niži očekivani iznos sufinanciranja turističkih zajednica u ukupnom trošku suradnje iskazan je i na prihodovnoj strani.

Suradnja s Hrvatskim kuharskim savezom

Suradnja s Hrvatskim kuharskim savezom strateški doprinosi unapređenju kvalitete gastronomske ponude kroz standardizaciju struke, edukaciju kadrova i razmjenu znanja na nacionalnoj i međunarodnoj razini. Partnerstvo omogućuje jačanje autentičnosti i prepoznatljivosti hrvatske kuhinje, uz aktivno uključivanje vrhunskih chefova u promociju destinacije. Dodatno, kroz zajedničke projekte i natjecanja potiče se inovacija te razvoj održivih i konkurentnih turističkih proizvoda. Zatraženo je povećanje sredstava već odobrenog partnerstva radi povećanih aktivnosti Hrvatskog kuharskog saveza do kraja godine, s naglaskom na nastup nacionalnog i regionalnog tima na Culinary World Cupu u Luxembourgu, jednom od najprestižnijih svjetskih kulinarskih natjecanja. Sudjelovanje na navedenom natjecanju predstavlja važnu priliku za dodatno pozicioniranje Hrvatske kao vrhunske gastronomske destinacije te će dodatna sredstva osigurati adekvatnu prezentaciju i maksimizirati promotivni učinak.

Podrška eno gastro događanjima u Hrvatskoj

Planira se aktivna podrška događanjima, manifestacijama, edukacijama i stručnim seminarima koji se održavaju na području Republike Hrvatske, a koji za cilj imaju razvoj turističke eno gastro ponude, potiču uključivanje lokalnih i regionalnih proizvođača te promiču Hrvatsku kao zemlju bogate kulinarske baštine i suvremenih gastronomskih vrijednosti. Zbog povećanog broja zahtjeva organizatora kvalitetnih eno gastro događanja planira se povećanje sredstava na ovoj stavci.

Suradnja s The world's 50 best restaurants

U 2025. g. ostvarena je suradnja s The World's 50 Best Restaurants, pri čemu je dio planiranih aktivnosti, uslijed operativnih i terminskih okolnosti, prenesen u 2026. godinu. Slijedom navedenog, sredstva na ovoj aktivnosti uvećavaju se za trošak aktivnosti planiranih u 2025., a realiziranih i plaćenih u prvom kvartalu 2026. g.

Ostale stavke nemaju izmjena i dopuna.

2.2.4. CIKLOTURIZAM, AKTIVNI I SPORTSKI TURIZAM

PLANIRANI IZNOS:	66.475 EUR
IZMJENA PLANIRANOG IZNOSA:	58.000 EUR
POVEZANOST S INICIJATIVOM:	4. Inicijativa PPS+

Godišnji troškovi upravljanja rutom EV8

Europska biciklistička federacija (ECF) koja upravlja svim EuroVelo rutama je raskinula Sporazum o partnerskom upravljanju rutom EV8 za period 2024. - 2026. budući da nema dovoljno zainteresiranih partnera iz zemalja kojima prolazi ruta EuroVelo 8 koji bi podržali nastavak suradnje. HTZ je promovirala rutu putem web stranice i s obzirom na okolnosti neće se nastaviti s aktivnošću.

Ostale stavke nemaju izmjena i dopuna.

2.3 Podrška turističkoj industriji

2.3.1. PODRŠKA PROJEKTIMA KULTURNOG TURIZMA

PLANIRANI IZNOS:	100.000 EUR
IZMJENA PLANIRANOG IZNOSA:	100.000 EUR
POVEZANOST S INICIJATIVOM:	4. Inicijativa PPS+

Navedena stavka nema izmjena i dopuna.

2.3.2. PODRŠKA PROJEKTIMA ZDRAVSTVENOG TURIZMA

PLANIRANI IZNOS:	60.000 EUR
IZMJENA PLANIRANOG IZNOSA:	60.000 EUR
POVEZANOST S INICIJATIVOM:	3. Inicijativa Premium Croatia ,4. Inicijativa PPS+", 5. Inicijativa Program „Manje poznate destinacije”

Navedena stavka nema izmjena i dopuna.

2.3.3. PODRŠKA PROJEKTIMA NAUTIČKOG TURIZMA

PLANIRANI IZNOS:	105.000 EUR
IZMJENA PLANIRANOG IZNOSA:	131.000 EUR
POVEZANOST S INICIJATIVOM:	3. Inicijativa Premium Croatia ,4. Inicijativa PPS+", 5. Inicijativa Program „Manje poznate destinacije”

Podrška inicijativama razvoja riječnog kruzinga

Planirana suradnja iz 2025. godine s tvrtkom Ancoris d.o.o. na izradi dokumenta Akcijskog i marketingovog plana unaprjeđenja i jačanja proizvoda nautičkog turizma na unutarnjim vodama Republike Hrvatske prolongirana je na prvi kvartal 2026. godine, što za posljedicu ima povećanje iznosa na ovoj stavci u ovoj godini. Dokumentom se planiraju valorizirati prirodni i prostorni potencijali rijeka i jezera radi razvoja posebnih, održivih oblika turizma vezanih uz plovidbu i aktivnosti na unutarnjim vodama RH.

Podrška projektima nautičkog turizma

Sklopljena je poslovna suradnja na organizaciji Dalmatia Boat Show-a koji se održao od 16. do 19. travnja 2026. u Marini Baotić u Segetu Donjem. Sajam se etablirao u jedno od vodećih događanja u području promocije i razvoja nautičkog turizma u Republici Hrvatskoj. Također je sklopljena poslovna suradnja na organizaciji međunarodne konferencije Women in Nautica koja će se održati 3. i 4. prosinca 2026. u Poreču. Konferencija predstavlja važnu platformu usmjerenu na promicanje uključivosti i ravnopravnosti u nautičkom turizmu i pomorskoj industriji.

Ostale stavke nemaju izmjena i dopuna.

2.3.4. PODRŠKA RAZVOJU DESTINACIJSKIH MENADŽMENT KOMPANIJA (DMK)

PLANIRANI IZNOS:	320.000 EUR
IZMJENA PLANIRANOG IZNOSA:	374.750 EUR
POVEZANOST S INICIJATIVOM:	/

Javni poziv za potpore programima DMK

HTZ je krajem 2025. g. raspisala Javni poziv za razvoj programa destinacijskih menadžment kompanija u 2026. g. predmet kojeg je dodjela novčanih sredstava za razvoj, unaprjeđenje i tržišno pozicioniranje složenih turističkih proizvoda namijenjenih ciljanim skupinama strateškog i visokog prioriteta. Turističko vijeće HTZ-a je 23. ožujka 2026. donijelo Odluku o dodjeli potpora male vrijednosti namijenjenih razvoju programa destinacijskih menadžment kompanija u 2026. za 32 agencije/DMK u ukupnom iznosu od 320.000 EUR, čime se osigurava dodatnih 40.000 eura u odnosu na inicijalno planirano GPR-om.

Suradnja s UHPA

UHPA je partner u provođenju Javnog poziva za razvoj programa destinacijskih menadžment kompanija, osigurava opću i savjetodavnu podršku, organizira pripremni seminar te provodi kontrolne audite sukladno odredbama Javnog poziva. S obzirom da je Javni poziv za DMK u 2025. g. raspisan kasnije nego je inicijalno planirano, ugovorene aktivnosti nisu realizirane u jednoj kalendarskoj godini. Slijedom navedenog, krajem prošle godine potpisan je aneks ugovora s UHPA-om te definirana nova dinamika plaćanja sukladno kojoj je drugu polovicu iznosa suradnje potrebno podmiriti do kraja 2026. g.

2.3.5. SURADNJA S UDRUŽENJIMA TURISTIČKE INDUSTRIJE

PLANIRANI IZNOS:	90.000 EUR
IZMJENA PLANIRANOG IZNOSA:	93.500 EUR
POVEZANOST S INICIJATIVOM:	3. Inicijativa "Premium Croatia", 4. Inicijativa PPS+"

Suradnja s Hrvatskom udrugom profesionalaca kongresnog turizma

U suradnji s HUPKT-om nastavlja se provedba programa Hrvatski kongresni ambasadori (HKA), čiji je cilj identificirati, motivirati i educirati vodeće hrvatske stručnjake iz različitih područja te ih potaknuti na aktivno djelovanje u međunarodnim stručnim i poslovnim krugovima. Program doprinosi povećanju broja međunarodnih skupova u Hrvatskoj, jačanju prepoznatljivosti zemlje kao destinacije poslovnog turizma te podizanju svijesti o važnosti ove grane za gospodarski i društveni razvoj. Jednom godišnje održava se okupljanje kongresnih ambasadora uz sudjelovanje članova Savjeta HKA programa, predstavnika HTZ-a, HUPKT-a, Turističkih zajednica Zagreba, Dubrovnika i Opatije te koordinatora programa. Očekuje se veći trošak organizacije ovog godišnjeg susreta uslijed većeg broja kongresnih ambasadora i porasta troškova ugostiteljskih usluga.

Ostale stavke nemaju izmjena i dopuna.

2.3.6. POSLOVNI TURIZAM

PLANIRANI IZNOS:	5.000 EUR
IZMJENA PLANIRANOG IZNOSA:	5.000 EUR
POVEZANOST S INICIJATIVOM:	3. Inicijativa "Premium Croatia", 4. Inicijativa PPS+"

Navedena stavka nema izmjena i dopuna.

A full-page background image featuring a sailboat on the water during a sunset or sunrise. The sky is filled with dramatic, orange-hued clouds. The water reflects the low sun, creating a shimmering effect. In the background, a rugged, rocky coastline is visible. A white rectangular box is overlaid on the right side of the image, containing the title text.

Komunikacija i oglašavanje

3 KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE

		PLAN 2026.	IZMJENE I DOPUNE 2026.
3.1.	DEFINIRANJE BRENDING SUSTAVA I BREND ARHITEKTURE	160.000 EUR	75.000 EUR
3.2.	OGLAŠAVANJE DESTINACIJSKOG BRENDIA, TURISTIČKE PONUDE I PROIZVODA	12.360.000 EUR	12.722.000 EUR
3.3.	ODNOSI S JAVNOŠĆU	1.870.000 EUR	1.944.500 EUR
3.4.	MARKETINŠKE I POSLOVNE SURADNJE	9.689.139 EUR	9.337.879 EUR
3.5.	SAJMOVI, POSEBNE PREZENTACIJE I POSLOVNE RADIONICE	4.078.250 EUR	4.106.070 EUR
3.6.	SURADNJA S ORGANIZATORIMA PUTOVANJA	358.000 EUR	373.000 EUR
3.7.	KREIRANJE PROMOTIVNOG MATERIJALA	1.030.000 EUR	1.435.611 EUR
3.8.	INTERNETSKE STRANICE	703.156 EUR	640.156 EUR
3.9.	KREIRANJE I UPRAVLJANJE BAZAMA TURISTIČKIH PODATAKA	161.581 EUR	161.581 EUR
3.10.	TURISTIČKO-INFORMATIVNE AKTIVNOSTI	15.000 EUR	0 EUR
3.	UKUPNO	30.425.126 EUR	30.795.797 EUR

3.1 Definiranje branding sustava i brend arhitekture

3.1.1. IZRADA BREND ARHITEKTURE I KREATIVNOG KONCEPTA BRENDIA

PLANIRANI IZNOS: 160.000 EUR

IZMJENA PLANIRANOG IZNOSA: 75.000 EUR

POVEZANOST S INICIJATIVOM: 6. Inicijativa za veliku ideju i vizual Brenda,
7. Inicijativa za nacionalni sustav brendova i sustav oznaka

Izrada idejnih rješenja i kreativnih koncepata brenda hrvatskog turizma

Obzirom da se pristupilo snimanju novog promotivnog videa za promociju hrvatskog turizma, dio aktivnosti vezanih za provedbu i analizu te pripremne radnje za razvoj novog krovnog komunikacijskog koncepta i slogana Hrvatske kao turističke destinacije neće se realizirati. I dalje će se prema inicijalnom planu razvijati kreativni koncepti za kampanje u 2026. g. (Brand i PPS kampanja, nautička kampanja, komunikacijski okvir promo aktivnosti povodom nastupa hrvatske reprezentacije na Svjetskom nogometnom prvenstvu i Early booking kampanja).

Izrada vizualnog identiteta hrvatskog turizma

Planirana tržišna analiza i pripremne radnje za izradu novog vizualnog identiteta Hrvatske kao turističke destinacije neće se ove godine realizirati. Umjesto toga, pristupilo se izradi kreativnog koncepta i produkcije novog promotivnog videa hrvatskog turizma koji će kasnije poslužiti i kao osnova za kreiranje ostalih komunikacijskih kampanja u nadolazećem razdoblju.

Definiranje brending sustava i brend arhitekture

Kako je izrada nacionalnog sustava brendova i oznaka uvelike povezana i ovisi o novom krovnom komunikacijskom konceptu, ista se neće realizirati u ovoj godini radi osiguravanja pune usklađenosti s novim strateškim marketinškim planom hrvatskog turizma i krovnim komunikacijskim konceptom, čime će se izbjeći fragmentacija identiteta i osigurati dugoročna održivost sustava oznaka na nacionalnoj razini.

3.2 Oglašavanje destinacijskog brenda, turističke ponude i proizvoda

3.2.1. OPĆE OGLAŠAVANJE I TRŽIŠNE AKTIVNOSTI

PLANIRANI IZNOS: **9.360.000 EUR**

IZMJENA PLANIRANOG IZNOSA: **9.722.000 EUR**

POVEZANOST S INICIJATIVOM: 4. Inicijativa PPS+, 8. Integrirani komunikacijski program, 9. Inicijativa za komunikaciju u destinaciji

Promidžbene kampanje i projektne suradnje na inozemnim tržištima

Dodatno planirana sredstva odnose se na marketinšku kampanju “Worth every second of your time” s ciljem povećanja prepoznatljivosti Hrvatske kao konkurentne destinacije, koja će se provoditi tijekom lipnja i srpnja 2026. godine. Kampanja ima za cilj povećanje prepoznatljivosti Hrvatske kao konkurentne destinacije na ključnim emitivnim tržištima Italije, Njemačke, Austrije, Mađarske, Češke, Slovačke i Poljske. Kampanja će uključivati različite oglašivačke aktivnosti prilagođene specifičnostima svakog pojedinog tržišta, s naglaskom na isticanju širokog raspona turističkih proizvoda – kulture, prirodnih ljepota, eno gastronomije i autentičnosti lokalnog načina života u kontekstu dobre vrijednosti za uloženo („worth it“ percepcija), kvalitetnog i promišljenog odabira te pametnog putovanja koje Hrvatska pruža posjetiteljima.

Također, provodit će se aktivnosti oglašavanja novog image videa “CROATIA - I hear it's beautiful” na UK tržištu kao i ostalim emitivnim tržištima putem zakupa online mainstream medija.

Promidžbene kampanje na domaćem tržištu

Dio planiranih sredstava s ove stavke prenamijenit će se za financiranje dodatnih projektnih suradnji s domaćim medijima. Ostatak planiranih sredstava utrošit će se kako je i planirano, za kampanju koja istovremeno informira pružatelje usluga, ali i njihove korisnike s domaćeg tržišta, o prednostima korištenja oznake “Local host”.

Projektna suradnja s domaćim medijima

Uslijed povećanog broja zahtjeva za visokokvalitetnim projektnim suradnjama s domaćim medijima koje među ostalim obuhvaćaju i posebne projektne suradnje vezane uz oglašavanje Local Host kampanje, usmjerene na promicanje vrijednosti autentičnosti, održivosti i lokalnog identiteta u turizmu uz raznovrsne formate oglašavanja, uključujući specijalizirani microsite, native oglašavanje, suradnje s influencerima te podcast sadržaje, planira se povećanje sredstava u odnosu na planirano GPR-om.

Ostale stavke nemaju izmjena i dopuna.

Posebni marketinški projekti oglašavanja

Na predmetnoj aktivnosti dolazi do povećanja planiranog iznosa u odnosu na planirana sredstva GPR-om, zbog provođenja aktivnosti oglašavanja novog image videa "CROATIA - I hear it's beautiful" na emitivnim tržištima (USA, Poljska, Njemačka, Italija) putem zakupa oglasnog prostora u medijima.

Ostale stavke nemaju izmjena i dopuna.

3.2.2. ONLINE OGLAŠAVANJE

PLANIRANI IZNOS:	3.000.000 EUR
IZMJENA PLANIRANOG IZNOSA:	3.000.000 EUR
POVEZANOST S INICIJATIVOM:	4. Inicijativa PPS+, 8. Integrirani komunikacijski program

Navedena stavka nema izmjena i dopuna.

3.3 Odnosi s javnošću

3.3.1. GLOBALNI PR

PLANIRANI IZNOS:	1.490.000 EUR
IZMJENA PLANIRANOG IZNOSA:	1.490.000 EUR
POVEZANOST S INICIJATIVOM:	8. Integrirani komunikacijski program

Navedena stavka nema izmjena i dopuna.

3.3.2. STUDIJSKA PUTOVANJA ZA INOZEMNE NOVINARE

PLANIRANI IZNOS:	300.000 EUR
IZMJENA PLANIRANOG IZNOSA:	350.000 EUR
POVEZANOST S INICIJATIVOM:	4. Inicijativa PPS+

Dodatno planirana sredstva odnose se na putovanja influencera iz najznačajnijih emitivnih tržišta u hrvatske destinacije vezano uz marketinšku kampanju "Worth every second of your time" kao i "CROATIA - I hear it's beautiful".

3.3.3. DOMAĆI PR

PLANIRANI IZNOS:	80.000 EUR
IZMJENA PLANIRANOG IZNOSA:	104.500 EUR
POVEZANOST S INICIJATIVOM:	8. Integrirani komunikacijski program

U okviru aktivnosti planirana je organizacija putovanja hrvatskih novinara na događanja u organizaciji HTZ-a ili na kojima HTZ sudjeluje u zemlji i inozemstvu, poput sajmova, poslovnih radionica, posebnih događanja, prezentacija i dr. Uslijed povećanja cijena smještaja i aviokarata, kao i povećanog interesa hrvatskih medija za navedene aktivnosti, potrebno je osigurati više sredstava od inicijalno planiranih GPR-om. Povećanje planiranog iznosa odnosi se i na jačanje PR projekata i medijskih suradnji na domaćem tržištu namijenjenih povećanju vidljivosti i učinkovitijoj komunikaciji s hrvatskim medijima u uvjetima pojačanog interesa i dinamičnih okolnosti.

3.4 Marketinške i poslovne suradnje

3.4.1. MARKETINŠKE SURADNJE S PUTNIČKIM AGENCIJAMA I PRIJEVOZNICIMA

PLANIRANI IZNOS:	4.500.000 EUR
IZMJENA PLANIRANOG IZNOSA:	4.614.500 EUR
POVEZANOST S INICIJATIVOM:	Inicijativa PPS+

Strateška partnerstva s organizatorima putovanja i prijevoznicima

Turističko vijeće je 17. veljače 2026. donijelo Odluku o provedbi marketinške suradnje sa strateškim partnerima u 2026. godini, kao što su aviokompanije, turoperator i ostali prijevoznici, među kojima su EasyJet, Eurowings, Ryanair, Lufthansa Group, United Airlines, KLM, LOT, Jet2holidays, TUI i drugi, u ukupnom iznosu od 3.364.500 EUR. Istom Odlukom definirano je da se razlika sredstava do ukupno planiranih u javnom pozivu u iznosu od 35.500 EUR prerasporedi na aktivnosti planirane na drugim stavkama Marketinških i poslovnih suradnji.

Posebne marketinške aktivnosti i projekti

Uzimajući u obzir aktualna turistička kretanja, stanje na emitivnim tržištima te šire globalne okolnosti, kontinuirano se razmatraju mogućnosti uspostave novih i proširenja postojećih suradnji s avio prijevoznicima, prijevoznicima i touroperatorima. Sukladno navedenom, planira se potencijalno povećanje obujma promotivnih aktivnosti na odabranim tržištima, u skladu s identificiranim potrebama i prilikama.

Ostale stavke nemaju izmjena i dopuna.

3.4.2. MARKETINŠKE SURADNJE S HRVATSKIM SPORTSKIM SAVEZIMA

PLANIRANI IZNOS:	2.055.000 EUR
IZMJENA PLANIRANOG IZNOSA:	1.555.000 EUR
POVEZANOST S INICIJATIVOM:	/

Turističko vijeće donijelo je 30. travnja 2026. Odluku o statusu suradnje s Hrvatskim skijaškim savezom kojom se do daljnjega obustavlja ugovorena marketinška suradnja i raskida postojeći Ugovor o marketinškoj suradnji s Hrvatskim skijaškim savezom radi nanošenja reputacijske štete od strane partnera. Sredstva planirana za ovu suradnju preusmjerit će se na druge aktivnosti HTZ-a, a sve u skladu sa zakonskim zadaćama HTZ-a.

3.4.3. MARKETINŠKE SURADNJE S ORGANIZATORIMA DOGAĐANJA

PLANIRANI IZNOS:	2.320.000 EUR
IZMJENA PLANIRANOG IZNOSA:	2.310.000 EUR
POVEZANOST S INICIJATIVOM:	/

TOP događanja

Turističko vijeće je 17. veljače 2026. temeljem provedenog javnog poziva donijelo Odluku o odobrenju sredstava za provedbu marketinške suradnje s 25 organizatora TOP događanja u 2026. godini u iznosu od 535.000 eura. GPR-om je za navedeni poziv bio planiran iznos od 500.000 eura stoga je istom Odlukom definirano da će se dodatna sredstva u iznosu od 35.000 EUR osigurati preraspodjelom sa stavke Ostale

marketinške suradnje s organizatorima događanja. U konačnici je planirana suradnja s 23 organizatora TOP događanja zbog nerealiziranih suradnji s organizatorima dva TOP događanja održanih u prvoj polovici godine.

Na stavci A916060 „Ultra Europe Music Festival 2026.“ Državnog proračuna za suradnju s navedenim partnerom planiran je iznos od 750.000 eura. Međutim, 16. lipnja 2026. sklopljen je Ugovor o sufinanciranju turističke promidžbe Republike Hrvatske kroz podršku projektu Ultra Europe za 2026. godinu kojim su HTZ-u isplaćena sredstva za suradnju u iznosu od 675.000 eura, te je sukladno navedenom Ugovoru potrebno umanjiti ukupan iznos planirane suradnje.

Ostale marketinške suradnje s organizatorima događanja

Zbog povećanog broja zahtjeva organizatora kvalitetnih događanja planira se povećanje sredstava na ovoj stavci, budući da takva događanja značajno doprinose obogaćivanju turističke ponude, poticanju potrošnje te razvoju destinacije.

3.4.4. OSTALE MARKETINŠKE SURADNJE

PLANIRANI IZNOS:	440.000 EUR
IZMJENA PLANIRANOG IZNOSA:	440.000 EUR
POVEZANOST S INICIJATIVOM:	/

Navedena stavka nema izmjena i dopuna.

3.4.5. POSLOVNE SURADNJE S DRUGIM NTO I MEĐUNARODNIM ORGANIZACIJAMA ILI UDRUŽENJIMA

PLANIRANI IZNOS:	60.000 EUR
IZMJENA PLANIRANOG IZNOSA:	60.000 EUR
POVEZANOST S INICIJATIVOM:	/

Navedena stavka nema izmjena i dopuna.

3.4.6. OSTALE POSLOVNE SURADNJE

PLANIRANI IZNOS:	255.000 EUR
IZMJENA PLANIRANOG IZNOSA:	292.750 EUR
POVEZANOST S INICIJATIVOM:	3. Inicijativa “Premium Croatia”, 4. Inicijativa PPS+

Suradnja s diplomatskim i konzularnim uredima RH

U cilju jačanja međunarodne vidljivosti Republike Hrvatske te promocije cjelovite turističke ponude Republike Hrvatske, u 2026. g. nastaviti će se kontinuirana suradnja s diplomatskim i konzularnim uredima Republike Hrvatske kao i stalnim misijama Republike Hrvatske u svijetu. Povećanje planiranog iznosa odnosi se na dodatne suradnje vezane uz “Proslavu Dana Europe 2026.” koja se 9. svibnja 2026. tradicionalno održala u prostoru Vijeća Europske unije u Bruxellesu u suradnji sa Stalnim predstavništvom Republike Hrvatske pri EU te uz proslavu Dana državnosti RH u Budimpešti, koja se planira održati 26. svibnja 2026. u prostoru Mađarskog nacionalnog muzeja u Budimpešti.

Suradnja s Hrvatima izvan Republike Hrvatske

Planiraju se dodatne suradnje s organizatorima projekata kao što su Vukovar Business Forum, glazbeno

i duhovno događanje hrvatskog iseljništva „Doma je najljepše – Vjera, Obitelj, Domovina“ u koncertnoj dvorani Vatroslava Lisinskog i 1. svjetske iseljeničke igre zajedništva u Splitu & Braču.

Poslovne suradnje MICE

Osim prethodno odobrenih poslovnih suradnji, tijekom godine dodatno su zaprimljeni prijedlozi suradnji s organizatorima poslovnih događanja uslijed čega je potrebno osigurati dodatna sredstva na ovoj aktivnosti. Primjerice, planira se suradnja vezana za konferenciju “ISABS and Mayo Clinic 14th Conference: Advances in Application of AI in Precision Medicine”, koja se održava svake dvije godine, a ove godine od 15. do 19. lipnja 2026. u Dubrovniku. Međunarodno društvo primijenjenih bioloških znanosti (ISABS) u suradnji s američkom institucijom Mayo Clinic prepoznatljivi su na globalnom nivou u području personalizirane medicine te forenzičke i antropološke genetike. Očekuje se oko 500 sudionika iz 40-tak država.

3.4.7. POSLOVNE SURADNJE NA EU PROJEKTIMA

PLANIRANI IZNOS:	59.139 EUR
IZMJENA PLANIRANOG IZNOSA:	65.629 EUR
POVEZANOST S INICIJATIVOM:	23. Inicijativa poticanja udruživanja sredstava

EU Interreg projekti

HTZ aktivno sudjeluje u okviru programa Interreg, s ciljem razvoja prekogranične suradnje i jačanja uloge turizma u gospodarskom i društvenom razvoju. Sukladno ažuriranom planu provedbe, dio aktivnosti planiranih u okviru kasnijeg razdoblja projekta realizirat će se ranije, tijekom 2026. godine, bez promjene ukupno odobrenog budžeta projekta. To se prije svega odnosi na nabavu AI alata i pripadajuće platforme te na organizaciju dodatnog sastanka projektnog konzorcija radi operativnog usklađivanja i koordinacije provedbe.

Ostale stavke nemaju izmjena i dopuna.

3.5 Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice

3.5.1. OPĆI SAJMOVI

PLANIRANI IZNOS:	2.166.500 EUR
IZMJENA PLANIRANOG IZNOSA:	2.073.000 EUR
POVEZANOST S INICIJATIVOM:	/

Sajamski nastupi u organizaciji HTZ-a

Sukladno GPR-u HTZ planira nastupiti na 8 općih turističkih sajмова u 2026. g. Trošak sajamskog nastupa sastoji se od troška zakupa prostora, uređenja štanda, putovanja osoblja štanda, prijevoza materijala i ostalih troškova (struja i voda, vješanja konstrukcije, prijave suizlagača, prijava za sajam, odvoz smeća sa štanda, čišćenje štanda, čišćenje uniformi, ugostiteljske usluge na štandu, dodatni sadržaji i slično). Trošak također obuhvaća i iznos predujmova za sajmove koji se održavaju početkom iduće godine, a koje je potrebno podmiriti u ovoj godini.

Očekivana je manja realizacija u odnosu na planirano GPR-om uslijed sljedećih promjena:

Zbog kontinuiranog pada kvalitete, smanjenog broja izlagača i posebice posjetitelja te neizvjesnosti budućeg koncepta, odustaje se od nastupa na sajmu Vakantiebeurs u Utrechtu u 2027. godini, stoga iznos

za 2026. g. obuhvaća isključivo realni trošak predstavljanja na sajmu u siječnju 2026. g. bez predujma za iduću godinu.

Na sajmu Alpe-Adria održanom u veljači u Ljubljani je, kroz koordiniranu suradnju Hrvatske turističke zajednice i turističkih zajednica županija, realiziran dodatni sadržaj na štandu uz veći udio sufinanciranja partnera te je ostvarena ušteda u odnosu na planirano GPR-om.

Na sajmu CMT održanom u siječnju u Stuttgartu realiziran je manji trošak od planiranog zbog ostvarenih ušteda na putnim troškova djelatnika na štandu.

S druge strane, na sajmu WTM koji će se održati u studenom u Londonu zbog povećanja kvadrature HTZ štanda radi promjene na bolju poziciju u hali potreban je angažman većeg broja informatora. Također je uključen porast cijene zakupa od strane organizatora.

Sajamski nastupi u organizaciji predstavništava HTZ-a

Tijekom godine očekuje se ostvarenje uštede na sajamskim nastupima u organizaciji predstavništava HTZ-a zbog promjene u modelu podjele troškova sa suizlagačima na pojedinim sajmovima. Ti troškovi se sada dijele sa suizlagačima na način da organizator sajma izravno izdaje račune suizlagačima za njihov dio troškova zakupa i pripadajućih usluga, dok je prije HTZ na sebe preuzimala cjelokupni trošak, a suizlagači su HTZ-u refundirali njihov dio troškova. Uštede su posljedica i promjene opsega realizacije pojedinih sajamskih nastupa, kao i do odabira novih nastupa uslijed novonastalih tržišnih prilika, prvenstveno na tržištima Švicarske i Italije. U 2026. g. planiran je nastup na 22 opća turistička sajma.

Tablica 4. Popis općih sajmova u organizaciji predstavništava HTZ-a

RB	TRŽIŠTE	GRAD	SAJAM	DATUM
1	AUSTRIJA	Beč	Reisesalon	13.-15.11.2026.
2	ČEŠKA	Prag	Holiday World & Region World 2026	12.-14.03.2026.
3	DANSKA	Kopenhagen	The Quality Travel by Nomads	23.-25.10.2026.
4	FINSKA	Helsinki	Matka Travel Fair	15.-18.01.2026.
5	FRANCUSKA	Toulouse	Occ'ygène	27.-29.03.2026.
6	FRANCUSKA	Clermont-Ferrand	Salon des Voyages	28.02.-01.03.2026.
7	FRANCUSKA	Colmar	Salon International	06.-08.11.2026.
8	ITALIJA	Napulj	BMT	12.-14.03.2026.
9	ITALIJA	Rimini	TTG Travel Experience	14.-16.10.2026.
10	MAĐARSKA	Budimpešta	Utazas	19.-22.02.2026.
11	NR KINA	Šangaj	ITB China	26.-28.05.2026.
12	NR KINA	Guangzhou	Guangzhou CITIE	12.-14.09.2026.
13	NR KINA	Guilin	China ASEAN Tourism EXPO	19.-21.09.2026.

14	NR KINA	Chongoing	Chongoing Culture and Tourism EXPO	01.-03.11.2026.
15	NR KINA	XI'AN	Silk Road Culture and Tourism EXPO	18.-20.04.2026.
16	NJEMAČKA	Köln	RDA	28.-29.04.2026.
17	POLJSKA	Varšava	Międzynarodowe Targi Turystyczne ITTF	19.-21.11.2026
18	SAD	New York	Travel & Adventure Show New York	24.-25.01.2026.
19	SAD	Chicago	Travel & Adventure Show Chicago	21.-22.02.2026.
20	SLOVAČKA	Bratislava	ITF SlovakiaTour	29.-31.01.2026.
21	ŠVEDSKA	Stockholm	Seniordagen	05.05.2026.
22	ŠVICARSKA	Zürich	FESPO	29.01.-01.02.2026.

Podrška sajamskim nastupima

Prilikom realizacije nastupa na Međunarodnom zelenom sajmu u Berlinu ostvarena je ušteda u odnosu na planirano zbog podjele troškovima s TZ Zagrebačke županije.

3.5.2. SPECIJALIZIRANI SAJMOVI

PLANIRANI IZNOS:	1.013.000 EUR
IZMJENA PLANIRANOG IZNOSA:	978.000 EUR
POVEZANOST S INICIJATIVOM:	/

Nastupi na specijaliziranim sajmovima u organizaciji HTZ-a

Tijekom godine očekuje se ostvarenje uštede na sajamskim nastupima u organizaciji predstavništava HTZ-a zbog promjene u modelu podjele troškova sa suizlagačima na pojedinim sajmovima. Ti troškovi se sada dijele sa suizlagačima na način da organizator sajma izravno izdaje račune suizlagačima za njihov dio troškova zakupa i pripadajućih usluga, dok je prije HTZ na sebe preuzimala cjelokupni trošak, a suizlagači su HTZ-u refundirali njihov dio troškova. Uštede su posljedica i promjene opsega realizacije pojedinih sajamskih nastupa, kao i do odabira novih nastupa uslijed novonastalih tržišnih prilika, prvenstveno na tržištima Švicarske, Njemačke i Francuske. U 2026. g. planiran je nastup na 13 specijaliziranih turističkih sajmova.

Tablica 5. Popis općih sajmova u organizaciji predstavništava HTZ-a

RB	TRŽIŠTE	GRAD	SAJAM	DATUM
1	AUSTRIJA	Tulln an der Donau	Austrian Boat Show - Boot Tulln	26.02.-01.03.2026.
2	BELGIJA	Gent	F&W sajam	28.02.-01.03.2026.
3	FRANCUSKA	Montpellier	Salon Voyage Aventure	25.-28.06.2026.
4	ITALIJA	Padova	Fiera del cicloturismo	27.-29.03.2026.
5	ITALIJA	Bolzano	Tempo libero	16.-19.04.2026.

6	ITALIJA	Genova	Salone Nautico di Genova	01.-06.10.2026.
7	NIZOZEMSKA	Utrecht	F&W sajam	13.-15.02.2026.
8	NIZOZEMSKA	Utrecht	KCI	30.09.-04.10.2026.
9	NJEMAČKA	Essen	Camping e Reise	25.02-01.03.2026.
10	SAD	Annapolis	Annapolis Sailboat Show	08.-11.10.2026.
11	SLOVAČKA	Nitra	Caravan Bike Travel	06.-08.03.2026.
12	ŠVEDSKA	Jönköping	Elmia Husvagn & Husbil	09.-13.09.2026.
13	UK	Southampton	Southampton Boat Show	11.-20.09.2026.

Ostale stavke nemaju izmjena i dopuna.

3.5.3. PREZENTACIJE I POSLOVNE RADIONICE

PLANIRANI IZNOS: **398.750 EUR**

IZMJENA PLANIRANOG IZNOSA: **542.070 EUR**

POVEZANOST S INICIJATIVOM: 3. Inicijativa "Premium Croatia", 4. Inicijativa PPS+

Sell radionice

Planirana Sell radionica u Australiji neće se održati te je zbog toga ostvarena ušteda. U odnosu na planirano GPR-om, dodatno je u veljači realizirana Sell radionica u Sarajevu. Skladno planu, do kraja godine planira se provedba tri radionice na skandinavskom tržištu, kao i tradicionalne radionice u Pragu i Budimpešti, nautička radionica u Parizu te radionice u Napulju i Torinu.

Posebne prezentacije u organizaciji HTZ-a

U odnosu na planirano GPR-om uvećana su sredstva za prezentaciju povodom obilježavanja 25. godina predstavništva HTZ-a u Bruxellesu (Belgija) u listopadu 2026. Također, povećana su sredstva za organizaciju događanja u Alexandriji (u blizini Washington D.C.) 13. lipnja s ciljem promocije Hrvatske na američkom tržištu te jačanja odnosa s ključnim partnerima i dionicima, a povodom održavanja Svjetskog nogometnog prvenstva u SAD-u.

Posebne prezentacije u organizaciji predstavništava

Očekivana ukupna realizacija do kraja godine viša je u odnosu na planirano uslijed novih tržišnih okolnosti i prilika koje su se otvorile na pojedinim tržištima, ponajprije Austriji, Francuskoj i Kini. Dio raspoloživih sredstava s drugih stavki prenamijenjen je na intenziviranje B2C promotivnih aktivnosti, organizaciju dodatnih prezentacija za ciljanu publiku te ostvarivanje izravnih kontakata sa širim krugom potencijalnih korisnika, s ciljem povećanja vidljivosti destinacije i poticanja potražnje.

Zdravstveni turizam b2b aktivnosti

Pod brendom Health Tourism Croatia u suradnji s Ministarstvom zdravstva, MINTS te HGK organizirano je zajedničko predstavljanje hrvatskih subjekata zdravstvenog turizma u okviru Medical & Health Paviliona na sajmu ITB Berlin što nije bilo inicijalno planirano GPR-om. U tom je okviru prvi put realiziran nastup na sajmu u ovako snažnom i koordiniranom obliku, na prostoru od 27 m², s čak 13 suizlagača, što

je do sada bio najveći štand hrvatskog zdravstvenog turizma na ovom sajmu. Uz izložbeni dio, hrvatski su predstavnici sudjelovali i na više stručnih panela, s ciljem dodatne promocije i pozicioniranja zdravstvenog turizma Hrvatske na međunarodnom tržištu.

Ostale stavke nemaju izmjena i dopuna.

3.5.4. DOGAĐANJA

PLANIRANI IZNOS:	500.000 EUR
IZMJENA PLANIRANOG IZNOSA:	513.000 EUR
POVEZANOST S INICIJATIVOM:	/

Zlatna penkala

Ovogodišnja Zlatna penkala održana je po 22. puta u suradnji te uz podršku domaćina TZ Kvarnera. Na svečanoj dodjeli nagrada koja se održala 16. travnja 2026. godine u Hilton Rijeka Costabella Beach Resort & Spa hotelu, kao i na pratećem studijskom putovanju sudjelovalo je 23 inozemnih predstavnika medija iz 14 zemalja. Povećani troškovi organizacije događanja posljedica su globalnih okolnosti koje su utjecale na troškove organizacije i usluga te dolazaka i odlazaka u destinaciju.

Ostale stavke nemaju izmjena i dopuna.

3.6 Suradnja s organizatorima putovanja

3.6.1. STUDIJSKA I INSPEKCIJSKA PUTOVANJA AGENATA

PLANIRANI IZNOS:	140.000 EUR
IZMJENA PLANIRANOG IZNOSA:	131.400 EUR
POVEZANOST S INICIJATIVOM:	4. Inicijativa PPS+

Očekivano ostvarenje na ovoj stavci je umanjeno za iznos projekta BUY Croatia čija je realizacija prikazana na stavci BUY Croatia.

3.6.2. BUY CROATIA

PLANIRANI IZNOS:	0 EUR
IZMJENA PLANIRANOG IZNOSA:	8.600 EUR
POVEZANOST S INICIJATIVOM:	/

U organizaciji HTZ-a i TZ Istarske županije od 24. do 29. siječnja 2026. g. 29 kineskih turističkih agenata sudjelovalo je u studijskom programu u Istri. U okviru putovanja održana je radionica Buy Croatia u Novigradu na kojoj su sudjelovala i 34 hrvatska privredna subjekta. Sredstva su osigurana sa stavke Studijska i inspekcijska putovanja agenata.

3.6.3. STUDIJSKA I INSPEKCIJSKA PUTOVANJA ORGANIZATORA KONGRESA I OSTALE MICE PONUDE

PLANIRANI IZNOS:	10.000 EUR
IZMJENA PLANIRANOG IZNOSA:	10.000 EUR
POVEZANOST S INICIJATIVOM:	3. Inicijativa "Premium Croatia", 4. Inicijativa PPS+

Navedena stavka nema izmjena i dopuna.

3.6.4. PREZENTACIJE U SURADNJI SA STRANIM TO/TA NA INOZEMNIM TRŽIŠTIMA

PLANIRANI IZNOS:	208.000 EUR
IZMJENA PLANIRANOG IZNOSA:	223.000 EUR
POVEZANOST S INICIJATIVOM:	/

Do sada je realizirano 14 različitih B2B suradnji na tržištima Beneluxa, Francuske, Italije, Mađarske, Njemačke, SAD-a, Skandinavije i UK. Do kraja godine se očekuje realizacija preostalih planiranih prezentacija. Očekivana realizacija je viša u donosu na planirano uslijed novih tržišnih okolnosti i prilika koje su se otvorile na pojedinim tržištima, prvenstveno Njemačke, Beneluxa i Italije. Raspoloživa sredstva s drugih stavaka prenamijenjena su upravo na B2B promotivne i prodajne aktivnosti, ciljane prezentacije i izravne kontakte s ključnim partnerima. Cilj preraspodjele je osigurati veću vidljivost Hrvatske na prioritetnim tržištima, potaknuti dolaske u pred i sezoni te dodatno doprinijeti povećanju prodaje i jačanju tržišne pozicije destinacije.

3.7 Kreiranje promotivnog materijala

3.7.1. PRODUKCIJA SADRŽAJA ZA PROMOCIJU BRENDA HRVATSKA

PLANIRANI IZNOS:	910.000 EUR
IZMJENA PLANIRANOG IZNOSA:	1.298.611 EUR
POVEZANOST S INICIJATIVOM:	6. Inicijativa za veliku ideju i vizual brenda

Produkcija materijala za promotivne kampanje

Dodatno planirana sredstva odnose se na produkciju i jezičnu prilagodbu materijala za marketinšku kampanju “Worth every second of your time” s ciljem povećanja prepoznatljivosti Hrvatske kao konkurentne destinacije na ključnim emitivnim tržištima te produkciju materijala za kampanju povodom Svjetskog nogometnog prvenstva.

Foto i video snimanje destinacija, turističkih proizvoda i koncepata

Prema provedenom Javnom pozivu za snimanje i izradu imidž videa za promociju hrvatskog turizma te Javnom pozivu za iskaz interesa za odabir agencije za angažman glumca u promotivnom projektu HTZ-a (Imidž video 2026.), zaprimljenim ponudama i finalno potvrđenom scenariju, Turističko vijeće donijelo je 30. travnja 2026. Odluku o odabiru produkcijske kuće Bunker d.o.o. za snimanje i izradu imidž videa za promociju hrvatskog turizma i Odluku o odabiru agencije Three Lions d.o.o. za angažman glumca u promotivnom projektu HTZ-a (Imidž video 2026.) što za posljedicu ima povećanje planiranih troškova radi potrebe angažmana dodatnih glumaca, stranih suradnika, izrade glazbe i povećanih logističkih troškova uslijed promijenjenih okolnosti tijekom snimanja. Isto je nužno kako bi se odabrani kreativni koncept promotivnog videa mogao u potpunosti realizirati kako je i inicijalno zamišljen. Dodatno, HTZ će za potrebe novih marketinških kampanja na digitalnim kanalima komunikacije naručiti produkciju dodatnih videa različitih trajanja i formata.

3.7.2. IZRADA BROŠURA I DRUGOG TISKANOG MATERIJALA

PLANIRANI IZNOS:	30.000 EUR
IZMJENA PLANIRANOG IZNOSA:	30.000 EUR
POVEZANOST S INICIJATIVOM:	4. Inicijativa PPS+

Navedena stavka nema izmjena i dopuna.

3.7.3. PRODUKCIJA SADRŽAJA ZA ODREĐENE PROJEKTNE AKTIVNOSTI

PLANIRANI IZNOS:	30.000 EUR
IZMJENA PLANIRANOG IZNOSA:	30.000 EUR
POVEZANOST S INICIJATIVOM:	/

Navedena stavka nema izmjena i dopuna.

3.7.4. IZRADA SUVENIRA I OSTALOG PROMIDŽBENOG MATERIJALA

PLANIRANI IZNOS:	60.000 EUR
IZMJENA PLANIRANOG IZNOSA:	77.000 EUR
POVEZANOST S INICIJATIVOM:	/

Povećanje planiranih sredstava rezultat je nabave specijaliziranih, limitiranih edicija publikacija koje su tematski prilagođene ključnim emitivnim tržištima i međunarodnim partnerima. Ovim putem osigurani su reprezentativni materijali koji kroz prizmu hrvatske kulture, povijesti i sportskih postignuća dodatno osnažuju brend destinacije u službenim komunikacijskim prigodama.

Ostale stavke nemaju izmjena i dopuna.

3.8 Internetske stranice

3.8.1. ODRŽAVANJE I UPRAVLJANJE INTERNETSKIM STRANICAMA

PLANIRANI IZNOS:	687.550 EUR
IZMJENA PLANIRANOG IZNOSA:	624.550 EUR
POVEZANOST S INICIJATIVOM:	4. Inicijativa PPS+, 8. Integrirani komunikacijski program

Održavanje servera (serveri, proxy)

U okviru ove aktivnosti obuhvaćene su usluge proxy rješenja, korištenje virtualne infrastrukture za sustav HTZ.hr, nabava i održavanje serverske strukture za sustav Croatia.hr i pripadajuću mobilnu aplikaciju te zakup SSL certifikata za potrebe web sustava. Ostvarena je ušteda na varijabilnom trošku razvojnih sati s partnerom A1 Hrvatska te optimizacijom troškova kroz skaliranje Microsoft Azure IAAS infrastrukture sukladno stvarnim poslovnim potrebama sustava Croatia.hr. Dodatno, trošak sigurnosnog testiranja (pentest) za sustav Croatia.hr objedinjen je s pentestom ostalih sustava te se evidentira izvan ove stavke.

Licence i alati

Ušteden je cjelokupni iznos predviđen za nabavu Dynatrace nadzornog alata, budući da će se koristiti zamjenski alat koji je besplatan.

Ostale stavke nemaju izmjena i dopuna.

3.8.2. ODRŽAVANJE I UPRAVLJANJE MOBILNOM APLIKACIJOM

PLANIRANI IZNOS:	15.606 EUR
IZMJENA PLANIRANOG IZNOSA:	15.600 EUR
POVEZANOST S INICIJATIVOM:	/

Navedena stavka nema izmjena i dopuna.

3.9 Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka

3.9.1. ODRŽAVANJE I NADOGRADNJA MULTIMEDIJALNE GALERIJE I RAZVOJ DIGITALNOG ARHIVIRANJA

PLANIRANI IZNOS:	161.581 EUR
IZMJENA PLANIRANOG IZNOSA:	161.581 EUR
POVEZANOST S INICIJATIVOM:	7. Inicijativa za nacionalni sustav brendova i oznaka 18. Inicijativa stvaranja „Laboratorija sadržaja“

Navedena stavka nema izmjena i dopuna.

3.10 Turističko-informativne aktivnosti

3.10.1. TURISTIČKA SIGNALIZACIJA

PLANIRANI IZNOS:	15.000 EUR
IZMJENA PLANIRANOG IZNOSA:	0 EUR
POVEZANOST S INICIJATIVOM:	/

S ciljem iskazivanja dobrodošlice turistima u Hrvatsku postavljaju se table dobrodošlice na graničnim prijelazima. GPR-om je planirana izrada i aplikacija novog vizuala na tablama dobrodošlice te sanacija oštećenih tabli. Od navedenih aktivnosti se odustaje do donošenja novog krovnog komunikacijskog koncepta.



Destinacijski menadžment

4 DESTINACIJSKI MENADŽMENT

	PLAN 2026.	IZMJENE I DOPUNE 2026.
4.1. TURISTIČKI INFORMACIJSKI SUSTAVI I APLIKACIJE	655.000 EUR	855.126 EUR
4.2. STRUČNI SKUPOVI I EDUKACIJE	45.000 EUR	45.000 EUR
4.3. KOORDINACIJA I NADZOR	10.000 EUR	10.000 EUR
4.4. UPRAVLJANJE KVALITETOM U DESTINACIJI	397.500 EUR	470.027 EUR
4. UKUPNO	1.107.500 EUR	1.380.153 EUR

4.1 Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor

4.1.1. EVISITOR SUSTAV

PLANIRANI IZNOS:	370.500 EUR
IZMJENA PLANIRANOG IZNOSA:	600.500 EUR
POVEZANOST S INICIJATIVOM:	/

Održavanje eVisitor sustava

Povećanje planiranih troškova proizlazi iz produljenog razdoblja paralelnog održavanja postojećeg i nadograđenog sustava eVisitor, uslijed pomicanja rokova migracije i reimplementacije sustava. Dio redovnih aktivnosti ostaje nepromijenjen, produženo održavanje postojećeg sustava rezultira dodatnim troškovima u odnosu na inicijalni plan. Istodobno, dio aktivnosti koji se odnosi na održavanje nadograđenog sustava djelomično umanjuje ukupne troškove, no navedene uštede nisu dovoljne da u cijelosti kompenziraju povećane troškove prijelaznog razdoblja, zbog čega je potrebno povećanje ukupno planiranih sredstava.

Nadogradnja eVisitor sustava

Povećanje planiranih troškova proizlazi iz pomicanja rokova migracije i reimplementacije sustava, uslijed čega je došlo do prolongacije realizacije i plaćanja preostalih faza nadogradnje aplikacije iz prethodnog razdoblja. Aktivnosti koje su bile planirane za završetak u ranijem razdoblju prenesene su u tekuće razdoblje.

4.1.2. APLIKACIJA EPRIJAVE

PLANIRANI IZNOS:	5.000 EUR
IZMJENA PLANIRANOG IZNOSA:	5.000 EUR
POVEZANOST S INICIJATIVOM:	/

Navedena stavka nema izmjena i dopuna.

4.1.3. PORTAL NAUTIKA.EVISITOR

PLANIRANI IZNOS:	25.000 EUR
IZMJENA PLANIRANOG IZNOSA:	30.000 EUR
POVEZANOST S INICIJATIVOM:	/

Nadogradnja portala nautika.eVisitor

Nadogradnja portala nautika.eVisitor uključuje planirano unaprjeđenje funkcionalnosti i korisničkog sučelja kako bi se osigurala moderna, učinkovita i intuitivna platforma za sve korisnike. U okviru ove aktivnosti provode se razvoj i implementacija novih modula, prilagodba postojećih funkcionalnosti prema potrebama korisnika, te testiranje i integracija novih rješenja u postojeći sustav. Povećanje planiranih troškova proizlazi iz potrebe za dodatnim razvojnim aktivnostima na portalu, u cilju unaprjeđenja funkcionalnosti i prilagodbe sustava operativnim potrebama korisnika.

Ostale stavke nemaju izmjena i dopuna.

4.1.4. MOBILNA APLIKACIJA EVISITOR

PLANIRANI IZNOS:	107.000 EUR
IZMJENA PLANIRANOG IZNOSA:	72.126 EUR
POVEZANOST S INICIJATIVOM:	/

Održavanje mobilne aplikacije eVisitor

Smanjenje planiranih troškova rezultat je pomicanja rokova produkcije nadograđene verzije mobilne aplikacije eVisitor, uslijed čega je smanjen opseg potrebnih usluga održavanja u tekućem razdoblju.

Razvoj mobilne aplikacije eVisitor

Smanjenje planiranih sredstava odnosi se na odustajanje od dijela planiranih razvojnih aktivnosti uslijed pomicanja rokova migracije i reimplementacije sustava, zbog čega njihova realizacija više nije predviđena u tekućem razdoblju.

4.1.5. ALATI ZA UNAPRJEĐENJE INTERNIH PROCESA I DIGITALIZACIJE

PLANIRANI IZNOS:	35.000 EUR
IZMJENA PLANIRANOG IZNOSA:	35.000 EUR
POVEZANOST S INICIJATIVOM:	21. Program unaprjeđenja internih procesa i digitalizacije

Navedena stavka nema izmjena i dopuna.

4.1.6. LICENCE ZA OSTALE APLIKACIJE

PLANIRANI IZNOS:	30.000 EUR
IZMJENA PLANIRANOG IZNOSA:	30.000 EUR
POVEZANOST S INICIJATIVOM:	21. Program unaprjeđenja internih procesa i digitalizacije

Navedena stavka nema izmjena i dopuna.

4.1.7. TROŠKOVI ZA PODRŠKU DIGITALIZACIJI INTERNIH PROCESA

PLANIRANI IZNOS:	5.000 EUR
IZMJENA PLANIRANOG IZNOSA:	5.000 EUR
POVEZANOST S INICIJATIVOM:	21. Program unaprjeđenja internih procesa i digitalizacije

Navedena stavka nema izmjena i dopuna.

4.1.8. PROJEKTI IMPLEMENTACIJE UI (AI)

PLANIRANI IZNOS:	77.500 EUR
IZMJENA PLANIRANOG IZNOSA:	77.500 EUR
POVEZANOST S INICIJATIVOM:	21. Program unaprjeđenja internih procesa i digitalizacije

Navedena stavka nema izmjena i dopuna.

4.2 Stručni skupovi i edukacije

4.2.1. STRUČNI SKUPOVI I RADIONICE

PLANIRANI IZNOS:	25.000 EUR
IZMJENA PLANIRANOG IZNOSA:	25.000 EUR
POVEZANOST S INICIJATIVOM:	16. Program edukacije

Navedena stavka nema izmjena i dopuna.

4.2.2. ČASOPIS TURIZAM

PLANIRANI IZNOS:	20.000 EUR
IZMJENA PLANIRANOG IZNOSA:	20.000 EUR
POVEZANOST S INICIJATIVOM:	16. Program edukacije

Navedena stavka nema izmjena i dopuna.

4.3 Koordinacija i nadzor

4.3.1. KOORDINACIJA TURISTIČKIH ZAJEDNICA REGIONALNE RAZINE

PLANIRANI IZNOS:	10.000 EUR
IZMJENA PLANIRANOG IZNOSA:	10.000 EUR
POVEZANOST S INICIJATIVOM:	/

Navedena stavka nema izmjena i dopuna.

4.4 Upravljanje kvalitetom u destinaciji

4.4.1. NAGRAĐIVANJE IZVRSNOSTI I DOSTIGNUĆA TURISTIČKIH DESTINACIJA

PLANIRANI IZNOS:	20.000 EUR
IZMJENA PLANIRANOG IZNOSA:	25.000 EUR
POVEZANOST S INICIJATIVOM:	/

HTZ i u ovoj godini nastavlja s nagrađivanjem izvrsnosti i dostignuća turističkih destinacija 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. Planirana sredstva na ovoj stavci se uvećavaju s obzirom na planirani opsežniji koncept nagrađivanja izvrsnosti u odnosu na inicijalni plan.

4.4.2. PROJEKT "SIGURNA TURISTIČKA DESTINACIJA"

PLANIRANI IZNOS:	237.500 EUR
IZMJENA PLANIRANOG IZNOSA:	282.375 EUR
POVEZANOST S INICIJATIVOM:	/

S ciljem unaprjeđenja sigurnosti, zaštite života i imovine turista te stvaranja imidža Hrvatske kao poželjne i sigurne turističke destinacije, nastavlja se s provedbom projekta „Sigurna turistička destinacija“. U suradnji s Ministarstvom unutarnjih poslova u hrvatskim destinacijama djelovat će brojni policijski službenici iz cijelog svijeta s ciljem postizanja značajnije razine sigurnosti kao jednog od važnijih preduvjeta za poboljšanje uvjeta boravka turista. Odlukom Turističkog vijeća od 23. ožujka 2026. odobreno je predloženo povećanje planiranog iznosa suradnje s MUP-om s obzirom na povećanje cijena smještaja i prehrane inozemnih policijskih službenika te povećanja broja policijskih službenika u projektu u 2026. godini.

4.4.3. PROJEKT "HRVATSKA PRIRODNO TVOJA"

PLANIRANI IZNOS:	140.000 EUR
IZMJENA PLANIRANOG IZNOSA:	162.652 EUR
POVEZANOST S INICIJATIVOM:	/

U suradnji s Ministarstvom turizma i sporta i sustavom turističkim zajednica HTZ u 2026. g. provodi aktivnosti sadnje dodatnih sadnica stabala u destinacijama za kompenzaciju emisija automobilskih turističkih posjeta Republici Hrvatskoj. Obzirom da doznačena sredstva za provedbu projekta u 2025. godini nisu u cijelosti iskorištena uslijed odustajanja dijela turističkih zajednica od projekta, Ministarstvo turizma i sporta je 22. prosinca 2025. dalo suglasnost da se neutrošena sredstva za sadnju stabala u sklopu projekta "Hrvatska prirodno tvoja" iz 2025. godine prenesu i iskoriste u 2026. godini.

An aerial photograph of a lush forest. In the upper left, a small waterfall cascades over rocks into a pool. Below it, a larger body of water, likely a lake or reservoir, is visible. The forest is dense with green trees, some showing early autumn colors of yellow and orange. The sky is visible in the top right corner, showing soft, hazy clouds.

Članstvo u strukovnim organizacijama

5 ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA

	PLAN 2026.	IZMJENE I DOPUNE 2026.
5.1. MEĐUNARODNE STRUKOVNE I SRODNE ORGANIZACIJE	141.742 EUR	141.742 EUR
5. UKUPNO	141.742 EUR	141.742 EUR

5.1 Međunarodne strukovne i srodne organizacije

5.1.1. ORGANIZACIJE I UDRUŽENJA NTO-a

PLANIRANI IZNOS:	102.242 EUR
IZMJENA PLANIRANOG IZNOSA:	102.242 EUR
POVEZANOST S INICIJATIVOM:	/

Navedena stavka nema izmjena i dopuna.

5.1.2. ORGANIZACIJE I UDRUŽENJA TURISTIČKE INDUSTRIJE

PLANIRANI IZNOS:	39.500 EUR
IZMJENA PLANIRANOG IZNOSA:	39.500 EUR
POVEZANOST S INICIJATIVOM:	/

Navedena stavka nema izmjena i dopuna.



Administrativni poslovi

6 ADMINISTRATIVNI POSLOVI

	PLAN 2026.	IZMJENE I DOPUNE 2026.
6.1. PLAĆE	5.403.030 EUR	5.403.030 EUR
6.2. MATERIJALNI TROŠKOVI	880.237 EUR	923.928 EUR
6.3. TIJELA TURISTIČKE ZAJEDNICE	88.000 EUR	50.500 EUR
6.4. TROŠKOVI POSLOVANJA MREŽE PREDSTAVNIŠTAVA	4.421.800 EUR	4.528.000 EUR
6. UKUPNO	10.793.067 EUR	10.905.458 EUR

6.1 Plaće

6.1. PLAĆE

PLANIRANI IZNOS:	5.403.030 EUR
IZMJENA PLANIRANOG IZNOSA:	5.403.030 EUR
POVEZANOST S INICIJATIVOM:	/

Navedena stavka nema izmjena i dopuna.

6.2 Materijalni troškovi

6.2. MATERIJALNI TROŠKOVI

PLANIRANI IZNOS:	880.237 EUR
IZMJENA PLANIRANOG IZNOSA:	923.928 EUR
POVEZANOST S INICIJATIVOM:	/

Povećanje sredstava na ovoj stavci rezultat je većih planiranih troškova odvjetničkih i javnobilježničkih usluga, poreznog savjetovanja, troškova čišćenja ureda HTZ-a i troškova ugovora po djelu (studentski rad).

6.3 Tijela turističke zajednice

6.3. TIJELA TURISTIČKE ZAJEDNICE

PLANIRANI IZNOS:	88.000 EUR
IZMJENA PLANIRANOG IZNOSA:	50.500 EUR
POVEZANOST S INICIJATIVOM:	/

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 pozitivnim propisima RH. Kako

bi se odvijao nesmetan rad tijela HTZ-a, predviđeni su troškovi organizacije sjednica tijela, refundacije putnih troškova i naknada članova tijela HTZ-a. U odnosu na planirano ostvaruje se ušteda obzirom da je Skupština HTZ-a 23. prosinca 2025. g. donijela Odluku o materijalnim pravima članova tijela HTZ-a sukladno kojom su regulirana prava članova tijela HTZ-a odnosno način obračuna naknade.

6.4 Troškovi poslovanja mreže predstavništava

6.4. TROŠKOVI POSLOVANJA MREŽE PREDSTAVNIŠTAVA

PLANIRANI IZNOS:	4.421.800 EUR
IZMJENA PLANIRANOG IZNOSA:	4.528.000 EUR
POVEZANOST S INICIJATIVOM:	/

Ključna zadaća predstavništava HTZ-a je podrška komunikacijskim i prodajnim aktivnostima HTZ-a na glavnim emitivnim tržištima, odnosno, definiranim geo zonama unutar pojedinih tržišta. Tijekom 2026. g. aktivnosti se provode putem mreže 16 aktivnih predstavništava HTZ-a u inozemstvu. Uslijed zatvaranja ureda Predstavništava HTZ-a u Nizozemskoj i Slovačkoj te preseljenja sjedišta Predstavništva HTZ-a za tržište Njemačke, osim saveznih država Bavarske i Baden-Württemberga, iz Frankfurta u Berlin, očekuju se uvećani troškovi vezani za preseljenje ureda u Berlin i zapošljavanje novih djelatnika, te prekid radnih odnosa s postojećim zaposlenicima u predstavništvima koja prestaju s radom.

Tablica 6. Planirani troškovi poslovanja po predstavništvima HTZ-a

	PLAN 2026.	IZMJENE I DOPUNE 2026.
PREDSTAVNIŠTVO AUSTRIJA	286.000 EUR	286.600 EUR
PREDSTAVNIŠTVO BELGIJA	411.000 EUR	387.100 EUR
PREDSTAVNIŠTVO ČEŠKA	198.300 EUR	198.200 EUR
PREDSTAVNIŠTVO FRANCUSKA	414.000 EUR	411.600 EUR
PREDSTAVNIŠTVO ITALIJA	411.500 EUR	416.200 EUR
PREDSTAVNIŠTVO KINA	220.000 EUR	221.400 EUR
PREDSTAVNIŠTVO KOREJA	217.000 EUR	212.600 EUR
PREDSTAVNIŠTVO MAĐARSKA	145.000 EUR	146.000 EUR
PREDSTAVNIŠTVO NJEMAČKA – BERLIN	384.000 EUR	438.700 EUR
PREDSTAVNIŠTVO NJEMAČKA – MÜNCHEN	383.000 EUR	372.900 EUR
PREDSTAVNIŠTVO POLJSKA	214.000 EUR	216.600 EUR
PREDSTAVNIŠTVO RUSIJA	45.000 EUR	53.000 EUR
PREDSTAVNIŠTVO SAD	385.000 EUR	405.300 EUR
PREDSTAVNIŠTVO SLOVAČKA	150.000 EUR	171.900 EUR
PREDSTAVNIŠTVO SLOVENIJA	0 EUR	5.000 EUR
PREDSTAVNIŠTVO ŠVEDSKA	311.000 EUR	311.000 EUR
PREDSTAVNIŠTVO VELIKA BRITANIJA	246.000 EUR	272.900 EUR
OPĆI TROŠKOVI POSLOVANJA MREŽE PREDSTAVNIŠTAVA	1.000 EUR	1.000 EUR
UKUPNO	4.421.800 EUR	4.528.000 EUR

7 REZERVA

7. REZERVA

PLANIRANI IZNOS:	32.200 EUR
IZMJENA PLANIRANOG IZNOSA:	32.200 EUR
POVEZANOST S INICIJATIVOM:	/

Navedena stavka nema izmjena i dopuna.

8 POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE

Obzirom da je zaključenjem financijske 2025. godine utvrđen višak prihoda nad rashodima, ova stavka se u 2026. g. ne planira.



Fondovi



9 FONDOVI

		PLAN 2026.	IZMJENE I DOPUNE 2026.
9.1.	FOND ZA TURISTIČKI NEDOVOLJNO RAZVIJENA PODRUČJA I KONTINENT	8.600.000 EUR	9.414.181 EUR
9.2.	FOND ZA UDRUŽENE TURISTIČKE ZAJEDNICE	3.400.000 EUR	3.631.879 EUR
9.	UKUPNO	12.000.000 EUR	13.046.060 EUR

U skladu sa zakonskim zadaćama, HTZ će i u 2026. g. temeljem javnih natječaja dodjeljivati sredstava 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.

9.1 Fond za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent

9.1. FOND ZA TURISTIČKI NEDOVOLJNO RAZVIJENA PODRUČJA I KONTINENT

PLANIRANI IZNOS:	8.600.000 EUR
IZMJENA PLANIRANOG IZNOSA:	9.414.181 EUR
POVEZANOST S INICIJATIVOM:	/

Turističko vijeće je 23. ožujka 2026. donijelo Odluku o odabiru projekata regionalnih turističkih zajednica na turistički nedovoljno razvijenom području i kontinentu u iznosu od 4.299.859,00 eura te 30. travnja 2026. Odluku o odabiru projekata lokalnih turističkih zajednica na turistički nedovoljno razvijenom području i kontinentu u iznosu od 4.299.859,21 eura, što ukupno čini 8.599.718,21 eura. Ovim odlukama odobreno je 229 projekata lokalnih i 45 projekata regionalnih turističkih zajednica na turistički nedovoljno razvijenom području i kontinentu. Navedena planirana sredstva se uvećavaju za iznose odobrenih prolongacija za ukupno 15 projekata čija je provedba započela u 2025. g. no očekivana realizacija slijedi u prvoj polovici 2026. g.

9.2 Fond za udružene turističke zajednice

9.2. FOND ZA UDRUŽENE TURISTIČKE ZAJEDNICE

PLANIRANI IZNOS:	3.400.000 EUR
IZMJENA PLANIRANOG IZNOSA:	3.631.879 EUR
POVEZANOST S INICIJATIVOM:	/

Turističko vijeće je 23. ožujka 2026. donijelo Odluku o odabiru projekata udruženih turističkih zajednica u iznosu od 3.394.879,00 eura za ukupno 97 projekata (59 projekata formalno udruženih turističkih zajednica

i 38 projekata sporazumno-projektno udruženih turističkih zajednica). Navedena planirana sredstva se uvećavaju za iznose odobrenih prolongacija za ukupno 8 projekata udruženih turističkih zajednica čija je provedba započela u 2025. g. no očekivana realizacija slijedi u prvoj polovici 2026. g.



Zaključak

ZAKLJUČAK

Aktivnosti navedene i opisane u Izmjenama i dopunama Godišnjeg programa rada i financijskog plana za 2026. godinu usmjerene su prema ostvarenju temeljnih zadaća propisanih Zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma.

Sukladno očekivanjima, turističku 2026. godinu obilježit će:

- visoka razina želje za putovanjima na europskim tržištima,
- važnost blizine destinacije – u nesigurnim okolnostima (geopolitičkim, ekonomskim, sigurnosnim) putnici će radije birati bliže destinacije,
- povećani oprez i potencijalna suzdržanost iz sigurnosnih razloga (sukob u Ukrajini, situacija na Bliskom istoku, itd.)
- odabir destinacija i putovanja na temelju cijena (ekonomski čimbenici, važnost „vrijednosti za novac“),
- u ozračju globalne neizvjesnosti, imperativ za Hrvatsku predstavlja zadržavanje razumne cjenovne politike, fleksibilnost/spremnost na prilagodbu tržišnim okolnostima te inzistiranje na kontinuiranom unaprjeđenju kvalitete.

Kako bi zaštitila tržišnu poziciju i na odgovarajući način predstavila konkurentske prednosti Hrvatske kao turističke destinacije u godini koju obilježavaju nesigurnosti koje u većoj ili manjoj mjeri utječu na globalne i europske turističke tokove, HTZ je prilagodila aktualne promotivne kampanje HTZ-a okolnostima na međunarodnom tržištu:

- pozicioniranje Hrvatske kao destinacije sigurnog i ugodnog okruženja (relevantni globalni indeksi, bez direktnog referiranja na krizne kontekste),
- naglašavanje blizine i raznolikosti - raznolikost krajolika i iskustava koja su „nadohvat ruke“,
- jednostavna dostupnost s ključnih emitivnih tržišta,
- suptilna komunikacija cjenovne pristupačnosti, kroz ideju da su najvrjedniji trenuci i autentični doživljaji neprocjenjivi.

Kako bi se osigurala relevantnost i učinkovitost marketinških aktivnosti HTZ-a u 2026. godini, u njihovom planiranju i provedbi HTZ će se voditi sljedećim postavkama:

- fokus na inovativnim i učinkovitim marketinškim i komunikacijskim aktivnostima, daljnje unaprjeđenje modela suradnje s dionicima iz industrije (poslovni partneri, sustav turističkih zajednica), programima usmjerenim prema afirmaciji turistički manje razvijenih područja i dr.;
- posebna pozornost posvećena je kvalitativnom repozicioniranju kroz unaprjeđenu strategiju za emitivna tržišta (s fokusom na odabrane geo-zone dostupne cestovnim i zrakoplovnim prijevozom) uz afirmiranje hrvatske turističke ponude u ciljanim segmentima potražnje više dodane vrijednosti;
- posebna pozornost posvećena usklađivanju i optimiziranju komunikacijskih aktivnosti, ponajprije u digitalnoj domeni, u pogledu odabira relevantnih kanala te informacija, respektirajući ulogu različitih dionika u komunikaciji, s obzirom na faze putovanja i postavljene marketinške ciljeve;
- povećanje budžeta za strateška partnerstva s TO i avioprijevoznicima, zatim za dodatne promotivne kampanje na glavnim emitivnim tržištima kao i za digitalni marketing.

