

TURISTIČKA ZAJEDNICA
KVARNERA
Raznolikost je lijepa



GODIŠNJI PROGRAM RADA TZ PRIMORSKO- GORANSKE ŽUPANIJE ZA 2026. GODINU *1. IZMJENA*

Opatija, ožujak 2026.



SADRŽAJ

UVOD	1
STATISTIČKI POKAZATELJI ZA 2025. GODINU	5
REZULTATI FIZIČKOG TURISTIČKOG PROMETA U RAZDOBLJU SIJEČANJ - LISTOPAD 2025. GODINE	6
NAUTIKA	23
KAPACITETI ZA SMJEŠTAJ TURISTA NA PODRUČJU PGŽ	27
1. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE	31
1.1. STRATEŠKI / OPERATIVNI / KOMUNIKACIJSKI / AKCIJSKI DOKUMENTI	32
1.1.1. Plan razvoja turizma PGŽ do 2030. godine; provedba i monitoring	32
1.1.2. Akcijski plan razvoja turizma PGŽ do 2027. godine; provedba i monitoring	32
1.1.3. Akcijski plan za razvoj gastronomije; provedba i monitoring	33
1.1.4. Plan upravljanja destinacijom – praćenje razvoja održivosti destinacije i izračun prihvatnog kapaciteta	33
1.2. ISTRAŽIVANJE I ANALIZA TRŽIŠTA	34
1.2.2. Provođenje istraživanja o zadovoljstvu posjetitelja i druga tržišna istraživanja s raznim partnerima	34
1.3. MJERENJE UČINKOVITOSTI PROMOTIVNIH AKTIVNOSTI	35
2. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA	36
2.1. IDENTIFIKACIJA I VREDNOVANJE RESURSA TE STRUKTURIRANJE TURISTIČKIH PROIZVODA	37
2.2. SUSTAVI OZNAČAVANJA KVALITETE TURISTIČKOG PROIZVODA	37
2.2.1. Kvarner Family - razvoj i brendiranje obiteljskog smještaja	38
2.2.2. Kvarner Gourmet i Kvarner Food – razvoj i brendiranje gastronomije	40
2.2.3. Kvarner Outdoor – razvoj i brendiranje aktivnog odmora	46
2.2.4. Kvarner Health and Wellbeing – razvoj i brendiranje zdravstvenog turizma	55
2.2.5. Kvarner Culture - razvoj i brendiranje kulturne ponude	57
2.2.6. Nautički turizam i cruising – razvoj i brendiranje	63
2.2.7. Održiva turistička destinacija - razvoj i brendiranje kvarnera	64
2.3. PODRŠKA RAZVOJU TURISTIČKIH DOGAĐANJA	66
2.3.1. Javni natječaj za dodjelu sredstava za regionalna i lokalna događanja na području PGŽ u 2026. godini	66
2.3.2. Poticanje i pomaganje razvoja turizma na turistički nedovoljno razvijenom području	66
2.3.3. Fond za turističke zajednice na turistički nedovoljno razvijenim područjima – razvoj i unapređenje Gorskog kotara	67
2.3.4. Ostala manja sufinanciranja	68
2.3.5. Sufinanciranja značajnih manifestacija	68
2.4. EU projekti	70

2.4.1. EU projekt SOCRAT (od 1.03.2024. do 31.08.2026.)	73
2.4.2. Očekivani EU projekti	75
3. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE	78
3.1. DEFINIRANJE BRENDING SUSTAVA I BREND ARHITEKTURE	79
3.2. OGLAŠAVANJE DESTINACIJSKOG BRENDIA, TURISTIČKE PONUDE I PROIZVODA	79
3.2.1. Media plan Kvarnera	79
3.3. ODNOSI S JAVNOŠĆU: GLOBALNI I DOMAĆI PR	82
3.3.1. Hrvatska	82
3.3.2. Njemačko govorno područje	82
3.3.3. Slovenija	83
3.3.4. Studijska putovanja predstavnika medija - novinara, blogera, TV ekipa, influencera	84
3.3.5. „Zlatna penkala“ – nagrada inozemnim medijima	85
3.3.6. 7. Međunarodni kongres o ruralnom turizmu	86
3.4. MARKETINŠKE I POSLOVNE SURADNJE	87
3.4.1. Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora - udruženo oglašavanje – javni poziv TZ PGŽ	87
3.4.2. Strateški projekti – potpora programima na Kvarneru	87
3.5. SAJMOVI, PREZENTACIJE I POSLOVNE RADIONICE	90
3.5.1. Sajmovi	90
3.5.2. Presentacije	92
3.6. SURADNJA S ORGANIZATORIMA PUTOVANJA	95
3.6.1. Studijska putovanja agenata	95
3.7. KREIRANJE PROMOTIVNOG MATERIJALA	96
3.7.1. Tisak i dotisak brošura	96
3.7.2. Grafičke pripreme	97
3.7.3. Suveniri i ostali promotivni materijali	97
3.7.4. Video materijal	98
3.7.5. Baza fotografija	98
3.7.6. Monografija o kvarnerskoj gastronomiji	99
3.8. INTERNETSKE STRANICE	99
3.8.1. Web portal www.kvarner.hr / www.kvarner.croatia.hr	99
3.8.2. Održavanje web portala	100
3.9. KREIRANJE I UPRAVLJANJE BAZAMA TURISTIČKIH PODATAKA	101
3.9.1. Mobilna aplikacija Visit Kvarner - digitalna turistička destinacijska platforma/projekt „PGŽ – pametna regija“ u suradnji s JU Regionalna razvojna agencija PGŽ	101
3.10. TURISTIČKO-INFORMATIVNE AKTIVNOSTI	102
3.10.1. Kvarner Info – Vrata Jadrana	102
4. DESTINACIJSKI MENADŽMENT	103
4.1. TURISTIČKI INFORMACIJSKI SUSTAVI I APLIKACIJE/EVISITOR	104
4.2. STRUČNI SKUPOVI I EDUKACIJE	105
4.3. KOORDINACIJA I NADZOR	105
4.3.1. Koordinacija direktora TZ-a i aktivnosti djelovanja TZ PGŽ u sustavu TZ-a	105
4.3.2. Aktivnosti koordinacije s ostalim subjektima	109



4.4. UPRAVLJANJE KVALITETOM U DESTINACIJI	110
4.5. POTICANJE NA OČUVANJE I UREĐENJE OKOLIŠA	111
5. ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA	112
5.1. MEĐUNARODNE STRUKOVNE I SL. ORGANIZACIJE	113
6. ADMINISTRATIVNI POSLOVI	114
6.1. PLAĆE	115
6.2. MATERIJALNI TROŠKOVI	115
6.3. TIJELA TURISTIČKE ZAJEDNICE	116
7. REZERVA – STRATEŠKI PROJEKTI, AKTIVNOSTI OD INTERESA ZA KVARNER	117
REZERVA – STRATEŠKI PROJEKTI, AKTIVNOSTI OD INTERESA ZA KVARNER	118
8. POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE	118
9. FOND HTZ-A ZA TURISTIČKE ZAJEDNICE NA TURISTIČKI NEDOVOLJNO RAZVIJENIM PODRUČJIMA	119
9. FOND HTZ-A ZA TURISTIČKE ZAJEDNICE NA TURISTIČKI NEDOVOLJNO RAZVIJENIM PODRUČJIMA	120
FINANCIJSKI PLAN TZ PGŽ ZA 2026. GODINU	121



UVOD



Program rada TZ PGŽ sačinjen je na temelju strateških dokumenata (i njihovih terminskih planova) koji predviđaju dugoročni razvojni okvir turizma za područje PGŽ-a:

- Plan razvoja turizma PGŽ do 2030. godine
- Plan razvoja PGŽ do 2027. godine
- Nacionalna razvojna strategija Republike Hrvatske do 2030.
- Akcijski plan razvoja turizma PGŽ do 2027. godine
- Akcijski plan razvoja gastronomije PGŽ

Jedinstveni ciljevi koji su sadržani u svim dokumentima su orijentacija na

1. Unapređenje kvalitete i izvrsnosti,
2. Osnaživanje inovativnosti i održivosti,
3. Isticanje raznolikosti i posebnosti,
4. Provođenje zelene i digitalne tranzicije,
5. Jačanje partnerstva i destinacijskog menadžmenta.

Godišnji Program rada za 2026. godinu rezultat je pažljive analize iskustava i informacija, te preuzetih aktivnosti slijedom višegodišnjih partnerskih, poslovnih odnosa, ali i izazova s kojima se suočavamo. Pri tome treba naglasiti kako se u trenutku izrade ovog dokumenta raspolagalo s minimalnim „inputima“ od strane srodnih institucija (HTZ, predstavništva HTZ-a u inozemstvu, MINTS) u smislu prijedloga umrežavanja aktivnosti u sustavu turističkih zajednica, kojima bi se поближе definirale pojedine aktivnosti, kao što su prezentacije i slične aktivnosti na emitivnim tržištima, te druge uobičajene zajedničke aktivnosti. Program rada fokusiran je na razvoj i promociju turističkog proizvoda, komunikaciju i oglašavanja, te sve druge aktivnosti potrebne za uspješno djelovanje.

TZPGŽ u cijelom svom djelovanju, a posebice u posljednjih petnaestak godina posebnu pažnju posvećuje gastronomiji, prateći svjetske trendove rasta popularnosti gastro-turizma u Europi i svijetu, pri čemu i znanstvena istraživanja od strane UN Tourism ukazuju na povećanje potražnje u tom segmentu. Procjena je da broj putovanja motiviranih gastronomijom u Europi raste između 7 i 12 % godišnje. Značajno je da zahvaljujući digitalnim kanalima komuniciranja zanimanje za gastronomiju raste vrlo brzo upravo među mladima, jer se iskustva prenose fotografijama kroz društvene mreže. Culinary Arts Switzerland očekuje da će do 2027. godine tržište rasti do 1,8 milijardi dolara, a također ukazuje na to da je 70% ljudi spremno potrošiti na jedinstveno gastronomsko iskustvo na putovanju više nego kod kuće.

U posljednjih 6 godina Kvarner je kroz proces kandidiranja i dobivanja titule Europske regija gastronomije kreirao i stvorio priliku za dolazak turista i ljubitelja hrane, kojima se nudi da uživaju u autohtonim jelima koja se ne mogu dobiti nigdje drugdje. Ali, razvojni koncept kroz projekt



Europske regije gastronomije podrazumijeva promišljanje eno-gastronomije izvan okvira isključivo turističke ponude i fokusiranosti na turiste. Ovaj koncept integrira gastronomsko nasljeđe u sve segmente lokalne zajednice, sagledava je kao obilježje života lokalnog stanovništva i dio baštine PGŽ-a s jedne strane, te potom i kao značajan element turističke ponude s druge. Kvarnerske destinacije odlikuju se raznolikošću i bogatstvom koje gostima pruža doživljaje kroz lokalne namirnice i vino, lokalne ambijente i ugođaje, lokalan način života i ljepotu autohtonosti, a pri tome je u fokusu kvaliteta života lokalnog stanovništva.

Uz Akcijski plan razvoja gastronomije, podloga za aktivnosti je objavljen Manifest kvarnerske gastronomije, koji u 10 točaka donosi popis vrijednosti na kojima počiva kvarnerska gastronomija, te potvrđuje da je Kvarner strateški orijentiran na održivi razvoj gastronomije i promociju identiteta kroz gastronomiju.

Stoga će 2026. godina na Kvarneru biti obilježena brojnim događanjima kojima će se pod brendom „Kvarner - Europska regija gastronomije 2026“ promovirati autohtonost i održivost, a program će činiti događanja sukladno smjernicama koje daje IGCAT (International Institut for Gastronomy, Culture, Art&Tourism), zatim domaćinstva stručnim događanjima, te niz lokalnih manifestacija namijenjenih kako gostima, tako i lokalnom stanovništvu. Ističe se domaćinstvo svjetskom UN Tourism kongresu o gastronomiji na Kvarneru, na kojem se u listopadu 2026.godine očekuje tristotinjak sudionika – profesionalaca, medija i čelnih ljudi UN Tourism / UNWTO.

S obzirom da je PGŽ u 2026. godini proglašena i „Europskom regijom sporta“, TZ PGŽ ima iznimno bogat program sportskih i outdoor događanja.

U provođenju aktivnosti TZ PGŽ surađuje sa sustavom turističkih zajednica, MINTS-om, gospodarskim / ugostiteljskim subjektima i drugim strukovnim i marketinškim partnerima, kao u Hrvatskoj, tako i iz inozemstva.

Opseg aktivnosti vrlo je ambiciozno planiran s obzirom na financijske i radne kapacitete ureda TZ PGŽ.

Financijski plan izrađen je prema Pravilniku o sustavu financijskog upravljanja i kontroli te izradi i izvršavanju financijskih planova neprofitnih organizacija, pri čemu je plan prihoda TZ PGŽ za 2026. godinu izrađen na bazi očekivanog turističkog prometa noćenja u 2026. godini, uzimajući u obzir osnovne parametre koji utječu na ostvarivanje prihoda (primjerice različita visina turističke pristojbe po mjestima, sezoni, vrsti smještaja, naplati, porezna osnova, očekivano udruživanje sredstava, povrat sredstava za EU projekte i dr.).



U deset mjeseci 2025. godine je na području Primorsko-goranske županije ostvareno 3,2 milijuna dolazaka i 17,9 milijuna noćenja. U odnosu na isto razdoblje prošle godine radi se rastu od 3% dolazaka, te rastu za 1% u noćenjima.

Na bazi očekivanog ostvarenja za 2025. godinu, planirano je povećanje turističkog prometa od 1,5% za 2026. godinu. Odlučeno je to slijedom zaključaka sa sjednice Turističkog vijeća, iako HTZ planira na nacionalnoj razini smanjenje od -2%.

Na nacionalnoj razini očekuje se reguliranje neplanskog rasta smještajnih kapaciteta, kojima se opterećuje tzv. prihvatni kapacitet destinacije i negativno utječe na sezonalnost i održivost. U tom smislu, u skladu sa Zakonom o turizmu RH (iz prosinca 2023.), poslovanje sustava turističkih zajednica i TZ PGŽ usmjerava se i nadalje prema novim zadacima, odnosno upravljanje destinacijom.

Zahvaljujući dobro postavljenoj strukturi razvoja i promocije segmenata turističke ponude s pripadajućim, razvijenim brendovima, s čime se nastavlja i u 2026. godini, a posebice zahvaljujući i dobroj mreži suradnika i partnera po aktivnostima, te kompetentnim članovima tijela TZ PGŽ koji prate i nadziru rad i rezultate, PGŽ će zasigurno nastaviti biti jednom od vodećih i najuspješnijih turističkih regija u Hrvatskoj. Također, TZ PGŽ ostaje etablirana kao jedna od najaktivnijih županijskih turističkih zajednica, koja uvijek ističe raznolikost i posebnost destinacije. Jačanje partnerstva i destinacijskog menadžmenta držimo ključnim u provođenju zelene i digitalne tranzicije, osnaživanje inovativnosti i održivosti, kao i za unaprjeđivanje kvalitete i izvrsnosti kroz provedbu brojnih aktivnosti i zadataka.

Prema recentnim istraživanjima gosti će sljedeće godine kao motiv odabira destinacije birati vrijednost za novac, tj. odnos cijene i kvalitete, i to će biti ispred odabira prirodnih ljepota i drugih motiva odabira. Drugi važan motiv je sigurnost u destinaciji i integracija s lokalnim stanovništvom. Vjerujemo da će se ponovno dokazati koliko je turizam ovisan o svim mogućim vrstama promjena i trendova, a posebice o izazovnim geopolitičkim i ekonomskim okolnostima, te klimatskim promjenama. Pažljivim planiranjem i odabirom aktivnosti koje će Kvarneru dati globalnu vidljivost, a istovremeno „kod kuće“ štititi kvalitetu života, TZ Kvarnera očekuje uspješnu 2026. godinu.



STATISTIČKI POKAZATELJI ZA 2025. GODINU



REZULTATI FIZIČKOG TURISTIČKOG PROMETA U RAZDOBLJU SIJEČANJ - LISTOPAD 2025. GODINE

U prvih deset mjeseci 2025. godine na području Primorsko-goranske županije ostvareno je 3,2 milijuna dolazaka i 17,9 milijuna noćenja. U usporedbi s istim razdobljem prošle godine, **dolasci su porasli za 3%, a noćenja za 1%**. U odnosu na isto razdoblje 2019. godine, dolazaka je 5% više, dok je broj noćenja manji za isti postotak.

Navedeni podaci obuhvaćaju sve segmente smještaja, komercijalni i nekomercijalni. U komercijalnom smještaju je ostvareno 86% svih noćenja, a u nekomercijalnom preostalih 14%. U odnosu na siječanj-listopad 2024. godine, indeksi turističkog prometa u komercijalnom smještaju su na razini ukupnih podataka, no u odnosu na siječanj-listopad 2019te razlika je velika: dok je ukupni indeks noćenja u padu za 5%, komercijalni smještaj bilježi rast od 1%. Takav rezultat posljedica je znatno manjeg broja noćenja evidentiranog u nekomercijalnom smještaju, čak 30% manje.

Domaći gosti ostvarili su 506.000 dolazaka i 2,52 milijuna noćenja što predstavlja rast od 10% u dolascima i 5% u noćenjima u odnosu na isto razdoblje prošle godine.

Strani gosti zabilježili su 2,65 milijuna dolazaka i 15,35 milijuna noćenja, uz rast dolazaka od 1% i noćenja na razini prošle godine. U udjelu noćenja, domaći gosti sudjeluju s 14%, a strani s 86%.

TRŽIŠTA

Njemačka, Austrija i Slovenija već godinama drže prva tri mjesta među najvažnijim emitivnim tržištima Kvarnera. Nakon pandemije došlo je do promjene na četvrtom i petom mjestu – Mađarska je preuzela četvrto, a Italija se pomakla na peto mjesto. Ako se popis emitivnih tržišta proširi domaćim gostima, oni bi zauzeli treće mjesto, odmah nakon Slovenaca, a ispred Austrijanaca. Gosti s navedenih tržišta ostvaruju 75% svih noćenja.

Analiza turističkog prometa po tržištima otkriva njihove posebnosti i specifične navike:

- **Njemačka:** Njemački gosti ostvaruju čak četvrtinu svih noćenja na Kvarneru (oko 30% svih ino noćenja). Poznati su po tome da se rado vraćaju na isto odredište, često kroz više generacija, i najčešće biraju obiteljski smještaj. U prvih deset mjeseci 2025. godine njihov turistički promet smanjen je za 2% u odnosu na isto razdoblje prošle godine.



- **Slovenija:** Drugo mjesto Slovenaca posebno je značajno s obzirom na veličinu zemlje. Gotovo trećina njihovih noćenja ostvaruje se u nekomercijalnom tzv. vikendaškom smještaju, no Kvarner godišnje posjeti čak 20% ukupne populacije Slovenije. Ostvarili su 3% više noćenja nego lani
- **Domaći gosti:** Indeks rasta noćenja iznosi 5%, što je najveći rast u odnosu na ostala top tržišta. U prvih deset mjeseci 2025. već su ostvarili cjelogodišnji broj noćenja iz 2024.
- **Austrija:** Austrijanci prednost daju hotelskom smještaju te ostvaruju veći broj noćenja u predsezoni i posezoni nego u glavnoj sezoni. U odnosu na isto razdoblje prošle godine ostvarili su 2% više noćenja, a 1% više u odnosu na siječanj-listopad 2019te.
- **Mađarska i Italija:** U godinama nakon pandemije Mađari su pretekli Talijane i uz porast noćenja od 22% u odnosu na siječanj-listopad 2019. postali su četvrto najvažnije ino tržište Kvarnera.
- **Poljska:** Poljaci su na sedmom mjestu prema broju noćenja, ali ističu se kao tržište s najvećim indeksima rasta – u odnosu na prvih 10 mjeseci 2024. dolasci su porasli za 13%, a noćenja za 9%, dok su u odnosu na isto razdoblje 2019. dolasci veći za 34%, a noćenja za 25%.

SUBREGIJE

Najviše noćenja u prvih deset mjeseci 2025. ostvario je **otok Krk** – 6,42 milijuna, što čini 36% ukupnog udjela Kvarnera. Slijede:

- Cresko-lošinjski otoci: 3,26 milijuna noćenja; udjel 18%
- Crikveničko-vinodolska rivijera: 2,92 milijuna noćenja; udjel 16%
- otok Rab: 2,08 milijuna noćenja; udjel 12%
- Opatijska rivijera: 2,02 milijuna noćenja; udjel 11%
- Riječki prsten: 1,04 milijuna; udjel 6%
- Gorski kotar: 123.000 noćenja; udjel od 1% u noćenjima

Među informacijama o subregijama koje se mogu iščitati kroz statističke podatke ističemo:

- **Opatijska rivijera** je subregija na kojoj je najveći udjel noćenja ostvaren u hotelima (50%) dok na **Cresko-lošinjskim otocima** najveći postotak ide u korist kampova (42%)
- **Riječki prsten** ima najveći porast prometa u odnosu na 2019tu (dolasci: +29, noćenja: +20%) čemu je u najvećoj mjeri pridonio hotelski smještaj
- Kao i prethodnih godina, **Gorski kotar** je jedina subregija na kojoj su domaći gosti ostvarili više noćenja od inozemnih (60%). Crikveničko-vinodolska rivijera ima udjel domaćih gostiju od 22%, a sve ostale subregije između 11% i 13%.
- Na **otoku Krku** broj noćenja ostvaren u 4★ i 5★ je veći nego u 3★



- Na **Crikveničko vinodolskoj rivijeri** je u odnosu na siječanj-listopad 2019te broj noćenja u smještaju s 5★ povećan za 91%, a u 2★ smanjen za 53%
- **otok Rab** ima najveći porast noćenja u odnosu na siječanj-listopad 2024.: 4%

VRSTE SMJEŠTAJA

Od ukupnog broja ostvarenih noćenja 15,32 milijuna (86%) je ostvareno u komercijalnom, a 2,54 milijuna (14%) u nekomercijalnom smještaju. Unutar komercijalnog smještaja najviše noćenja ostvareno je u objektima u domaćinstvu: 7,6 milijuna; zatim u kampovima: 3,81 milijun te 3,54 milijuna u hotelima.

- **Hoteli** imaju najbolju popunjenost odnosno najbolji omjer kapaciteta i noćenja (13% kreveta i 23% noćenja)
- **Kampovi** imaju porast noćenja od 4% u odnosu na siječanj-listopad 2019.
- Među objektima s **5★** najveći rast imaju takvi **objekti u domaćinstvu**: 9% više noćenja u odnosu na siječanj-listopad 2024 i čak 102% više u odnosu na siječanj-listopad 2019.

KATEGORIJE SMJEŠTAJA

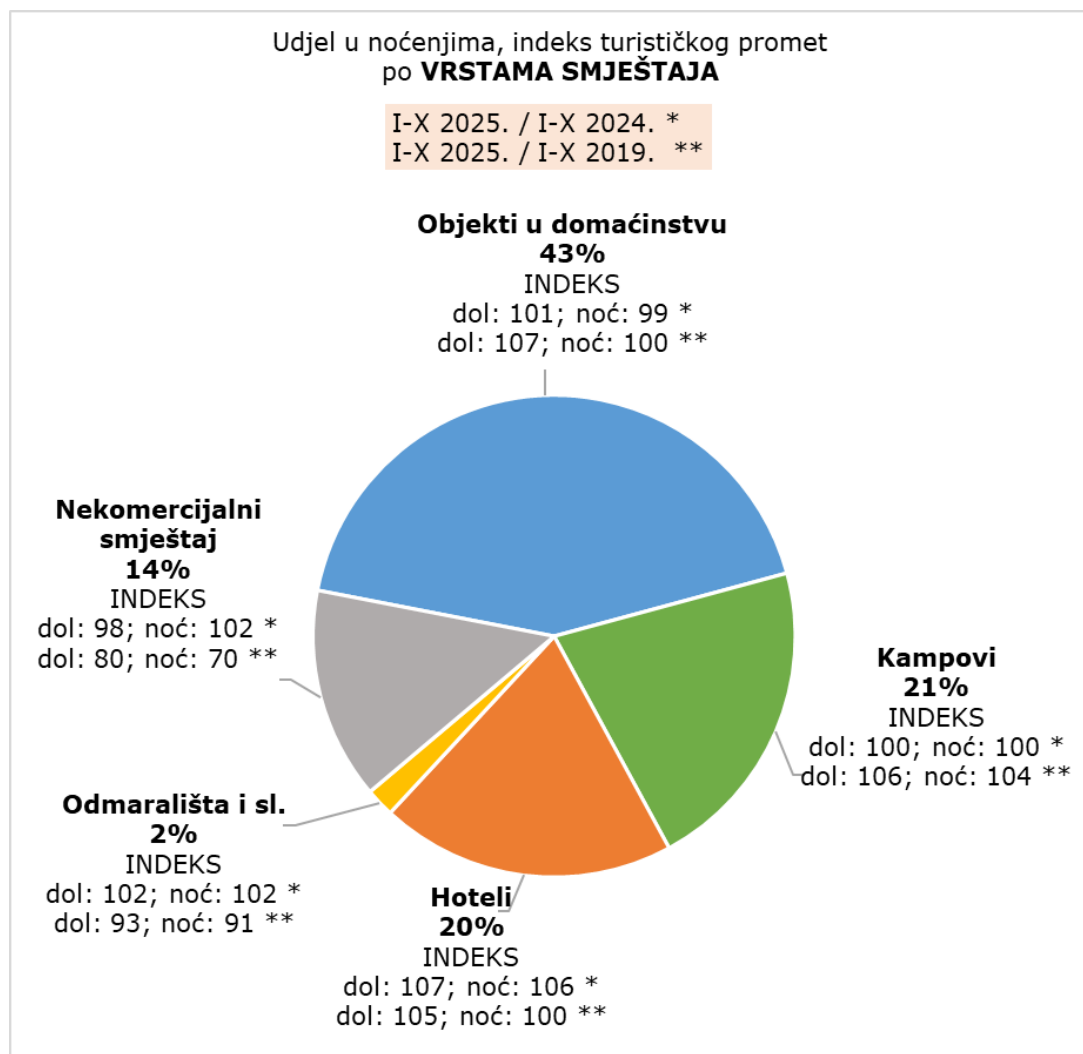
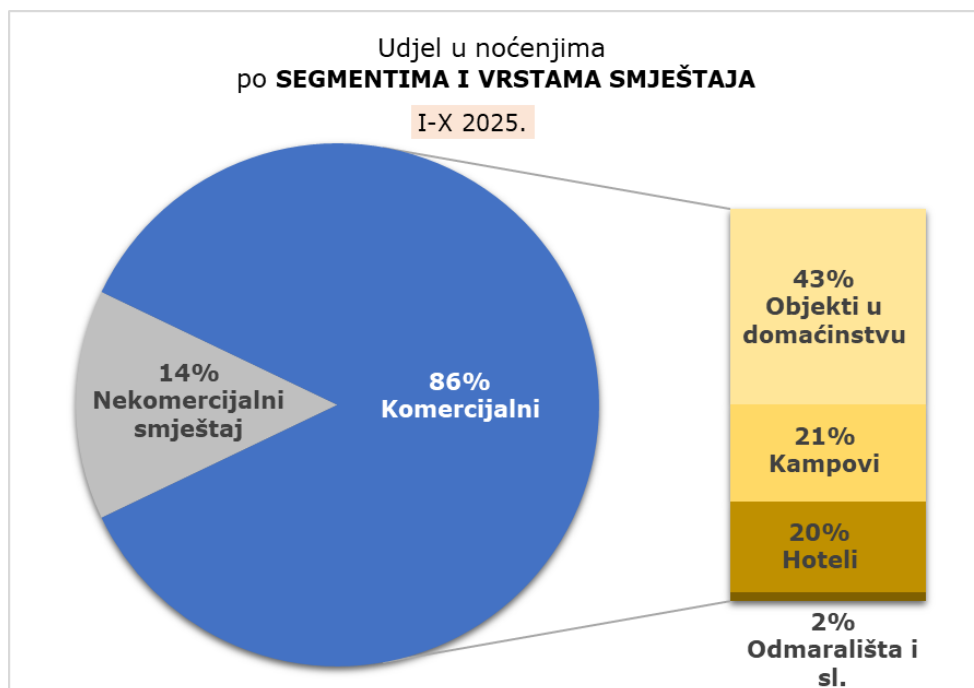
Neovisno o vrsti smještaja, objekti više kategorije zabilježili su veće indekse noćenja u usporedbi s prethodnim godinama. **Objekti u domaćinstvu s 5★** ostvarili su **9% više noćenja**, a **hoteli s 5★ 8% više** u odnosu na prvih 10 mjeseci prošle godine.

Promatrajući ukupno, **objekti s 5★** ostvarili su **5% više noćenja** nego u istom razdoblju lani te **52% više** u odnosu na siječanj-listopad 2019. godine. Njihova **popunjenost** je, u usporedbi s objektima s **3★**, **veća za 50%**.

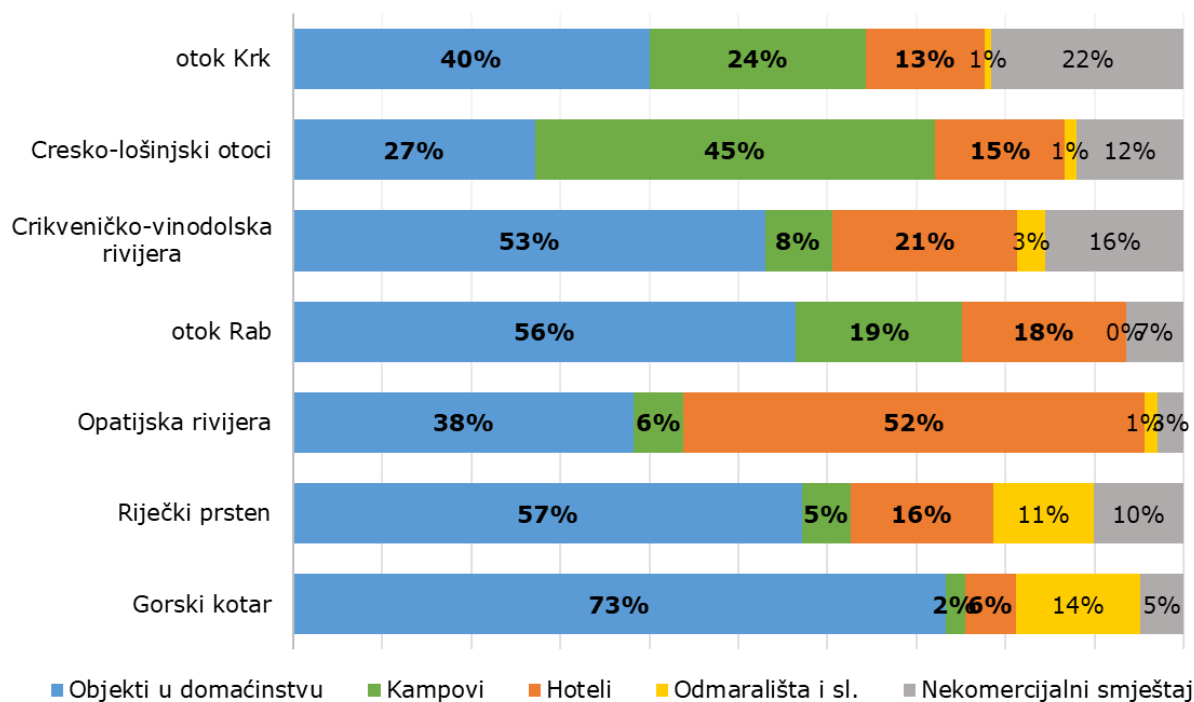
Rezultati za razdoblje siječanj – listopad 2025. pokazuju rast turističkog prometa na Kvarneru, uz tendenciju porasta potražnje za smještajem više kategorije te produljenja sezone, što potvrđuju i dugoročni trendovi: **u posljednjih 15 godina broj noćenja u predsezoni se udvostručio.**

Sve navedene pokazatelje, kao i dodatne informacije, potvrđuju tablice i grafovi u nastavku.





Udjel noćenja
po **VRSTAMA SMJEŠTAJA I SUBREGIJAMA**
I-X 2025.



VRSTA I KATEGORIJA SMJEŠTAJA	SIJEČANJ-LISTOPAD									
	TURISTIČKI PROMET			APS. RAZLIKA 25/24		IND. 25/24		IND. 25/19		
	DOL.	NOĆ.	%	DOL.	NOĆ.	DOL.	NOĆ.	DOL.	NOĆ.	
Objekti u domaćinstvu	1.315.233	7.633.294	43%	+11.420	-88.326	+1	-1	+7	0	
5*	60.958	383.442	5%	+7.174	+31.915	+13	+9	+100	+102	
4*	310.465	1.737.913	23%	+5.633	+47.776	+2	+3	+28	+24	
3*	772.208	4.453.779	58%	+3.254	-105.985	0	-2	+1	-7	
2*	69.890	405.689	5%	-1.435	-20.043	-2	-5	-15	-21	
ostalo	101.712	652.471	9%	-3.206	-41.989	-3	-6	-14	-17	
Hoteli	1.019.286	3.540.245	20%	+69.401	+200.005	+7	+6	+5	0	
5*	130.768	382.345	11%	+12.665	+28.430	+11	+8	+79	+73	
4*	532.150	1.815.176	51%	+17.893	+71.459	+3	+4	-2	-3	
3*	291.540	1.114.974	31%	+25.810	+55.177	+10	+5	+2	-3	
2*	5.430	25.345	1%	-1.524	-986	-22	-4	-83	-84	
ostalo	59.398	202.405	6%	+14.557	+45.925	+32	+29	+68	+53	
Kampovi	629.454	3.807.307	21%	-1.185	+16.045	0	0	+6	+4	
5*	70.339	364.971	10%	+587	-7.218	+1	-2	+26	+10	
4*	336.241	2.360.004	62%	-4.419	-405	-1	0	+7	+5	
3*	171.308	839.455	22%	+2.928	+16.889	+2	+2	+17	+14	
2*	48.969	233.885	6%	-461	+6.573	-1	+3	-20	-21	
ostalo	2.597	8.992	0%	+180	+206	+7	+2	-78	-86	
Odmarališta i sl.	96.520	344.966	2%	+2.101	+6.499	+2	+2	-7	-9	
TOT. KOMERCIJALNI	3.060.493	15.325.812	86%	+81.737	+134.223	+3	+1	+6	+1	
Nekomercijalni smještaj	98.126	2.540.716	14%	-2.118	+46.711	-2	+2	-20	-30	
SVEUKUPNO	3.158.619	17.866.528		+79.619	+180.934	+3	+1	+4	-5	

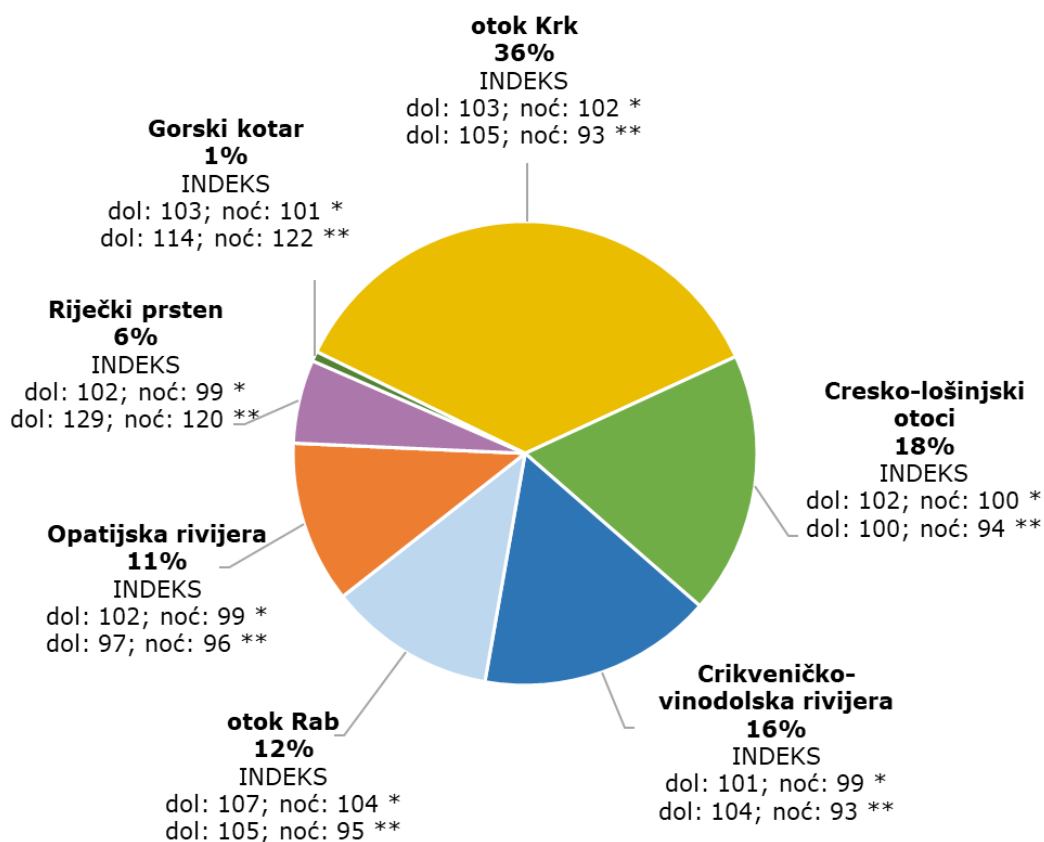
Kvarner - VRSTE SMJEŠTAJA

RAZDOBLJE	HOTELI		OBJEKTI U DOMAĆINSTVU		KAMPOVI		ODMARALIŠTA i sl.		UKUPNO KOMERCIJALNI		NEKOMERCIJALNI		SVEUKUPNO								
	2025.	2025./ 2024.	2025.	2025./ 2024.	2025.	2025./ 2024.	2025.	2025./ 2024.	2025.	2025./ 2024.	2025.	2025./ 2024.	2025.	2025./ 2024.							
I. (%)	54.071	89	144	37.730	105	127	7.123	119	345	4.843	98	73	103.767	97	136	13.813	86	140	117.580	95	137
	46%			32%			6%			4%			88%			12%					
II. (%)	79.900	107	190	41.767	100	124	3.757	76	274	6.224	115	86	131.648	104	156	13.602	80	132	145.250	101	153
	55%			29%			3%			4%			91%			9%					
III. (%)	123.898	85	146	51.889	77	120	9.307	33	218	9.658	154	100	194.752	79	137	19.473	88	141	214.225	79	138
	58%			24%			4%			5%			91%			9%					
IV. (%)	247.512	122	99	134.933	134	123	103.639	128	122	12.803	108	90	498.887	126	109	35.893	114	128	534.780	125	110
	46%			25%			19%			2%			93%			7%					
V. (%)	319.399	104	98	258.254	74	142	213.308	69	133	25.989	101	94	816.950	82	118	70.060	114	106	887.010	84	117
	36%			29%			24%			3%			92%			8%					
I.-V. (%)	824.780	104	111	524.573	88	132	337.134	78	134	59.517	110	91	1.746.004	93	120	152.841	103	119	1.898.845	94	120
	43%			28%			18%			3%			92%			8%					
VI. (%)	531.407	119	100	1.175.236	120	112	647.264	117	102	55.544	114	90	2.409.451	119	106	317.946	115	79	2.727.397	118	102
	19%			43%			24%			2%			88%			12%					
VII. (%)	676.487	104	99	2.384.931	96	93	1.025.150	97	96	93.726	100	91	4.180.294	98	95	832.757	100	68	5.013.051	98	89
	13%			48%			20%			2%			83%			17%					
VIII. (%)	762.110	102	97	2.581.577	95	90	1.140.408	95	95	92.011	98	92	4.576.106	96	93	863.038	98	67	5.439.144	97	87
	14%			47%			21%			2%			84%			16%					
VI.-VIII. (%)	1.970.004	107	99	6.141.744	99	95	2.812.822	100	97	241.281	102	91	11.165.851	101	96	2.013.741	101	69	13.179.592	101	91
	15%			47%			21%			2%			85%			15%					
IX. (%)	488.274	109	95	843.589	102	123	554.685	119	122	33.890	95	90	1.920.438	108	113	309.884	101	64	2.230.322	107	102
	22%			38%			25%			2%			86%			14%					
X. (%)	257.187	99	94	123.388	99	127	102.666	113	160	10.278	87	90	493.519	101	111	64.250	145	73	557.769	105	105
	46%			22%			18%			2%			88%			12%					
IX.-X. (%)	745.461	105	95	966.977	102	123	657.351	118	127	44.168	93	90	2.413.957	106	113	374.134	107	66	2.788.091	107	103
	27%			35%			24%			2%			87%			13%					
I.-X. (%)	3.540.245	106	100	7.633.294	99	100	3.807.307	100	104	344.966	102	91	15.325.812	101	101	2.540.716	102	70	17.866.528	101	95
	20%			43%			21%			2%			86%			14%					



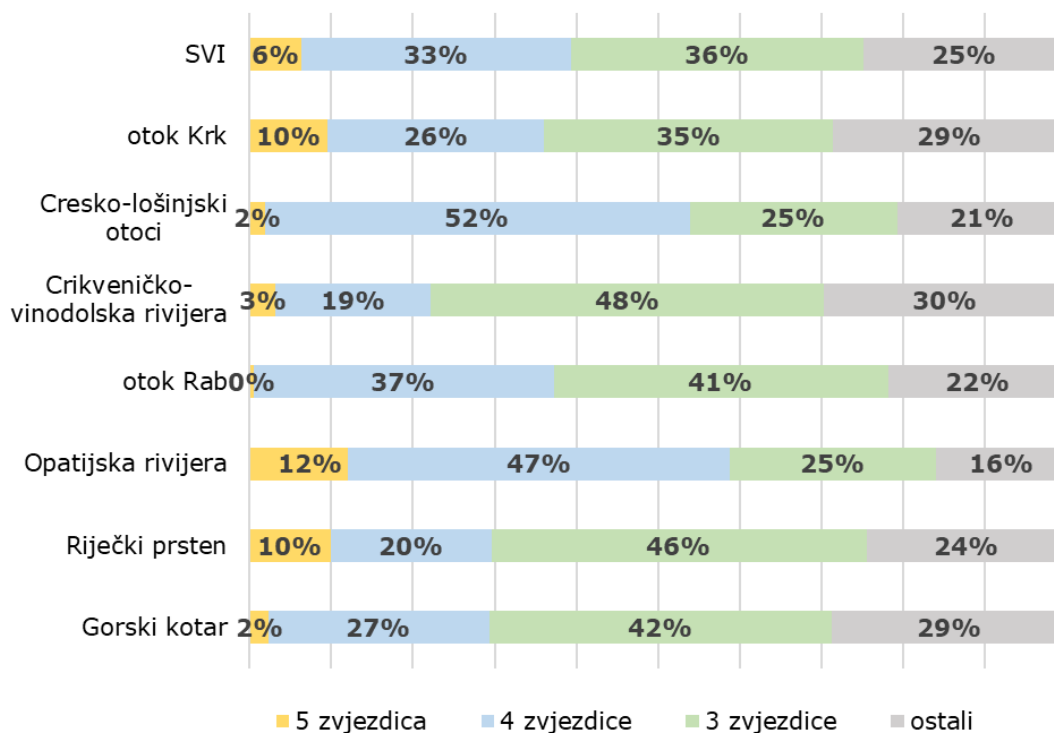
Udjel u noćenjima, indeks turističkog prometa
po SUBREGIJAMA

I-X 2025. / I-X 2024. *
I-X 2025. / I-X 2019. **



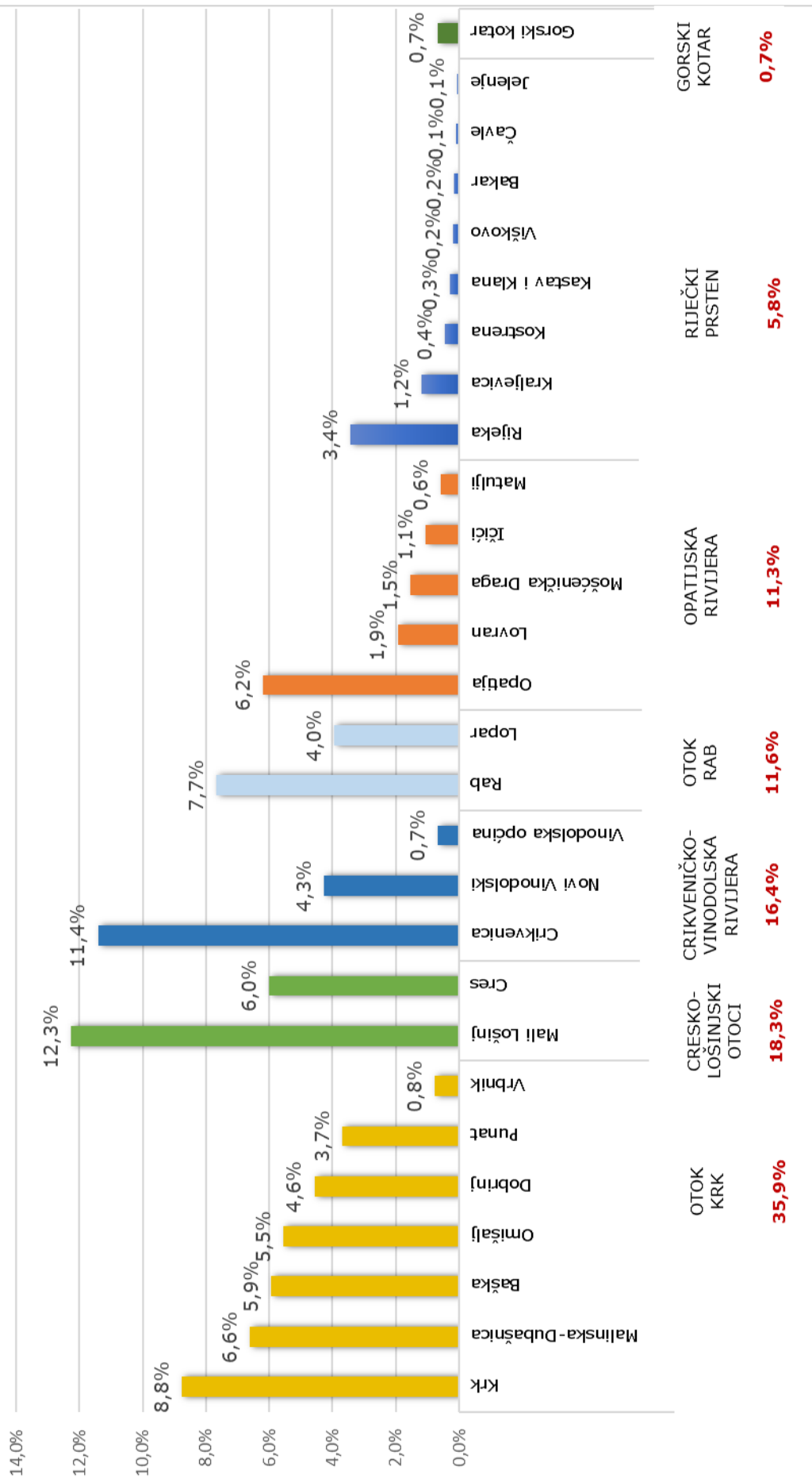
Udjel u noćenjima po
SUBREGIJAMA I KATEGORIJAMA SMJEŠTAJA

I-X 2025.



udjel u noćenjima TURISTIČKE ZAJEDNICE PO SUBREGIJAMA

I-X 2025.



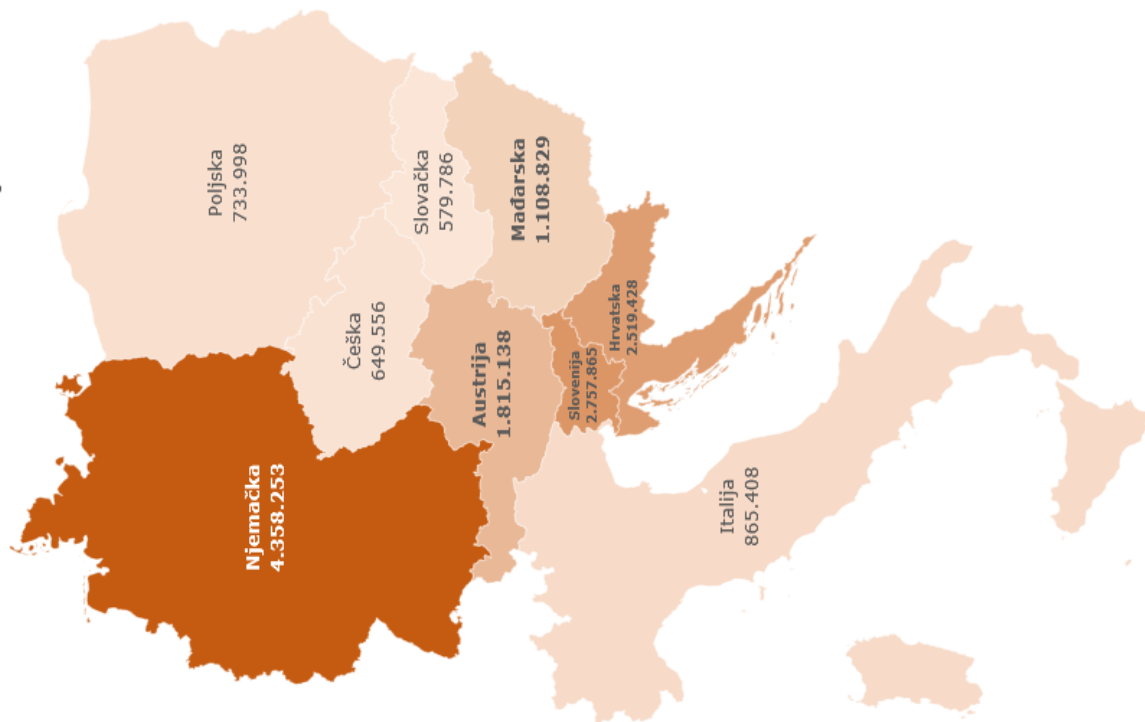
SUBREGIJA / VRSTA SMJEŠTAJA	SIJEČANJ-LISTOPAD									
	2025.			APS. RAZLIKA 25/24		IND. 25/24		IND. 25/19		
	DOL.	NOĆ.	% sub	DOL.	NOĆ.	DOL.	NOĆ.	DOL.	NOĆ.	
otok Krk	974.356	6.417.196		+28.006	+149.090	+3	+2	+5	-7	
Objekti u domaćinstvu	427.740	2.568.849	40%	+10.579	+9.638	+3	0	+6	+2	
Hoteli	209.974	858.753	13%	+20.859	+61.471	+11	+8	+5	-4	
Kampovi	286.680	1.555.877	24%	-5.919	-22.446	-2	-1	+7	+3	
Odmarališta i sl.	8.715	49.001	1%	+1.907	+7.510	+28	+18	+5	+15	
TOT. KOMERCIJALNI	933.109	5.032.480	78%	+27.426	+56.173	+3	+1	+6	+1	
Nekomercijalni smještaj	41.247	1.384.716	22%	+580	+92.917	+1	+7	-20	-30	
Opatijska rivijera	573.724	2.018.057		+12.370	-17.131	+2	-1	-3	-4	
Objekti u domaćinstvu	150.057	771.636	38%	+132	-21.827	0	-3	+3	-1	
Hoteli	372.874	1.044.270	52%	+15.210	+12.178	+4	+1	-7	-8	
Kampovi	39.012	113.671	6%	-3.572	-6.676	-8	-6	+21	+16	
Odmarališta i sl.	8.153	28.066	1%	+645	+6.005	+9	+27	+1	+10	
TOT. KOMERCIJALNI	570.096	1.957.643	97%	+12.415	-10.320	+2	-1	-3	-4	
Nekomercijalni smještaj	3.628	60.414	3%	-45	-6.811	-1	-10	-29	-25	
Cresko-lošinjski otoci	443.998	3.266.520		+9.095	+10.390	+2	+0	+0	-6	
Objekti u domaćinstvu	130.083	887.370	27%	-215	-9.571	0	-1	-2	-3	
Hoteli	105.703	475.885	15%	+5.429	+8.481	+5	+2	+3	-9	
Kampovi	179.613	1.468.034	45%	+5.228	+37.436	+3	+3	+5	+8	
Odmarališta i sl.	6.332	40.242	1%	+52	-841	+1	-2	-8	-12	
TOT. KOMERCIJALNI	421.731	2.871.531	88%	+10.494	+35.505	+3	+1	+2	+1	
Nekomercijalni smještaj	22.267	394.989	12%	-1.399	-25.115	-6	-6	-24	-37	
Crikveničko-vinodolska rivijera	521.549	2.921.891		+2.999	-25.713	+1	-1	+4	-7	
Objekti u domaćinstvu	257.169	1.547.898	53%	-5.862	-53.861	-2	-3	-4	-10	
Hoteli	171.441	606.608	21%	+10.064	+40.352	+6	+7	+26	+22	
Kampovi	54.389	220.770	8%	+183	-1.200	0	-1	+5	+3	
Odmarališta i sl.	20.199	92.337	3%	-314	-3.069	-2	-3	-13	-18	
TOT. KOMERCIJALNI	503.198	2.467.613	84%	+4.071	-17.778	+1	-1	+5	-3	
Nekomercijalni smještaj	18.351	454.278	16%	-1.072	-7.935	-6	-2	-22	-27	
Riječki prsten	302.434	1.042.361		+5.060	-10.573	+2	-1	+29	+20	
Objekti u domaćinstvu	161.813	595.614	57%	+5.446	+1.706	+3	+0	+46	+26	
Hoteli	74.630	166.503	16%	-109	-160	0	0	+42	+74	
Kampovi	14.616	57.161	5%	+245	+114	+2	0	-8	-7	
Odmarališta i sl.	46.617	118.175	11%	-199	-2.783	0	-2	-7	-11	
TOT. KOMERCIJALNI	297.676	937.453	90%	+5.383	-1.123	+2	0	+30	+23	
Nekomercijalni smještaj	4.758	104.908	10%	-323	-9.450	-6	-8	-9	+2	
otok Rab	300.267	2.077.958		+20.675	+73.813	+7	+4	+5	-5	
Objekti u domaćinstvu	157.367	1.172.140	56%	-411	-14.900	0	-1	+1	-2	
Hoteli	80.547	381.230	18%	+18.283	+76.937	+29	+25	+16	+3	
Kampovi	54.689	389.155	19%	+2.800	+9.380	+5	+2	+5	-6	
Odmarališta i sl.	0	0	0%	-122	-1.009	-100	-100	-100	-100	
TOT. KOMERCIJALNI	292.603	1.942.525	93%	+20.550	+70.408	+8	+4	+5	-2	
Nekomercijalni smještaj	7.664	135.433	7%	+125	+3.405	+2	+3	-5	-32	
Gorski kotar	42.291	122.545		+1.414	+1.058	+3	+1	+14	+22	
Objekti u domaćinstvu	31.004	89.787	73%	+1.751	+489	+6	+1	+54	+51	
Hoteli	4.117	6.996	6%	-335	+746	-8	+12	-57	-50	
Kampovi	455	2.639	2%	-150	-563	-25	-18	+9	+6	
Odmarališta i sl.	6.504	17.145	14%	+132	+686	+2	+4	-3	-7	
TOT. KOMERCIJALNI	42.080	116.567	95%	+1.398	+1.358	+3	+1	+14	+24	
Nekomercijalni smještaj	211	5.978	5%	+16	-300	+8	-5	-29	-4	
SVEUKUPNO	3.158.619	17.866.528		+79.619	+180.934	+3	+1	+4	-5	
Objekti u domaćinstvu	1.315.233	7.633.294	43%	+11.420	-88.326	+1	-1	+7	0	
Hoteli	1.019.286	3.540.245	20%	+69.401	+200.005	+7	+6	+5	+0	
Kampovi	629.454	3.807.307	21%	-1.185	+16.045	0	0	+6	+4	
Odmarališta i sl.	96.520	344.966	2%	+2.101	+6.499	+2	+2	-7	-9	
TOT. KOMERCIJALNI	3.060.493	15.325.812	86%	+81.737	+134.223	+3	+1	+6	+1	
Nekomercijalni smještaj	98.126	2.540.716	14%	-2.118	+46.711	-2	+2	-20	-30	



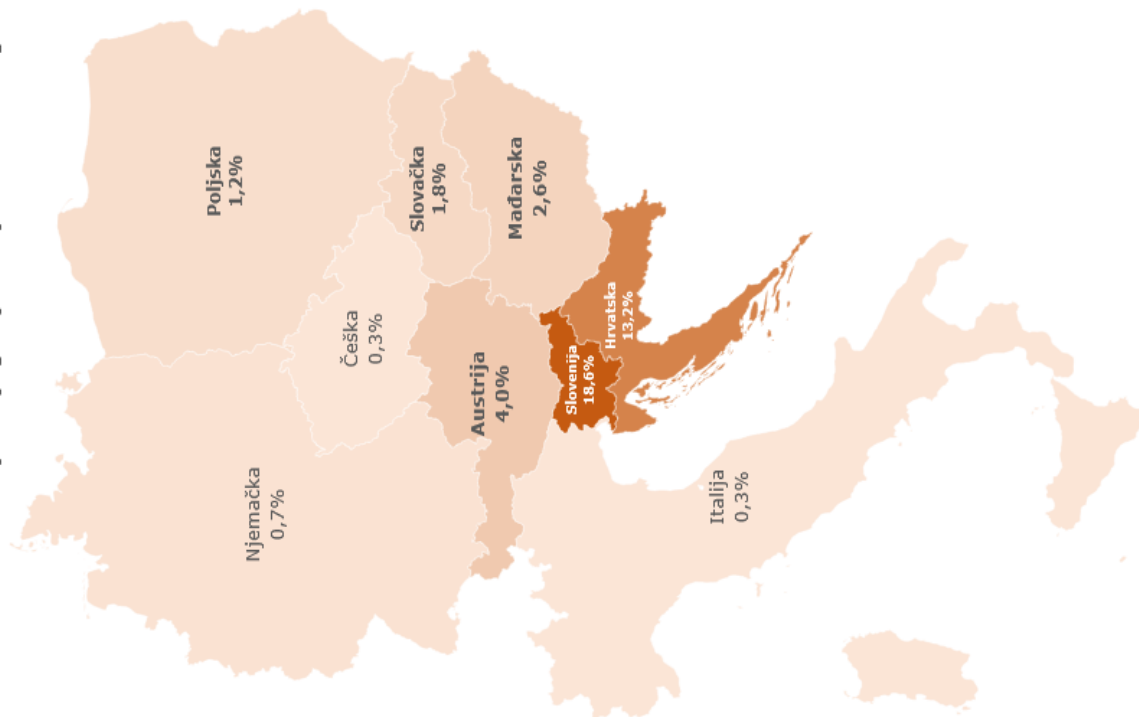
SIJEČANJ-LISTOPAD																	
TOP 10 TRŽIŠTA	SVI SEGMENTI SMJEŠTAJA				KOMERCIJALNI				NEKOMERCIJALNI								
	TURISTIČKI PROMET		APS. RAZLIKA 25/24		IND. 25/24		IND. 25/19		IND. 25/24		IND. 25/19		IND. 25/19				
DOL.	NOĆ.	%	DOL.	NOĆ.	DOL.	NOĆ.	DOL.	NOĆ.	DOL.	NOĆ.	DOL.	NOĆ.	DOL.	NOĆ.			
Njemačka	595.136	4.358.281	24%	-11.075	-90.292	-2	-2	-5	-6	-2	-2	-5	-6	+1	+7	-2	-5
Slovenija	393.184	2.757.863	15%	+7.275	+83.484	+2	+3	+8	-6	+2	+1	+11	+5	+1	+7	-15	-22
Hrvatska	506.426	2.519.427	14%	+46.419	+122.770	+10	+5	+38	-13	+11	+9	+46	+28	-5	-2	-36	-46
Austrija	360.303	1.815.138	10%	+12.244	+33.108	+4	+2	+5	+1	+4	+2	+5	+2	-1	+5	-12	-18
Mađarska	245.182	1.108.829	6%	+2.528	-17.391	+1	-2	+29	+22	+1	-2	+30	+23	-5	+2	-9	-19
Italija	186.098	865.408	5%	+3.709	-1.853	+2	0	-29	-35	+2	0	-29	-35	-9	-8	-44	-38
Poljska	128.210	733.998	4%	+15.139	+61.301	+13	+9	+34	+25	+13	+9	+34	+26	+2	+2	-34	-29
Češka	108.408	649.542	4%	0	-20.431	0	-3	+1	-7	0	-3	+1	-7	-7	-8	0	+7
Slovačka	99.106	579.784	3%	-694	-17.093	-1	-3	+15	+10	-1	-2	+15	+11	-11	-14	-10	-13
Srbija	47.368	315.862	2%	+5.063	+31.152	+12	+11	+83	+58	+13	+13	+104	+97	+5	+7	+7	+13
ostali	489.198	2.162.396	12%	-989	-3.821	0	0	-12	-7	0	+1	-11	-7	-6	-5	-19	-7
SVEUKUPNO	3.158.619	17.866.528		+79.619	+180.934	+3	+1	+4	-5	+3	+1	+6	+1	-2	+2	-20	-30

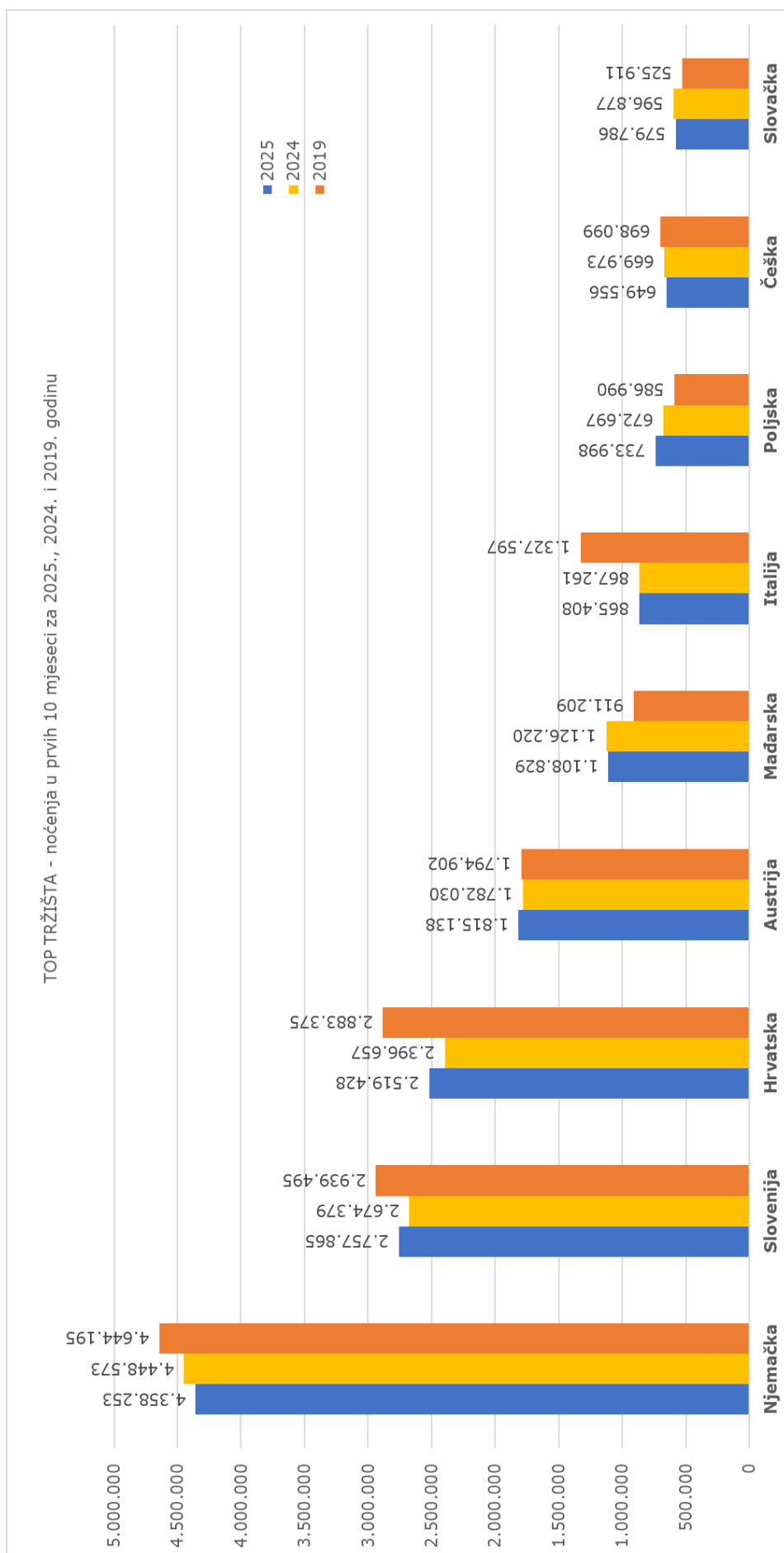


TOP TRŽIŠTA - noćenja

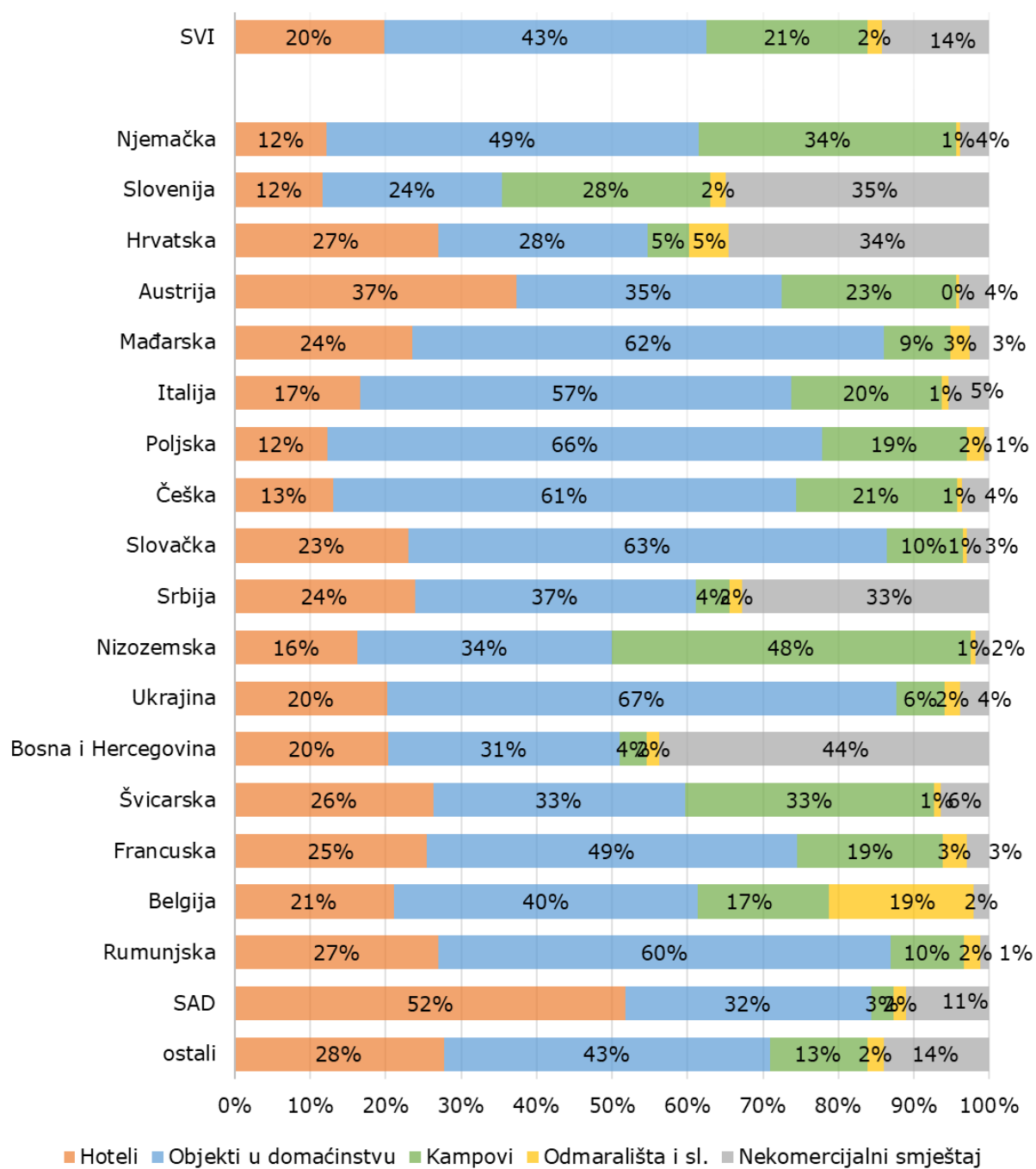


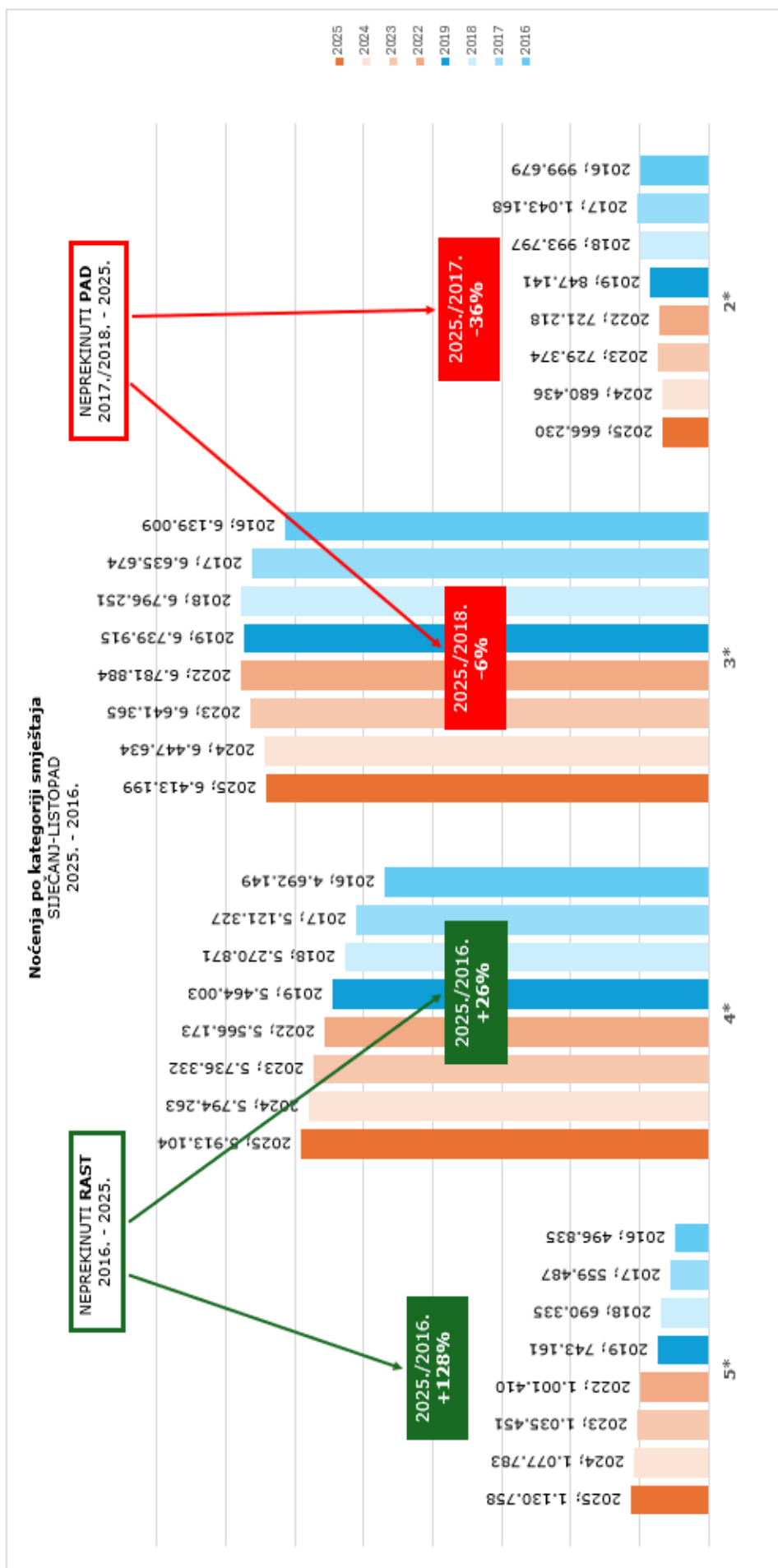
TOP TRŽIŠTA - udjel broja gostiju u broju stanovnika tog tržišta





TRŽIŠTA I VRSTA SMJEŠTAJA - udjel u noćenjima
(tržišta s više od 100.000 noćenja)
siječanj-listopad 2025.



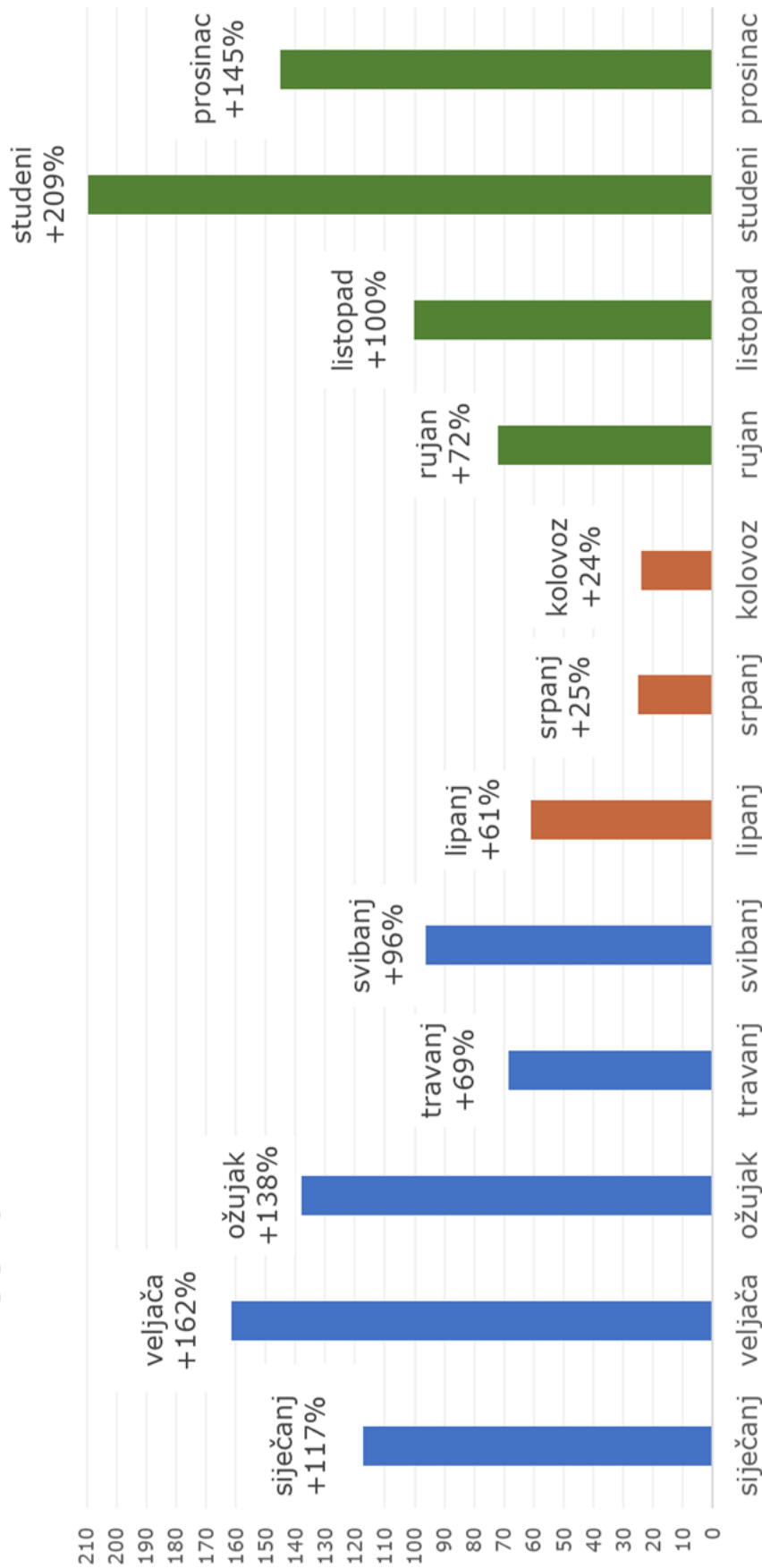


noćenja 2024. / 2010.
+42

PREDSEZONA
+100%

GLAVNA SEZONA
+27%

POSEZONA
+81%

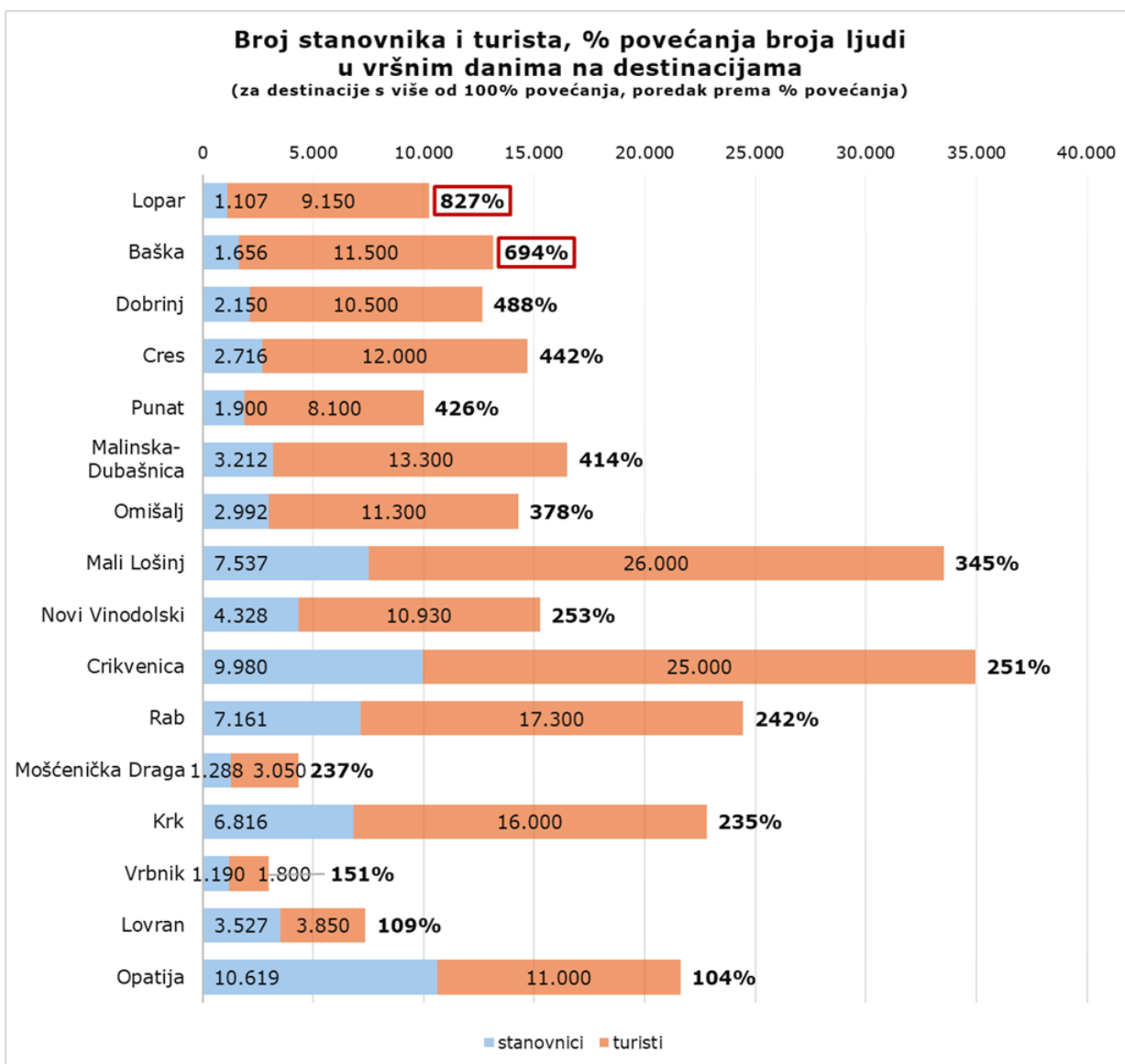


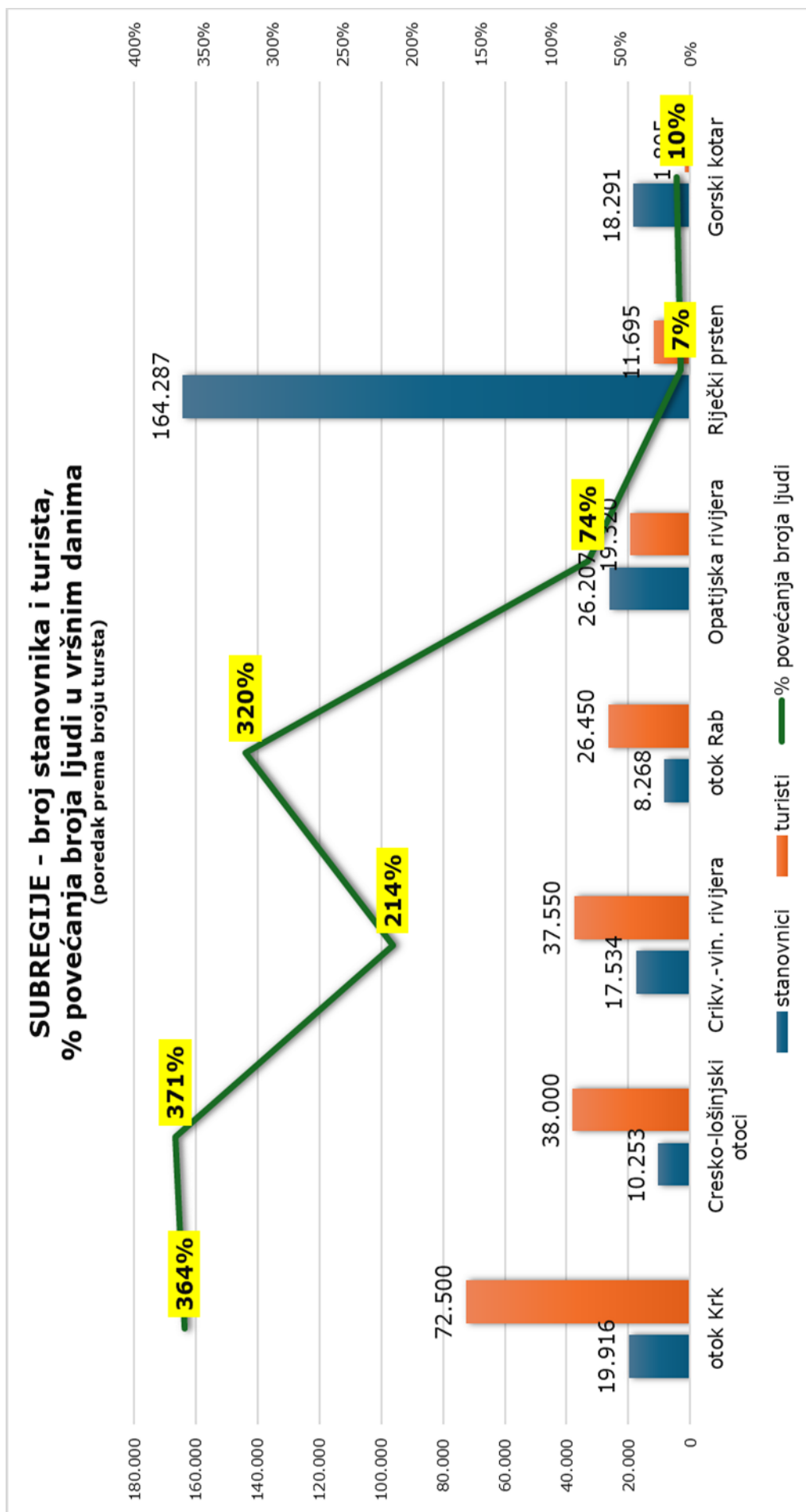
Opterećenost destinacija i subregija u vršnim danima

Na sljedećem grafikonu prikazani su podaci o ostvarenome turističkom prometu (eVisitor) u odnosu na broj stanovnika (Državni zavod za statistiku, popis stanovništva iz 2021. godine).

Gledano u kontekstu jedinica lokalne samouprave, ekstremni primjer je **Lopar**, gdje se broj ljudi koji borave na destinaciji tijekom vršnih dana ljetnih mjeseci povećava s 1.000 na 10.000.

U kontekstu subregija, velike razlike između domicilnog stanovništva i priljeva gostiju karakteristične su za sve otoke, pri čemu se broj ljudi tijekom sezone povećava gotovo četiri puta.





NAUTIKA

Nautički promet podrazumijeva turistički promet ostvaren na plovilima za iznajmljivanje (charter): jahte, brodice, mali brodovi i slična plovila za višednevna krstarenja.

U do sada navedene brojke nije uključeno 28.000 dolazaka i 177.000 noćenja ostvarenih od siječnja do listopada 2025. godine u nautičkom prometu koji je samo u posljednjih godinu dana **zabilježio porast od 8% u dolascima i noćenjima**. U odnosu na isto razdoblje 2019te, porast u dolascima je 14%, a u noćenjima 13%.

Na Kvarneru postoje 54 luke nautičkog turizma, promet je tijekom 2025. godine evidentiran u njih 26, a sama Marina Punat ostvaruje 65% svih nautičkih noćenja. Po 11% nautičkih noćenja ostvari se na području gradova Opatije i Rijeke.

Nautički turizam predstavlja selektivni oblik turizma — usmjeren je na aktivnosti i okruženja koja su privlačna određenom, manjem broju turista. Upravo zato je zanimljivo usporediti tržišta i njihov interes za turizam na kopnu i nautički turizam.

Dok **TOP 5 emitivnih tržišta u segmentu smještaja na kopnu** čine **Njemačka, Slovenija, Hrvatska, Austrija i Mađarska**, **struktura tržišta u nautičkom prometu** pokazuje nešto drugačiji poredak: **Njemačka, Austrija, Hrvatska, Italija, Slovenija, Češka**.

Iako je **ukupan broj noćenja ostvaren u charteru u odnosu na turistički promet na kopnu znatno manji**, pa ih nije moguće uspoređivati prema apsolutnim vrijednostima, **analiza udjela noćenja po tržištima otkriva jasne razlike u ponašanju gostiju**:

- **Njemačka** zauzima **prvo mjesto u oba segmenta**, potvrđujući svoj status ključnog tržišta za Kvarner
- **Slovenci s 15% udjela u turizmu na kopnu**, u charter segmentu sudjeluju s tek **5%**
- **Domaći gosti** pored 14% noćenja na kopnu ostvaruju i 7% noćenja na moru
- **Austrijanci** ostvaruju **10% noćenja na kopnu** i nalaze se na **četvrtom mjestu**, dok u charter prometu ostvaruju **22%** noćenja i odmah su iza Nijemaca. U predsezoni (siječanj-svibanj) su ostvarili 34% više noćenja (gotovo 10.000) u odnosu na isto razdoblje lanjske godine što im je u tom razdoblju omogućilo pozicioniranje na prvo mjesto po broju charter noćenja
- **Mađarsko tržište** gotovo je u potpunosti usmjereno na smještaj na kopnu – **sudjelovanje u charter prometu je neznatno**



- **Italija i Češka** pokazuju **ravnomjernu potražnju za oba tipa odmora, uz blagu prednost chartera**
- **Švicarska i Ujedinjena Kraljevina** predstavljaju **izrazit kontrast** – dok na kopnu ostvaruju tek **1% noćenja**, u charter segmentu pridonose s **4%** odnosno **3%**
- gosti iz **Australije** imaju mali udjel u turizmu na kopnu (0,1%) no na moru su prisutni s **2% noćenja**

Ovakva struktura potvrđuje da **charter promet privlači specifičan profil gostiju**, s većom orijentacijom prema **zapadnoeuropskim tržištima i gostima višeg platežnog razreda.**

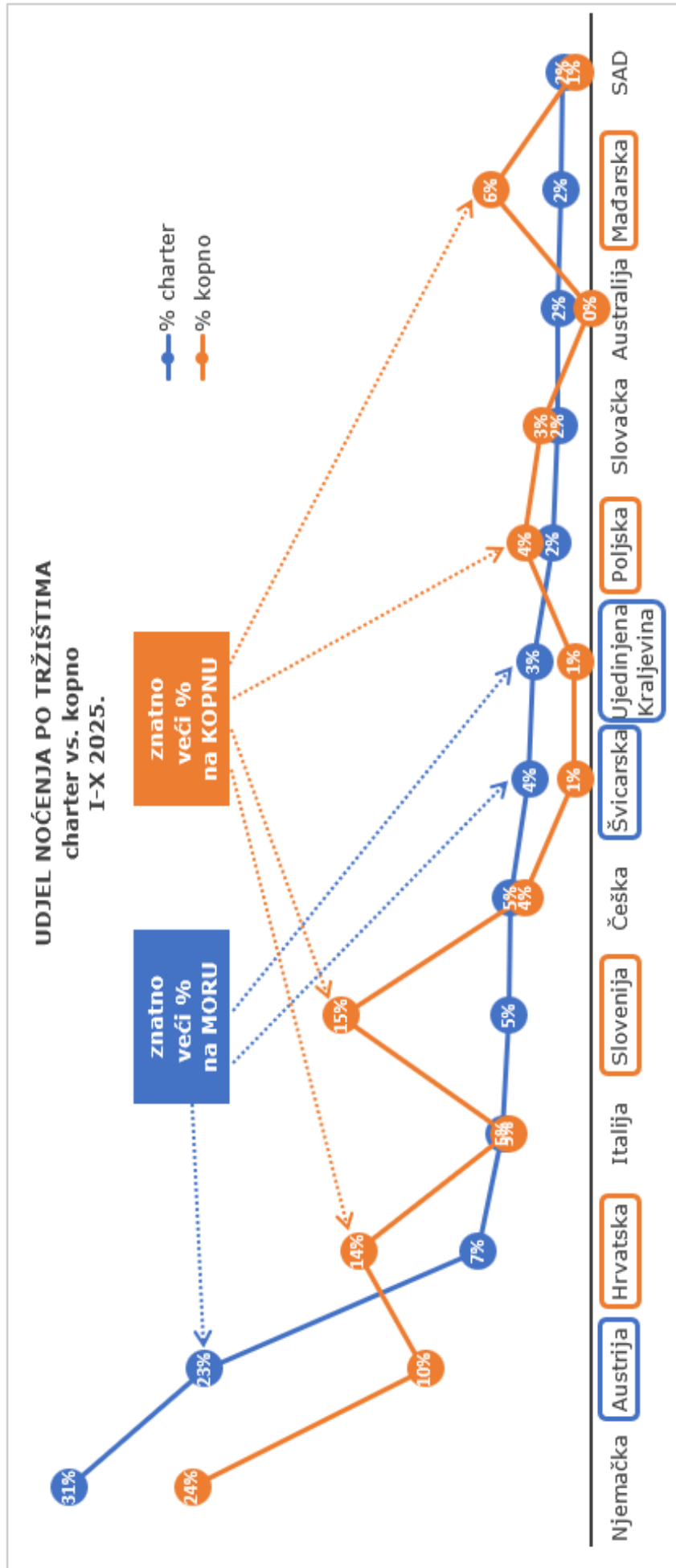
TURISTIČKA ZAJEDNICA* na čijem području se nalaze luke isplovljavanja	SIJEČANJ-LISTOPAD										
	NAUTIČKI PROMET							INDEKS			
	2025.			2024.		2019.		2025./24.		2025./19.	
	dol.	noć.	% noć.	dol.	noć.	dol.	noć.	dol.	noć.	dol.	noć.
Punat	18.321	114.722	65%	15.898	97.880	13.490	81.246	115	117	136	141
Opatija	2.932	19.839	11%	2.072	14.336	2.376	16.281	142	138	123	122
Rijeka	3.056	19.616	11%	3.462	22.712	4.481	31.182	88	86	68	63
Novi Vinodolski	1.878	12.980	7%	1.992	13.103	527	3.861	94	99	356	336
Mali Lošinj	650	4.090	2%	847	5.491	1.823	11.451	77	74	36	36
Krk	691	3.859	2%	732	4.888	259	2.018	94	79	267	191
<i>ostali</i>	<i>259</i>	<i>1.477</i>	<i>1%</i>	<i>685</i>	<i>4.426</i>	<i>1.510</i>	<i>9.758</i>	<i>38</i>	<i>33</i>	<i>17</i>	<i>15</i>
UKUPNO	27.787	176.583		25.688	162.836	24.466	155.797	108	108	114	113



TOP TRŽIŠTA*	SIJEČANJ-LISTOPAD										
	NAUČIČKI PROMET							INDEKS			
	2025.			2024.		2019.		IND. 25./24.		2025./19.	
	dol.	noć.	% noć.	dol.	noć.	dol.	noć.	dol.	noć.	dol.	noć.
Njemačka	7.980	55.396	31%	7.429	51.280	8.049	56.860	107	108	99	97
Austrija	7.145	41.071	23%	6.326	36.697	5.757	33.711	113	112	124	122
Hrvatska	2.163	12.030	7%	1.927	10.744	2.074	10.420	112	112	104	115
Italija	1.397	9.370	5%	1.278	8.477	1.221	8.197	109	111	114	114
Slovenija	1.757	8.724	5%	1.615	7.599	1.049	7.113	109	115	167	123
Češka	1.259	8.520	5%	1.257	8.328	736	5.965	100	102	171	143
Švicarska	869	6.540	4%	1.178	8.377	1.340	5.947	74	78	65	110
Ujedinjena Kralje	867	6.037	3%	611	4.223	644	4.147	142	143	135	146
Poljska	573	4.025	2%	436	3.038	418	3.083	131	132	137	131
Slovačka	541	3.449	2%	515	3.098	383	2.774	105	111	141	124
Australija	474	3.419	2%	495	3.570	379	2.584	96	96	125	132
Mađarska	590	3.210	2%	461	2.460	292	2.153	128	130	202	149
SAD	460	2.953	2%	314	2.020	321	1.904	146	146	143	155
<i>ostali</i>	<i>1.712</i>	<i>11.839</i>	<i>7%</i>	<i>1.846</i>	<i>12.925</i>	<i>1.803</i>	<i>10.939</i>	<i>93</i>	<i>92</i>	<i>95</i>	<i>108</i>
UKUPNO	27.787	176.583		25.688	162.836	24.466	155.797	108	108	114	113

RAZDOBLJE	SIJEČANJ-LISTOPAD										
	NAUČIČKI PROMET							INDEKS			
	2025.			2024.		2019.		2025./24.		2025./19.	
	dol.	noć.	% noć.	dol.	noć.	dol.	noć.	dol.	noć.	dol.	noć.
PREDESEZONA (I-V)	5.721	27.287	15%	5.163	27.285	4.476	22.417	111	100	128	122
domaći	327	1.287		337	1.434	445	1.517	97	90	73	85
strani	5.394	26.000		4.826	25.851	4.031	20.900	112	101	134	124
GLAVNA SEZONA (VI-VIII)	15.507	102.852	58%	14.602	91.619	15.012	97.955	106	112	103	105
domaći	1.451	8.581		1.331	7.853	1.220	6.885	109	109	119	125
strani	14.056	94.271		13.271	83.766	13.792	91.070	106	113	102	104
POSEZONA, dio (IX-X)	6.559	46.444	26%	5.923	43.932	4.978	35.425	111	106	132	131
domaći	385	2.162		259	1.457	409	2.018	149	148	94	107
strani	6.174	44.282		5.664	42.475	4.569	33.407	109	104	135	133
UKUPNO (I-X)	27.787	176.583		25.688	162.836	24.466	155.797	108	108	114	113
domaći	2.163	12.030		1.927	10.744	2.074	10.420	112	112	104	115
strani	25.624	164.553		23.761	152.092	22.392	145.377	108	108	114	113





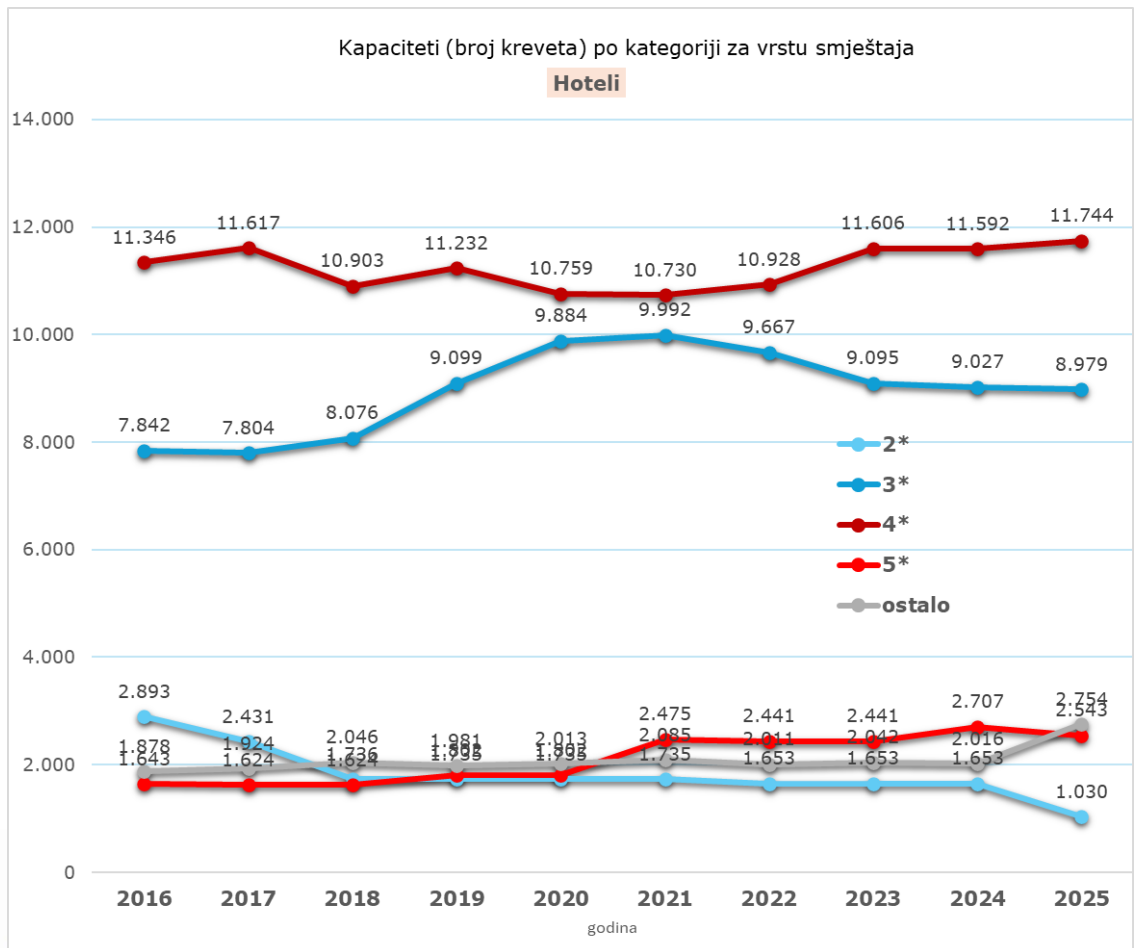
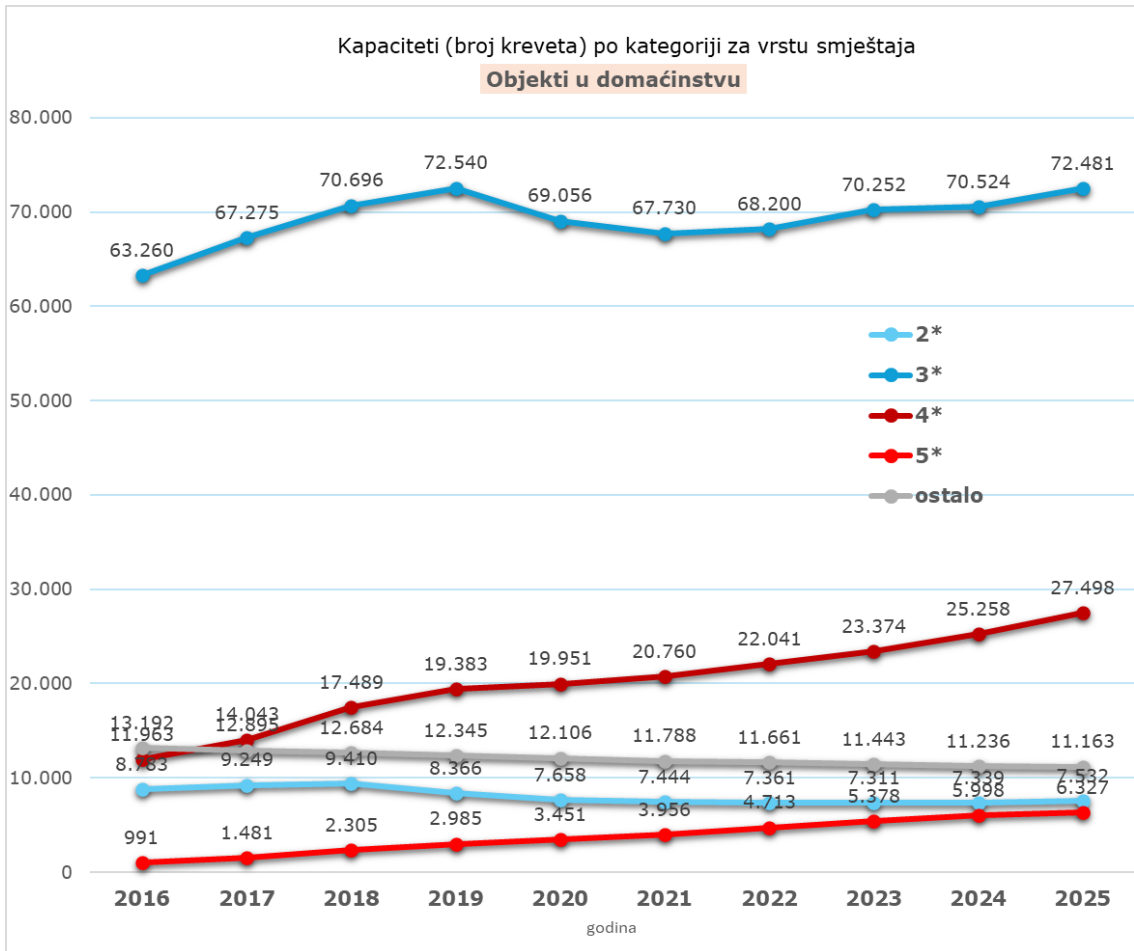
KAPACITETI ZA SMJEŠTAJ TURISTA NA PODRUČJU PGŽ

Prema podacima iz sustava eVisitor na dan 31.10.2025. godine PGŽ raspolaže s **206.000 stalnih kreveta u komercijalnom smještaju**. S dodatnih 184.000 kreveta u nekomercijalnom smještaju ukupan kapacitet je 390.000 kreveta.

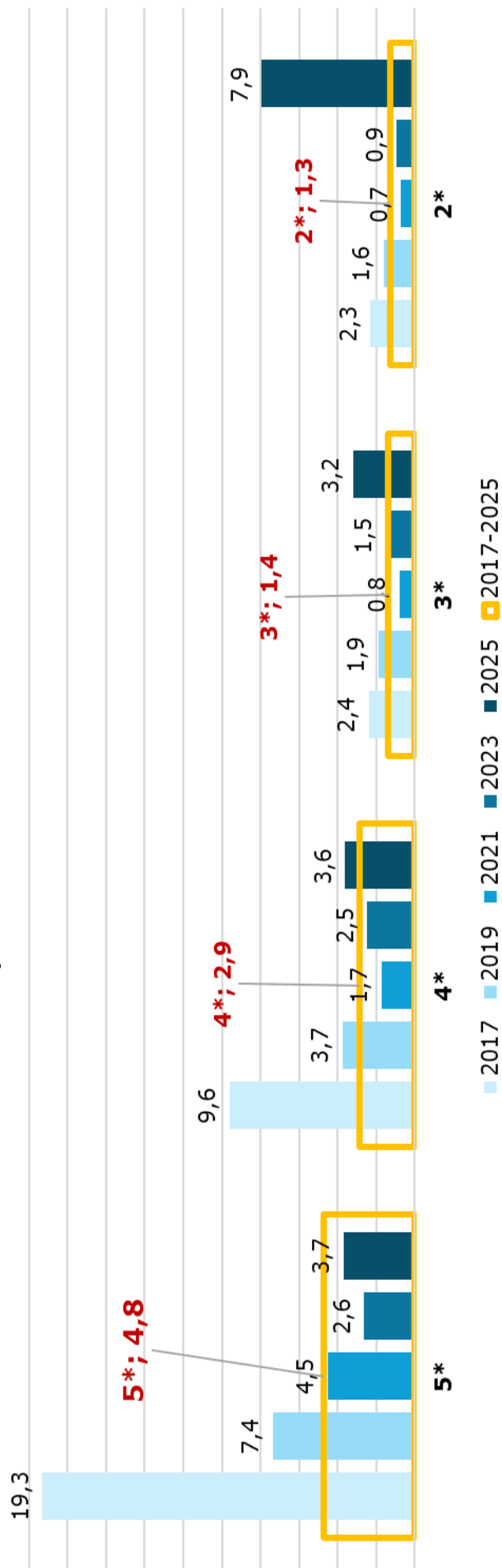
U posljednjih 10 godina zabilježene su sljedeće promjene:

- hotelski smještaj bilježi najmanji rast kapaciteta: broj kreveta povećao se za 6%. No unutar kategorija hotela promjene su značajne: 2016. godine Kvarner je imao 9 hotela s 5★ i 17 hotela s 2★, a danas je odnos obrnut — **17 hotela s 5★ i 9 s 2★**. Isto razdoblje izraženo u krevetima: 76% više u 5* i 64% manje u 2*
- Broj kreveta u kampovima se povećao za 15%, no rast kreveta u kampovima s 5* je 67%
- objekti u domaćinstvu i dalje su najbrojnija vrsta komercijalnog smještaja s rastom broja kreveta od 25%. No kao u slučaju hotela i kampova, smještaj visoke kategorije je imao najveći rast. Broj objekata s **5★** povećan je s 144 (2016.) na 982; odnosno 1.886 objekata s 4* je poraslo na aktualnih 4.828. Istodobno se smanjio broj objekata s 2*
- neovisno o vrsti komercijalnog smještaja, najveći porast kapaciteta je u najvišoj kategoriji: **5*: +194%** kreveta; 4*: +40%; 3: +11%; 2*: -15%
- **Nekomercijalni smještaj** zabilježio porast od **81%**, što je četiri puta više od rasta u komercijalnom smještaju. Od ukupno 184.000 kreveta, **113.000** otpada na vikendice (oko 24.000 objekata), dok se ostatak odnosi na evidentirane objekte stanovnika.





OMJER OTVORENIH I ZATVORENIH OBJEKATA U DOMAĆINSTVU
po KATEGORIJI I GODINAMA



VRSTA/KATEGORIJA smještaja	OBJEKTI				KREKETI							
	2025*	2016*	INDEKS	br. kreveta	2025*			2016*				
					% KOMERC	% unutar vrste	% SVI	br. kreveta	% KOMERC	% unutar vrste	% SVI	INDEKS
Objekti u domaćinstvu	21.840	15.448	141	124.181	60%	100%	32%	99.217	58%	100%	36%	125
5*	982	144	682	6.351	3%	5%	2%	979	1%	1%	0%	649
4*	4.828	1.886	256	26.355	13%	21%	7%	12.038	7%	12%	4%	219
3*	13.229	10.223	129	72.686	35%	59%	19%	64.070	37%	65%	23%	113
2*	1.030	1.117	92	7.577	4%	6%	2%	8.833	5%	9%	3%	86
ostalo	1.771	2.078	85	11.212	5%	9%	3%	13.297	8%	13%	5%	84
Hoteli	181	170	106	26.998	13%	100%	7%	25.464	15%	100%	9%	106
5*	17	9	189	2.543	1%	9%	1%	1.446	1%	6%	1%	176
4*	69	63	110	11.229	5%	42%	3%	10.908	6%	43%	4%	103
3*	44	44	100	9.022	4%	33%	2%	7.931	5%	31%	3%	114
2*	9	17	53	1.030	0%	4%	0%	2.893	2%	11%	1%	36
ostalo	42	37	114	3.174	2%	12%	1%	2.286	1%	9%	1%	139
Kampovi	58	47	123	46.856	23%	100%	12%	40.819	24%	100%	15%	115
5*	2	1	200	2.325	1%	5%	1%	1.396	1%	3%	1%	167
4*	15	13	115	26.050	13%	56%	7%	22.538	13%	55%	8%	116
3*	14	16	88	12.489	6%	27%	3%	12.936	8%	32%	5%	97
2*	11	9	122	4.252	2%	9%	1%	3.379	2%	8%	1%	126
ostalo	16	8	200	1.740	1%	4%	0%	570	0%	1%	0%	305
Odmarališta i sl.	122	102	120	8.180	4%	100%	2%	6.352	4%	100%	2%	129
3*	3	4	75	117	0%	0%	0%	143	0%	0%	0%	82
2*	3	4	75	75	0%	0%	0%	111	0%	0%	0%	68
ostalo	116	94	123	7.988	4%	2%	2%	6.098	4%	2%	2%	131
KOMERCIJALNI SMJEŠTAJ	22.201	15.767	141	206.215	100%	53%	53%	171.852	100%	63%	63%	120
5*	1.001	154	650	11.219	5%	3%	3%	3.821	2%	1%	1%	294
4*	4.912	1.962	250	63.634	31%	16%	16%	45.484	26%	17%	17%	140
3*	13.290	10.287	129	94.314	46%	24%	24%	85.080	50%	31%	31%	111
2*	1.053	1.147	92	12.934	6%	3%	3%	15.216	9%	6%	6%	85
ostalo	1.945	2.217	88	24.114	12%	6%	6%	22.251	13%	8%	8%	108
Nekomercijalni smještaj	39.742	21.009	189	183.593			47%	101.656			37%	181
SVEUKUPNO	61.943	36.776	168	389.808				273.508				143

1. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE



1.1. STRATEŠKI / OPERATIVNI / KOMUNIKACIJSKI / AKCIJSKI DOKUMENTI

1.1.1. PLAN RAZVOJA TURIZMA PGŽ DO 2030. GODINE; PROVEDBA I MONITORING

Zadane aktivnosti iz Plana razvoja turizma Primorsko-goranske županije do 2030. godine, za koje su zaduženi TZ Kvarnera i lokalne turističke zajednice provode se kontinuirano, a monitoring dokumenta zajednički izrađuju TZ PGŽ i Primorsko-goranska županija, kako bi se osigurao uvid u realizaciju postavljenih ciljeva.

Nositelji/partneri	TZ PGŽ s partnerima
Iznos potreban za realizaciju	11.250,00 €
Rokovi realizacije	kontinuirano

1.1.2. AKCIJSKI PLAN RAZVOJA TURIZMA PGŽ DO 2027. GODINE; PROVEDBA I MONITORING

Temeljem Plana razvoja turizma Primorsko-goranske županije do 2030. godine donesen je Akcijski plan razvoja turizma do 2027. godine koji prati i ostale strateške dokumente (Nacionalna Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine te Plan razvoja PGŽ za razdoblje 2022-2027. godine). Godišnji Programa rada se temelji na aktivnostima predviđenim u Akcijskom planu, a monitoring se provodi godišnje, za one aktivnosti za koje je zadužena TZ PGŽ sa sustavom lokalnih turističkih zajednica.

Nositelji/partneri	TZ PGŽ s partnerima
Iznos potreban za realizaciju	5.000,00 €
Rokovi realizacije	kontinuirano



1.1.3. AKCIJSKI PLAN ZA RAZVOJ GASTRONOMIJE; PROVEDBA I MONITORING

Akcijni plan razvoja gastronomije Primorsko-goranske županije usvojen je 2023. godine za razdoblje do 2027. godine, te daje pregled ključnih trendova na tržištu koji se vezuju za ovaj oblik turizma, značaj oznaka kvalitete i kratkih lanaca opskrbe, analizu stanja gastronomije PGŽ-a, pregled razvojnih potencijala, i druge smjernice. Termanski plan daje prijedlog u kojem je moguće ostvariti mjerljiv i zamjetan napredak. Definirane su provedbene aktivnosti realizacije strateških ciljeva, vizije i razvojnih projekata na domaćem i internacionalnom tržištu.

U tom smislu, TZ PGŽ će nastaviti u 2026. godini s provedbom i praćenjem aktivnosti.

Nositelji/partneri	TZ PGŽ i PGŽ
Iznos potreban za realizaciju	3.000,00 €
Rokovi realizacije	kontinuirano

1.1.4. PLAN UPRAVLJANJA DESTINACIJOM – PRAĆENJE RAZVOJA ODRŽIVOSTI DESTINACIJE I IZRAČUN PRIHVATNOG KAPACITETA

Plan upravljanja destinacijom je planski dokument za razvoj održive destinacije. Primarna svrha je kroz Plan osigurati razvoj destinacije u smjeru održivosti u skladu s aktima strateškog planiranja, prostornim planovima, planom upravljanja kulturnim dobrima i drugim važećim planovima i propisima. Sukladno Zakonu o turizmu (NN 156/23) izrađuje ga turistička zajednica (lokalna i regionalna). Planom se određuje smjer razvoja destinacije s ciljem poboljšanja iskustva posjetitelja, zaštite prirodnih i kulturnih dobara i dobrobiti lokalne zajednice. Plan upravljanja destinacijom predstavlja podlogu za donošenje odluka i mjera za upravljanje razvojem turizma u smjeru održivosti. Ovaj strateški dokument koji se donosi na rok od 4 godine, daje smjernice razvoja PGŽ.



Tijekom 2025. godine su sve turističke zajednice s područja PGŽ pokrenule izradu Planova, a TZ PGŽ je u 2026. godini započela s izradom Plana, čiji se završetak očekuje 2026. godine, te su za tu aktivnost prenijeta sredstva iz 2025. u 2026. godinu.

Nositelji/partneri	TZ PGŽ s partnerima
Iznos potreban za realizaciju	47.000,00 €
Rokovi realizacije	do konca 2026.

1.2. ISTRAŽIVANJE I ANALIZA TRŽIŠTA

1.2.2. PROVOĐENJE ISTRAŽIVANJA O ZADOVOLJSTVU POSJETITELJA I DRUGA TRŽIŠNA ISTRAŽIVANJA S RAZNIM PARTNERIMA

Akcijski plan razvoja turizma PGŽ do 2027. godine predviđa provedbu istraživanja, odnosno prikupljanje stavova lokalnog stanovništva i turističkih dionika o razvoju turizma. Budući da su njihova mišljenja ključna za održivi razvoj Županije, planirano je provođenje istraživanja tijekom 2026. godine, te će se usporediti s onim istraživanjima provedenim na istu temu i s istim dionicima u 2024. godini.

Nositelji/partneri	TZ PGŽ u suradnji s LTZ, FMTU, HTZ-om, Institutom za turizam RH, marketinškom agencijom
Iznos potreban za realizaciju	5.000,00 €
Rokovi realizacije	kontinuirano



1.3. MJERENJE UČINKOVITOSTI PROMOTIVNIH AKTIVNOSTI

TZ PGŽ mjeri učinkovitost kroz sve aktivnosti koje se provode, a kroz koje je moguće mjeriti učinkovitost, međutim ne iziskuje financijska sredstva.



2. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA



2.1. IDENTIFIKACIJA I VREDNOVANJE RESURSA TE STRUKTURIRANJE TURISTIČKIH PROIZVODA

Ova programska aktivnost odnosi se na identifikaciju, stvaranje i povezivanje novih te jačanje postojećih elemenata turističke ponude s dionicima, te je sastavni dio strateških/operativnih/akcijskih dokumenata, stoga ne iziskuje dodatna financijska sredstva.

2.2. SUSTAVI OZNAČAVANJA KVALITETE TURISTIČKOG PROIZVODA

Razvojem marketing brendova tj. stvaranjem sustava označavanja kvalitete turističkog proizvoda radi se na isticanju kvalitetne ponude i proizvoda regije koji mogu dodatno motivirati goste za dolazak u destinaciju, a organizatorima putovanja pruža bazu informacija za kreiranje aranžmana i zajedničko plasiranje programa. Pri tome, najvažniji je razvoj atraktivne i konkurentne destinacijske ponude s dodanom vrijednošću u razdoblju pred- i posezone.

Razvoj novih turističkih proizvoda i doživljaja doprinosi produljenju turističke sezone i stvaranju sadržajnije i kvalitetnije ponude, što potvrđuje i trend sve većeg zadovoljstva gostiju, zatim porasta turističkog prometa na području županije ostvarenog prethodnih godina i samim time sve bolji financijski rezultat turističkog gospodarstva.

Aktivnosti na razvoju marketing brendova tj. sustava označavanja kvalitete turističkog proizvoda uključuju sljedeće:

- definiranje projekta za dodjelu oznake kvalitete pojedinog brenda: uspostava sustava kvalitete, utvrđivanje normi, kriterija i oznaka kvalitete turističkih proizvoda na nivou županije/regije
- ocjenjivanje i/ili provjera kriterija potencijalnih nositelja oznake kvalitete pojedinog brenda
- promocija kroz web stranice, tiskani materijal, PR članke, oglašavanje, studijska putovanja, prezentacije, sajmove, organizaciju i su-organizaciju tematskih manifestacija
- suradnja s renomiranim pružateljima usluga označavanja kvalitete
- suradnja s predstavnicima turističke ponude po proizvodima radi podizanja kvalitete ponude u destinaciji.

Kroz ovu aktivnost nastavlja se s provođenjem i razvojem brendova tj. turističkih proizvoda TZ PGŽ iz prijašnjih godina: Kvarner Family, Kvarner Gourmet, Kvarner Food, Kvarner Wines, Kvarner Outdoor, Kvarner Health



& Wellbeing, Kvarner Culture, cruising, Kvarner održiva turistička destinacija.

2.2.1. KVARNER FAMILY - RAZVOJ I BRENDIRANJE OBITELJSKOG SMJEŠTAJA

Projekt Kvarner Family, koji provodi Turistička zajednica Primorsko-goranske županije (TZ PGŽ) u suradnji s lokalnim turističkim zajednicama, jedan je od najpoznatijih programa za unapređenje obiteljskog smještaja u Hrvatskoj.

U projekt je uključeno više od 500 smještajnih objekata provjerene kvalitete, među kojima:

- 70 objekata Pet Friendly – kućni ljubimci su dobrodošli
- 60 objekata Bike Friendly i Hike Friendly – prilagođeni cikloturistima, planinarima i ljubiteljima aktivnog odmora
- 30-ak turističkih agencija koje promoviraju smještaje s oznakom Kvarner Family

Oznaka Kvarner Family predstavlja preporuku TZ PGŽ, jamči visoku kvalitetu i sigurnost boravka te prepoznatljivost brendiranih apartmana, kuća za odmor, kampova i soba privatnih iznajmljivača na području Kvarnera.

2.2.1.1. DALJNI RAZVOJ PROJEKTA

Ove aktivnosti dodatno jačaju vidljivost brenda Kvarner Family i potiču aktivnu promociju lokalnih objekata:

- dostava promotivnih materijala – izrada i distribucija mapa i brošura TZ PGŽ izravno na kućne adrese iznajmljivača, radi lakše promocije i informiranja gostiju
- Javni poziv za sufinanciranje marketinških akcija – podrška Kvarner Family iznajmljivačima u provedbi vlastitih promotivnih aktivnosti, uz sufinanciranje troškova od strane TZ PGŽ

Nositelji/partneri	TZ PGŽ
Iznos potreban za realizaciju	13.000,00 €
Rokovi realizacije	kontinuirano



2.2.1.2. EDUKACIJE IZNAJMLJIVAČA I AGENATA

Cilj edukacija je unaprijediti poslovanje iznajmljivača, povezivanjem s lokalnim OPG-ovima i proizvođačima, čime se podiže kvaliteta ponude i potiče potrošnja u Gorskom kotaru i cijeloj Primorsko-goranskoj županiji. Poseban naglasak stavlja se na održivi razvoj i promociju lokalnih proizvoda.

Kroz studijske izlete iznajmljivači se upoznaju s:

- Eno-gastronomskom ponudom Kvarnera – vinarije, kušaonice, OPG-ovi, tradicionalni proizvodi i suveniri
- Kulturno-povijesnom i prirodnom baštinom – lokalne znamenitosti, tradicija i prirodne atrakcije

Sukladno smjernicama iz strateških dokumenata, studijski izleti osnažuju prezentaciju kulturne baštine (materijalne i nematerijalne) u turističkoj ponudi, jačaju značenje prirodne i kulturne baštine u lokalnoj zajednici, kao i suradnju unutar zajednice, te potiču lokalnu ekonomiju i omogućuju iznajmljivačima da svojim gostima preporuča autentične kvarnerske doživljaje.

Edukacije se provode i kroz online radionice koje obuhvaćaju:

- Moć gostoljubivosti – komunikacijske vještine i kvaliteta brige o gostu
- Tečajeve stranih jezika – njemački i talijanski s naglaskom na turizam
- Zdravstvenu ponudu Kvarnera – wellness, lječilišta i medicinski kapaciteti regije
- Pripremu turističke sezone – pravila poslovanja, sigurnost i zdravstveni standardi, u suradnji s nadležnim institucijama

Cilj ovih aktivnosti je osnažiti iznajmljivače znanjem i vještinama, kako bi mogli kvalitetno odgovoriti na potrebe modernih gostiju i pridonijeti razvoju prepoznatljive i održive kvarnerske turističke ponude.

Nositelji/partneri	TZ PGŽ
Iznos potreban za realizaciju	16.500,00 €
Rokovi realizacije	kontinuirano



2.2.1.3. PROMOCIJA PROJEKTA

U okviru godišnjeg medijskog plana, Turistička zajednica Primorsko-goranske županije (TZ PGŽ) provodi niz aktivnosti s ciljem povećanja vidljivosti i prepoznatljivosti brenda Kvarner Family te obiteljskog smještaja u regiji.

Glavne aktivnosti uključuju:

- Oglašavanje – provedba kampanja prema godišnjem medijskom planu TZ PGŽ
- Internet marketing – analiza posjećenosti web portala i unapređenje digitalne promocije
- Prihvat novinara, profesionalnih putnika i influencera – organizacija boravaka u Kvarner Family objektima radi jačanja medijske vidljivosti i promocije autentičnih iskustava
- Sajmovi i prezentacije – nastupi TZ PGŽ s naglaskom na obiteljski smještaj i objekte s oznakom Kvarner Family
- Tiskovne konferencije, newsletteri i press informacije – redovito informiranje medija i javnosti o projektima i novostima
- Komunikacija s iznajmljivačima – kontinuirano obavještavanje članova Kvarner Family o edukacijama, novostima i promocijskim mogućnostima.

Kroz ove aktivnosti Kvarner jača svoju prepoznatljivost kao destinacija kvalitetnog, autentičnog i održivog obiteljskog smještaja.

Nositelji/partneri	TZ PGŽ
Iznos potreban za realizaciju	2.500,00 €
Rokovi realizacije	kontinuirano

2.2.2. KVARNER GOURMET I KVARNER FOOD – RAZVOJ I BRENDIRANJE GASTRONOMIJE

U 2026. godinu Kvarner ulazi s aktivnim Akcijskim planom razvoja gastronomije PGŽ, s proglašenim Manifestom kvarnerske gastronomije, s brendom „Europska regija gastronomije 2026“ i aktivnim statusom na platformi „Europska/Svjetska regija gastronomije“, zatim brendom



Itervitis-a „Kvarner - najbolja održiva destinacija vinskog turizma u Europi“, te sukladno tome brojnim preuzetim smjernicama i obavezama.

Naime, nakon dugog, kontinuiranog rada na brendiranju gastronomije PGŽ kao jednog od glavnih motiva dolazaka gostiju na Kvarner i doprinosu uvjeta za daljnji razvoj gastronomije, povećanje kvalitete, znanja i kompetencija u sektoru, upravo će 2026-ta godina biti ona u kojoj će se pod brendom Europske regije gastronomije slaviti bogatstvo različitosti destinacije.

Razvojni koncept podrazumijeva promišljanje eno-gastronomije izvan okvira isključivo turističke ponude i fokusiranosti na turiste. Ovaj koncept integrira gastronomsko nasljeđe u sve segmente lokalne zajednice, sagledava je kao obilježje života lokalnog stanovništva i dio baštine PGŽ-a s jedne strane te kao značajan element turističke ponude s druge.

U provođenju aktivnosti TZ PGŽ surađuje sa sustavom turističkih zajednica, MINTS-om, gospodarskim / ugostiteljskim subjektima i drugim strukovnim i marketinškim partnerima.

2.2.2.1. DALJNI RAZVOJ PROJEKTA

Sve aktivnosti koje se provode i komuniciraju dio su primarnih ciljeva iz Akcijskog plana razvoja gastronomije PGŽ:

- a) Kvaliteta i raznolikost
- b) Održivost i integriranost u zajednicu
- c) Prepoznatljivost

Sukladno terminskom planu provedbe, tijekom 2026. godine (uključivo nastavak iz 2025. godine) u suradnji s definiranim nositeljima provedbe u čijoj je nadležnosti dio aktivnosti, provest će se niz aktivnosti.

Uz to, poštivat će se strateška orijentacija definirana u Manifestu kvarnerske gastronomije, kojim se TZ PGŽ zalaže za jačanje identiteta regionalne gastronomije i njezinih različitosti subregija i triju kuhinja primorja, otoka i gorja kao temeljne vrijednosti.

2.2.2.1.1. Europska regija gastronomije

2.2.2.1.1.1. OTVORENJE/OBILJEŽAVANJE EUROPSKE REGIJE GASTRONOMIJE

Prigodno će se obilježiti projekt i brend Kvarner – Europska regija gastronomije, te kroz priču o značaju gastronomije, o baštini, raznolikosti, bogatstvu i autohtonosti predstaviti eno-gastronomiju Kvarnera.



2.2.2.1.1.2. CIKLUS OTVORENJA U KVARNERSKIM DESTINACIJAMA

Rijeka, Opatijska rivijera, Crikveničko-vinodolska rivijera, Krk, Rab, Cres, Lošinj i Gorski kotar priredit će program otvorenja Europske destinacije godine u svojim destinacijama, na način da budu domaćini predstavljanja eno-gastro proizvoda i pratećih sadržaja gostujućih destinacija.

2.2.2.1.1.3. VOĐENJE I KOORDINACIJA PROJEKTA

Ključan element za učinkovito upravljanjem projektom jest koordinacija svih uključenih dionika te angažiranje vanjskih stručnjaka koji u skladu sa zahtjevima IGCAT-a pomažu u provedbi aktivnosti.

2.2.2.1.1.4. DOMAĆINSTVO PLATFORM MEETING

IGCAT Platform Meeting i dodjela nagrade pobjednicima natjecanja „TOP World Foodie Websites“, 15.–21.03.2026.

S obzirom na obveze koje se vezuju za Kvarner kao Europsku regiju gastronomije Kvarner će biti domaćinom stručnog sastanka IGCAT platforme, na kojem sudjeluju predstavnici europskih i svjetskih regija aktivnih na platformi, a to su dosadašnji i sadašnji nositelji brenda, kao i nominirani kandidati. Očekuje se ukupno 50-tak sudionika iz cijelog svijeta. U sklopu višednevnog boravka održat će se i izbor najbolje svjetske web stranice na temu gastronomije i gala večera dodjele nagrada. Program će sadržavati posjet kvarnerskim destinacijama, od Rijeke i Riječkog prstena, Opatijske rivijere, otoka Cresa, Lošinja, Raba i Krka, Crikveničko-Vinodolske rivijere te Gorskog kotara.

2.2.2.1.1.5. IGCAT SURADNJA

Sudjelovanje Kvarnera u radu IGCAT Platforme

Kroz 2026. godinu Kvarner će sudjelovati u aktivnostima platforme u cilju razmjene znanja i iskustava, a to su sastanci platforme u drugim regijama nositeljima brenda, sudjelovanje u stručnim natjecanjima „Food Gift Challenge“, „Food Film Menu“, „TOP World Foodie Websites“ i drugim natjecanjima.

2.2.2.1.1.6. STRUČNA DOGAĐANJA

Od važnijih stručnih događanja kojima će TZ PGŽ biti domaćinom, izdvajaju se:

- **UN Tourism Congress o gastronomiji** – listopad 2026
Kandidaturu TZ Kvarnera i HTZ-a prihvatila je generalna skupština Ujedinjenih Naroda - UN Tourism, na zasjedanju 2025-te godine, a valorizirane su vrijednosti raznolikosti i bogatstva eno-gastro ponude i brenda Kvarnera kao Europske regije gastronomije.



- **Taste the Mediterranean Festival** – u Malom Lošinj, rujan 2026
Održat će se po drugi put na Kvarneru, a radi se o promociji destinaciji kroz gostovanja internacionalno priznatih chefova, kako u lokalnim restoranima, tako i kroz masterclass radionice za učenike u srednjoj ugostiteljskoj školi.
- **Kvarnerski Forum o gastronomiji** – godišnje mjesto susreta stručnjaka, dionika i ambasadora projekta Europska regija gastronomije
- Ostala stručna događanja u cilju valorizacije i promocije destinacije

Kreirat će se i/ili unaprijediti paleta tematskih komunikacijskih alata kojima će se doprinijeti vidljivosti na globalnom tržištu i povećanju prepoznatljivosti. To su web stranica „Kvarner for Foodie Travellers“, newsletter, društvene mreže, film o gastronomiji, video clippovi, definirani tematski vizuali i drugo.

Nositelji/partneri	TZ PGŽ
Iznos potreban za realizaciju	271.000,00 €
Rokovi realizacije	kontinuirano

2.2.2.1.2. Aktivnosti podizanja razine kvalitete i kompetencija u gastronomiji

Edukacije i radionice

Organizirat će se u suradnji s partnerima aktivnosti podizanja razine kvalitete i kompetencija u eno-gastronomiji kao što su edukacije, radionice i terenske radionice, razmjena primjera dobre prakse i studentski obilasci, kao i razni formati strukovnog analiziranja u cilju unaprjeđivanja stanja (okrugli stol, forum, panel, anketiranje i slično).

To će uključivati edukacije u sommelierstvu, u kuharstvu, u ugostiteljstvu i drugim vještinama vezanim uz podizanje kvalitete usluge gostoljubivosti, složenoj vještini ophođenja s gostima neophodnoj za pružanje vrhunske usluge u ugostiteljskim i turističkim objektima, koja je većinom presudna u sveukupnom doživljaju. U cilju promocije vinskog turizma potrebno je pridonijeti podizanju znanja na području enologije, te povećati broj stručnjaka i znalaca u tom sektoru.

Posebno će se organizirati radionice upoznavanja lokalnih maslinovih ulja. Uz edukacije i radionice provodit će se promocija s internacionalno



priznatim chefovima. Kroz edukaciju raznih dionika potrebno je komunicirati važnost eno-gastronomije kao turističkog proizvoda i mogućnosti za povećanje kvalitete.

U cilju povećanja vidljivosti i transfera znanja, odnosno razmjene „know-how“ iskustava, podržavat će se inicijative dionika u području eno-gastronomije, kako na nacionalnoj razini, tako i međunarodnoj.

Nositelji/partneri	TZ PGŽ
Iznos potreban za realizaciju	19.000,00 €
Rokovi realizacije	kontinuirano

2.2.2.2. SURADNJA S PARTNERIMA

Suradnja s uglednim udruženjima i brendovima, čije kanale promocije TZ PGŽ koristi na domaćem, europskom i svjetskom tržištu:

- Michelin - Na poziv i preporuku HTZ-a TZ Kvarnera će sudjelovati u marketinškim aktivnostima s Michelin gastronomskim vodičem.
- JRE (Jeunes Restaurateurs d'Europe) - TZ Kvarnera će oglasom na jednoj stranici sudjelovati u tiskanom i digitalnom izdanju tematskog JRE vodiča za austrijsko i hrvatsko tržište. Na prijedlog partnera eventualno će se sudjelovati u drugim aktivnostima.
- Gault&Millau - Izradit će se regionalno i nacionalno izdanje tematskog vodiča u tiskanom i digitalnom obliku, uz sudjelovanje na društvenim mrežama i web stranici Gault&Millau Hrvatska, a po prijedlogu partnera moguće je sudjelovati i u drugim, pratećim, promotivnim aktivnostima.
- HSK/Hrvatski sommelier klub - Slijedom ugovorene trogodišnje suradnje za razdoblje 2025. – 2027. godine, te na prijedlog partnera organizirat će se državno prvenstvo sommeliera, edukativno-promotivne radionice, ostala natjecanja i edukacije i treninzi sommeliera, te druge aktivnosti.
- UN Tourism – TZ PGŽ je pridruženi član UN Tourism, a u fokusu je suradnja na organizaciji godišnjeg kongresa UN Tourism za gastronomiju kojem će Kvarner biti domaćinom u listopadu 2026. godine.
- Udruženje Vina Kvarnera /Kvarner Wines – U fokusu suradnje su zajedničke aktivnosti na promociji brenda Kvarner Wines, odnosno promociji regije kao eno-destinacije, poticanje natjecanja i ocjenjivanja, kao što je Decanter, te domaćinstvo regionalnom



natjecanju Kvarner International Wine Trophy, te nastavak projekata brendiranja žlahtine i druge aktivnosti.

- Klub članova Eko selo – TZ Kvarnera će slijedom višegodišnje suradnje i u 2026. godini sudjelovati na projektu izbora kandidata u raznim kategorijama za nagradu „SUNCOKRET ruralnoga turizma – The Sunflower Award“, kao i za posebnu nagradu za ruralnu turističku destinaciju godine. Također, u 2026. godini Kvarner će uz PGŽ biti domaćinom 7. Međunarodnog kongresa o ruralnom turizmu u organizaciji partnera.
- HUSAM (Hrvatska udruga senzornih analitičara kvalitete meda) organizator je godišnje nacionalne konferencije s radionicama o sigurnosti i kvaliteti pčelinjih proizvoda u Kastvu, te Dana pčela, a TZ Kvarnera kao partner sudjeluje u marketinškim aktivnostima.
- ostali partneri

Nositelji/partneri	TZ PGŽ
Iznos potreban za realizaciju	114.500,00 €
Rokovi realizacije	kontinuirano

2.2.2.3. PROMOCIJA BRENOVA KVARNERSKE ENO-GASTRONOMIJE

Slijedom preporuka iz komunikacijskog plana u sklopu Akcijskog plana razvoja gastronomije, te slijedom brend oznaka, TZ PGŽ fokusirat će se na daljnju promociju vrijednosti kvalitete Kvarner Wines, Kvarner Gourmet i Kvarner Food i drugih oznaka kvalitete. Promovirat će se tradicionalna gastronomija u zajednici, a eno-gastronomska ponuda integrirat će se u spektar ostalih turističkih proizvoda PGŽ. Razvijati će se manifestacije koje promoviraju tradicionalna jela i vina.

Kvarner Wines

S obzirom na dosadašnje, višegodišnje aktivnosti nastavit će se s promocijom i razvojem vinskog turizma, formiranjem projekata sukladno Akcijskom planu razvoja gastronomije PGŽ. Kako je Kvarner od strane Itervitis-a proglašen za najbolju održivu destinacija vinskog turizma u Europi /„Best sustainable wine tourism destination in Europe“ ta oznaka će se također primjenjivati u promociji jačanja identiteta i prepoznatljivosti regije kao vinske destinacije, te afirmiranja regionalnih vinskih manifestacija. Uz navedeno, aktivnosti imaju za cilj povećanja vidljivosti i međusektorskog povezivanja i pridavanja značaja vinskom turizmu kroz organizaciju događanja te promociju autohtonih sorti.



Tradicionalna manifestacija od značaja za eno-gastronomiju Kvarnera je dvodnevni WineRI – Kvarner International Wine Festival u Rijeci, kao mjesto susreta ponude i potražnje, uz više od 100 izlagača iz zemlje i inozemstva, te uz predstavljanje lokalnih eno-gastro sadržaja, za što je osigurano 8.000 eur. Važni su i nastupi na vinskim sajmovima u Sloveniji, Austriji, Mađarskoj, Srbiji, Italiji, odnosno na tržištima koja tradicionalno također imaju jak vinski turizam, a time imaju i potencijalne goste Kvarnera.

Nositelji/partneri	TZ PGŽ
Iznos potreban za realizaciju	21.000,00 €
Rokovi realizacije	kontinuirano

2.2.3. KVARNER OUTDOOR – RAZVOJ I BRENDIRANJE AKTIVNOG ODMORA

2.2.3.1. DALJNI RAZVOJ PROJEKTA

U razvoj Kvarnera Outdoor projekta se kontinuirano ulaže, budući da se radi o segmentu ponude koji zahtijeva stalno praćenje i prilagođavanje tržišnim trendovima, koji se učestalo nadograđuju, mijenjaju i dodatno razvijaju. Kao i u ostalim područjima turističke ponude, promjene na tržištu odvijaju se brzo, pa je nužno sustavno pratiti trendove i pravodobno im se prilagođavati. Outdoor ponuda Kvarnera najvećim se dijelom odnosi na biciklizam (cikloturizam), pješaćenje (trail trčanje, planinarenje, hodačke ture), ronjenje, tenis i jedrenje, dok se prateći suvremene trendove dodatno razvijaju i triatlon, kayaking rute, SUP i slični sadržaji, a TZ PGŽ koordinira i usmjerava razvoj na terenu u suradnji s lokalnim turističkim zajednicama s područja PGŽ, te vanjskim partnerima.



2.2.3.1.1. Standardi i upravljanje projektom

Nakon što su u proteklom razdoblju za Kvarner Outdoor definirani krovni vizualni standardi, te standardi signalizacije i markacije za bike i hike segmente, u suradnji s lokalnim turističkim zajednicama izvršen je odabir i financiranje uređenja staza koje zadovoljavaju propisane standarde i kriterije (dosad je obilježeno oko 400 bike i hike staza na području Kvarnera, postavljeno je nekoliko interpretacijskih ploča, izrađene su standardizirane bike i hike karte, održane su edukacije za biciklističke vodiče i dr.) . Projekt se nastavlja razvijati kroz stalno prilagođavanje trendovima, reviziju staza i kontinuirani monitoring. Cilj je, kroz daljnja i kontinuirana ulaganja u aktivnosti, trajno pozicionirati regiju Kvarner među vodeće outdoor destinacije u široj regiji, što sada već gotovo i jest.

Naime, Primorsko – goranska županija je od strane ACES Europe iz Bruxellesa proglašena Europskom regijom sporta 2026., čime je potvrđena dugogodišnja posvećenost Županije razvoju sporta, rekreacije i zdravog načina života.

Ključan element za učinkovito upravljanje projektom jest koordinacija svih uključenih dionika te angažiranje vanjskih stručnjaka koji, u skladu s primjerima dobre prakse iz afirmiranih destinacija, zajedno s dionicima predlažu i provode odluke, koristeći pritom stečeno znanje i iskustvo.

Nositelji/partneri	TZ PGŽ
Iznos potreban za realizaciju	26.000,00 €
Rokovi realizacije	kontinuirano

2.2.3.1.2. Promotivni materijal

Nakon višegodišnjih ulaganja TZ PGŽ i lokalnih turističkih zajednica u kvalitetu i infrastrukturu bike i hike staza na području Županije, potrebno je pristupiti izradi specijalizirane web stranice. Na toj platformi će biti jednostavno i pregledno, putem shematskih prikaza, predstavljene staze označene na terenu te sve dodatne informacije koje korisniku mogu biti od koristi. Uz navedeno, prema potrebi će se izraditi mini brošura s pregledom najzanimljivijih i najatraktivnijih staza i događanja na području Primorsko-goranske županije.



Nositelji/partneri	TZ PGŽ
Iznos potreban za realizaciju	25.000,00 €
Rokovi realizacije	kontinuirano

2.2.3.1.3. Razvoj golfa i daljnji razvoj automoto sportova

Kroz proizvod Kvarner Outdoor, uz već razvijene segmente outdoor ponude, TZ PGŽ uključuje još nekoliko tržišno atraktivnih proizvoda, koji potencijalno omogućuju pomake na poslovanje u pred i posezoni te iskorake u povećanju turističke potrošnje. Naime, proizvodni portfelj Karnera vrlo je raznolik i ima potencijala za jačanje ostalih segmenata kao što je razvoj golfa i daljnji razvoj automoto sportova. U 2025. godini je uspostavljena suradnja na promociji Kvarnera u sklopu Golf Travelers Cup-a s naglaskom na Kvarner kao Europsku regiju gastronomije 2026. Održano je 8 turnira u 4 države (Hrvatskoj, Sloveniji, Austriji i Mađarskoj), te se s tom promocijom nastavlja i u 2026. godini.

Auto-moto sportovi također su osnova za daljnje unaprjeđenje i valorizaciju sportskih aktivnosti na Kvarneru, a postojanje automotodroma Grobnik je infrastrukturna prednost, koja kao takva ne postoji u Hrvatskoj i bližem okruženju. Stoga je automotodrom Grobnik mjesto susreta zaljubljenika i znalaca auto-moto sporta iz cijelog svijeta. TZ PGŽ surađuje na promotivnim i marketinškim aktivnostima s motoklubovima i automotodromom Grobnik, te drugim partnerima, u cilju isticanja ovog segmenta turističke ponude, koji ujedno umrežava kompletnu turističku ponudu, od smještaja, gastronomije, kulture i konzumiranja drugih resursa na području PGŽ.

Nositelji/partneri	TZ PGŽ
Iznos potreban za realizaciju	15.000,00 €
Rokovi realizacije	kontinuirano



2.2.3.2. POTICANJE OUTDOOR MANIFESTACIJA OD ZNAČAJA ZA DESTINACIJU KVARNER

Nastavlja se s promocijom regije kroz razna outdoor natjecanja i domaćinstva regije raznim sportskim događanjima, jer jaka medijska popraćenost stvara motiv dolaska i siguran oblik promocije regije. Kroz pozitivna iskustva sudionika i kroz video snimke, koji se plasiraju u medije putem raznih medijskih platformi osigurava vidljivost regije kao outdoor destinacije.

2.2.3.2.1. CroRace - međunarodna biciklistička utrka

CroRace, međunarodna biciklistička utrka, 11. izdanje održava se prvi tjedan u listopadu 2026., te od od ukupno šest etapa utrke, dvije etape se odvijaju na području Kvarnera. U Za 2026. godinu je podignuta kategorija utrke (sa UCI 2.1. na UCI ProSeries) što omogućava dovođenje 75% ekipa iz najvišeg ranga profesionalnog biciklizma, a posljedično povlači veću gledanost, medijsku vidljivost i naravno promociju destinacije.

Projekt predstavlja važan dio ukupne turističke ponude, a jedan je od glavnih akceleratora za razvoj cikloturističke ponude i dolazak cikloturista na destinaciju. Inozemni TV prijenosa uključuje prijenos u 190 država svijeta na 5 kontinenata, 75 nositelja TV prava, a 4 novinske agencije (Reuters, Eurovision, SNTV i AFPTV) distribuiraju snimke utrka svojim članovima diljem svijeta. Kroz dodanu vrijednosti interesnih točaka za Kvarner, koje se po preporuci TZ PGŽ helikopterom snimaju iz zraka, a spiker ih opisuje, te poziva gledatelje na posjet regiji, se povećava svijest o regiji.

Nositelji/partneri	TZ PGŽ u suradnji s organizatorom
Iznos potreban za realizaciju	85.000,00 €
Rokovi realizacije	listopad 2026.

2.2.3.2.2. "4 islands - MTB stage race" - Epic Series IRONMAN

„4 islands - MTB stage race“, utrka licencirana od strane Epic Serieous IRONMAN grupe kao LEGEND race, renomirana, vrlo zahtjevna, atraktivna i svjetski poznata brdska biciklistička utrka, 11. po redu, održava se na kvarnerskim otocima, od 14-18.4.2026. godine. Ironman licenca automatski sa sobom dovodi veću medijsku vidljivost, te porast



timova koji sudjeluju u utrci, a samim time i benefite destinaciji. Prema provedenim istraživanjima od strane Ironman grupe, prosječna televizijska medijska vrijednost doseže cca 4 milijuna dolara, a tom iznosu se pridodaju još i vrijednosti tiskanih medija, online, Youtube, mailing, te društvenih mreža - Instagram i Facebook.

Nositelji/partneri	TZ PGŽ u suradnji s organizatorom
Iznos potreban za realizaciju	60.000,00 €
Rokovi realizacije	travanj 2026.

2.2.3.2.3. WRC Croatia

PGŽ je predvidjela sufinanciranje promocije destinacije kroz svjetsko rally prvenstvo World Rally Championshipa (WRC) Croatia koje se održava 9.-12.4.2026. godine u Hrvatskoj, a uključuje odvijanje šest brzinskih ispita na području PGŽ, servisni park na Grobniku, te ceremonije svečanog starta WRC Croatia Rallyja 2026. u Rijeci dana 9. travnja 2026. i cilja WRC Croatia Rallyja 2026. u Opatiji dana 12. travnja 2026. godine. Šest brzinskih ispita se odvijaju: 09.04.2026. Viškovo i Jelenje, 10.04.2026. u Veprincu (Opatija), 11.04.2026. na Platku, 11.04.2026. Ravna Gora i Skrad, te Vrbovsko i 12.04.2026. Novi Vinodolski i Bribir.

Nositelji/partneri	PGŽ
Iznos potreban za realizaciju	250.000,00 €
Rokovi realizacije	-

2.2.3.2.4. XCO (cross – country olympic) European Downhill Mali Lošinj

Utrka se održava na Lošinju, 20. – 22.3.2026., a očekuje se oko 250 natjecatelja iz cijelog svijeta, u više startnih kategorija, te dobra medijska popraćenost svih relevantnih biciklističkih portala. Utrka se organizira na području park šume Čikat, u sklopu kalendara UCI Class kategorije C1.



Nositelji/partneri	TZ PGŽ u suradnji s organizatorom
Iznos potreban za realizaciju	15.000,00 €
Rokovi realizacije	-

2.2.3.2.5. Platak Snowboard Session

Početakom 2026. godine se na Platku održava Platak Snowboard Session. Očekuju se natjecatelji iz Hrvatske, Mađarske, Rusije i Slovenije, u atraktivnoj disciplini „big air“, tj. u izvođenju trikova prilikom skoka sa skakaonice. Time se povećava vidljivost sportsko-rekreativnog centra Platak. Događanje u cijelosti financira PGŽ.

Nositelji/partneri	PGŽ/TZ PGŽ u suradnji s organizatorom
Iznos potreban za realizaciju	17.000,00 €
Rokovi realizacije	početkom 2026.

2.2.3.2.6. Croatian Skibike Meeting Platak

U siječnju 2026. godine na Platku se održava međunarodne Skibike utrka, uvrštena u utrku Svjetskog Skibike kupa. U cilju predstavljanja i promoviranja Hrvatske i Platka, TZ PGŽ podržava manifestaciju. Svjetski kup se održava u 6 zemalja (uključujući i HR). Očekuju se natjecatelji iz SAD-a, Švicarske, Francuske, Njemačke i Austrije te drugih zemalja. Širenjem na mapu destinacija svjetskog kupa, promocija destinacije postaje još veća, te otvara mogućnosti šireg pozicioniranja Platka. Događanje u cijelosti financira PGŽ.

Nositelji/partneri	PGŽ/TZ PGŽ u suradnji s organizatorom
Iznos potreban za realizaciju	17.000,00 €
Rokovi realizacije	početkom 2026.



2.2.3.2.7. Tenis turniri od značaja za promociju PGŽ

Tijekom 2026. godine će se podržati promocija regije pogodna za održavanje tenis turnira, tenis kampova, treninga, kako za profesionalce, tako i za rekreativce. Osiguravanjem preduvjeta, te dolaskom teniske akademije renomiranog hrvatskog tenisača, Ivana Ljubičića (Ljubicić Tennis Academy) na Lošinj, dodatno je osnažena ponuda koja privlači sve veći broj igrača. U 2026. godini na području PGŽ održat će se nekoliko nacionalnih i međunarodnih događanja, koji će imati veliki odjek i izvan Hrvatske te će značajno pridonijeti vidljivosti regije.

- Ljubičić Academy Open – turnir 2. kategorije za igrače do 14 godina pod okriljem Tennis Europe (europske teniske federacije) u ožujku 2026. godine. Očekuje se dolazak cca 200 igrača iz cijele Europe.
- Europsko prvenstvo veterana u tenisu – pod okriljem je Tennis Europe te je to, iza svjetskog prvenstva, najjači svjetski turnir veterana. Radi se o otvorenom prvenstvu Europe, što znači da se može svatko prijaviti, čime se dodatno otvara prostor za dolazak većeg broja sudionika.
- Svjetsko prvenstvo novinara – turnir koji se održava u rujnu 2026. godine, okuplja ljude iz cijelog svijeta, a s obzirom da je natjecanje namijenjeno novinarima, medijski efekt i promocija destinacije se nemjerljive.
- Kvarner Junior Open 2026. - natjecanje pod ingerencijom Europske teniske federacije, koji se održava u Rijeci u travnju 2026. godine; očekuje više od 150 natjecatelja sa osobljem u pratnji.
- Lošinj cup i Adriatic cup - turniri koji se održavaju u rujnu za djecu do 16, odnosno 18 godina; postignuti rezultati izravno se boduju za europsku i svjetsku juniorsku rang listu, a očekuje se 300-tinjak natjecatelja iz preko 20 zemalja svijeta.

Nositelji/partneri	TZ PGŽ u suradnji s organizatorom
Iznos potreban za realizaciju	20.000,00 €
Rokovi realizacije	kontinuirano



2.2.3.2.8. Xterra MTB, Mali Lošinj

Xterra je vodeći svjetski off-road triatlon brand, u kojem sudjeluju vrhunski sportaši, uspješni poslovni ljudi, svjetski putnici, avanturisti. Nakon realiziranog prvog izdanja Xterre za SEE na Lošinju, 8.-11.5.2025., u 2026. godini se očekuje veći broj natjecatelja, povećanje distribucije video sadržaja u sklopu Outdoors Sports Show emisije (očekivani reach preko 900+ milijuna kućanstava). XTerra 2026. bit će ujedno i uvertira za 2027. godinu u kojoj će se organizirati Europsko prvenstvo u XTerra, "XTerra European Championship Mali Lošinj 2027", što podiže kvalitetu događaja.

Nositelji/partneri	TZ PGŽ u suradnji s organizatorom
Iznos potreban za realizaciju	30.000,00 €
Rokovi realizacije	svibanj 2026.

2.2.3.2.9. Učka Ultra Trail

Učka Ultra Trail je utrka koja se održava u svibnju 2026. te promovira jedinstvenu, za Kvarner već prepoznatljivu, zeleno-plavu, trail running priču - promovira prirodna područja, lokalnu zajednicu i ljude, povijest, tradiciju i kulturnu baštinu, pružajući mogućnost sudionicima da, uz trčanje, osjete, istraže i uživaju u prirodnom ambijentu koji ih okružuje. Utrka ima 3 kategorije (85 km, 40 km, 11 km), a najvećim dijelom se odvija kroz zaštićeno područje - Park prirode Učka.

Nositelji/partneri	TZ PGŽ u suradnji s organizatorom
Iznos potreban za realizaciju	10.000,00 €
Rokovi realizacije	svibanj 2026.



2.2.3.2.10. Via Apsyrtides - etapna trail utrka

Tijekom 2025. godine započeta je priprema promocije utrke Via Apsyrtides Stage Race, međunarodne petodnevne etapne trail utrke koja se održava na otocima Cresu i Lošinj u od 1. do 7. ožujka 2026. godine. Sudionici će moći birati dužine, etape, te ostale mogućnosti koja će utrka ponuditi s ciljem dobivanja jedinstvenog doživljaja transverzale Via Apsyrtides dužine 145 km, koja spaja najsjeverniju točku Cresa rt. Jablanac s najjužnijom točkom rt. Radovan na Iloviku.

Nositelji/partneri	TZ PGŽ u suradnji s organizatorom
Iznos potreban za realizaciju	10.000,00 €
Rokovi realizacije	ožujak 2026.

2.2.3.2.11. Ostale outdoor aktivnosti

U promociju outdoor aktivnosti ubraja se provođenje promocije destinacije kroz razna natjecanja kao što su maratoni, polumaratoni, odbojka na pijesku, košarkaški turniri, odnosno svi oni sportovi i natjecanja koja svojim održavanjem pridonose promociji regije, pa do marketinških kampanja kroz digitalne i ostale offline medije. Nastavlja se s promocijom ronilačke ponude, jedrenja i jedrenja na dasci/surfanje, snorkeling-a, kayak, plivački maratoni/izazovi, maratoni s tradicijom, veslanje na dasci (SUP) i dr.

Nositelji/partneri	TZ PGŽ u suradnji s partnerima
Iznos potreban za realizaciju	15.000,00 €
Rokovi realizacije	kontinuirano



2.2.4. KVARNER HEALTH AND WELLBEING – RAZVOJ I BRENDIRANJE ZDRAVSTVENOG TURIZMA

Kvarner je destinacija duge tradicije u zdravstvenom turizmu s najsvremenijim uslugama u zdravstvu, wellnessu i turizmu, te velikim brojem komplementarnih medicinskih usluga s konkurentnim cijenama. Uz uobičajene medicinske usluge, u fokusu će u 2026. godini uz ostale aspekte biti prehrana, vježbanje i tjelesna aktivnost, wellness programi koje kreiraju liječnici, psiholozi, zdravstveno osoblje i wellness stručnjaci, te upravljanje stresom koje nude specijalizirane ustanove. Radi se o lifestyle medicini usmjerenoj na klijenta i na modifikaciju ponašanja i načina života koja sprječava, a u nekim slučajevima i preokreće, kronične bolesti povezane sa starenjem. Održavanje fizičkog i mentalnog zdravlja od esencijalne je važnosti za svakog čovjeka. Uz to trendovi starenja stanovništva u europskim zemljama, pozicioniraju regiju kao poželjnu za klimatski, zdravstveno i društveno ugodnu za boravak, rehabilitaciju, rekreaciju i uopće „wellbeing“.

Nositelji/partneri	TZ PGŽ
Iznos potreban za realizaciju	25.000,00 €
Rokovi realizacije	kontinuirano

2.2.4.1. SURADNJA S KLASTEROM ZDRAVSTVENOG TURIZMA KVARNERA

TZ PGŽ na gotovo svim aktivnostima surađuje s Klasterom zdravstvenog turizma Kvarnera, kojeg je i član. Aktivno će se nastaviti suradnja.

Djelovanje Klastera zdravstvenog turizma na Kvarneru s više od 40 članica potvrđuje organiziranost ponude zdravstvenog turizma, jer kroz klaster se povezuju medicinske institucije, obrazovne institucije, turističke agencije, hotelske kuće, farmaceutska industrija i drugi dionici kao nositelji usluga u zdravstvenom turizmu.

2.2.4.2. CIHT KONFERENCIJA 2026

Od značajnijih aktivnosti i događanja na kojima će tijekom 2026. godine sudjelovati i/ili dati potporu TZ Kvarnera, a u suradnji s Klasterom



zdravstvenog turizma i TZG Crikvenice, MINTS-om i drugim partnerima, je svakako CIHT konferencija, koja okuplja veliki broj stručnjaka iz područja zdravstvenog turizma.

2.2.4.3. PREZENTACIJE, KONFERENCIJE, RADIONICE, FORUMI, EDUKACIJE ZDRAVSTVENOG TURIZMA

Kako se iznimno dobro prihvaćenim na stranim tržištima pokazalo isticanje svih „wellbeing i health“ faktora pod nazivom KVARNER EFEKT, nastavit će se s promocijom pod tim nazivom. Sintagma „Zdravlje je najvažnije“ visoko je u prioritetima pojedinaca i društava u cjelini.

TZ PGŽ će u 2026. godini u skladu s mogućnostima, nastaviti s aktivnostima brendiranja zdravstvenog turizma, kroz sudjelovanje na tematskim prezentacijama i poslovnim radionicama, konferencijama, radionicama, kao i kroz promociju u okviru sajamskih nastupa na najznačajnijim tržištima, kroz potpore znanstvenim događanjima s temom zdravstvenog turizma u organizaciji drugih subjekata i /ili u organizaciji TZ PGŽ.

Promocija uključuje i oglašavanje u tiskanim i elektronskim medijima.

U suradnji s UN Tourism i s udruženjem EHTTA – European Historic Thermal Towns Association, a nastavno na sudjelovanje TZ PGŽ na Međunarodnom kongresu o termalnom i zdravstvenom turizmu 2022. godine, u cilju daljnjih istraživanja i edukacija u sektoru zdravstvenog turizma objavit će se publikacija o ponudi termalnog i zdravstvenog turizma. Kako uz raznovrsni ponudu zdravstvenih usluga Kvarner ima i izuzetnu ponudu s metodama talasoterapije, ovo je izuzetna prilika za iskorak na globalno tržište, a u sklopu publikacije Kvarner će biti predstavljen kao primjer dobre prakse.

Ukoliko bude moguće, TZ PGŽ će se uključiti, u suradnji s HTZ-om, MINTS-om i drugim subjektima, u aktivnosti vezane uz ovaj segment turističke ponude. Planirana je prezentacija zdravstvenog turizma Kvarnera na svjetskom HEALTH TOURISM FUTURE FORUM-u (HTF).

Također, u sklopu aktivnosti TZ PGŽ, prihvaćat će se studijske grupe novinara i agenata specijaliziranih za područje ponude zdravstvenog turizma.



2.2.5. KVARNER CULTURE - RAZVOJ I BRENDIRANJE KULTURNE PONUDE

TZ PGŽ u 2026. godini nastavlja s aktivnostima brendiranja kulturnog turizma na području PGŽ. Predstavljanje kulturne ponude regije bit će dijelom svih promidžbenih aktivnosti. Promocija uključuje i oglašavanje u tiskanim i elektronskim medijima.

2.2.5.1. DALJNI RAZVOJ I MARKETING PROJEKTA

Daljnji razvoj će uključivati suradnju s mogućim partnerima, uvođenje novih događanja i slično, kao i ciljno oglašavanje, a sve u cilju povećanja atrakcijske osnove destinacije.

Nositelji/partneri	TZ PGŽ
Iznos potreban za realizaciju	3.000,00 €
Rokovi realizacije	kontinuirano

2.2.5.2. KONFERENCIJE I FESTIVALI KULTURNOG TURIZMA

Aktivnosti se odnose na razne projekte iz domene kulturnog turizma, kao što je sudjelovanje u stručnim, edukacijskim skupovima, festivalima i konferencijama na kojima je moguća prezentacija ponude kulturnog turizma regije, kao i drugim događanjima.

Nositelji/partneri	TZ PGŽ
Iznos potreban za realizaciju	5.000,00 €
Rokovi realizacije	kontinuirano



2.2.5.3. POTICANJE KULTURNIH MANIFESTACIJA OD ZNAČAJA ZA DESTINACIJU KVARNER

U 2026. godini poticat će se festivali i manifestacije koje doprinose promociji kulturnog turizma, kao i eventualna domaćinstva produkcijskim projektima u suradnji s drugim sudionicima iz turističkog i umjetničkog sektora.

2.2.5.3.1. Cinehill 2026

Nakon 3 održana festivala u Gorskom kotaru, gdje su organizatori lokacijski program uspjeli disperzirati na više mikrolokacija u Gorskom kotaru, planirano je i u 2026. unaprijediti dosadašnji koncept. Planirane su brojne filmske projekcije, više od stotinu filmskih naslova sa svih strana svijeta, kao i koncerti domaćih i stranih glazbenika i/ili glazbenih događanja, eko radionice, izletničke ture po Gorskom kotaru. Festival dovodi brojne filmske goste iz Hrvatske, Europe i zemalja svijeta, a posjetitelji festivala svakako će popuniti smještajne kapacitete ne samo Gorskog kotara, već i drugih destinacija na Kvarneru. Kroz marketinško / medijsko praćenje Festivala doprinosi se ugledu i promociji Kvarnera kao destinacije kulturnog turizma. TZ Kvarnera partner je projekta uz Primorsko-goransku županiju, čija je potpora projektu ključna.

Nositelji/partneri	PGŽ/TZ PGŽ u suradnji s partnerima
Iznos potreban za realizaciju	100.000,00 €
Rokovi realizacije	srpanj 2026.

2.2.5.3.2. RAFF 2026

Rab Film Festival po sedmi puta u gradu Rabu, s uspostavljenim dobrim partnerskim odnosima s domaćinima, i s mrežom stručnjaka iz industrije, postao je nezaobilazna točka kulturnog turizma na regiji. Filmski turizam daje mogućnost za promociju destinacije na atraktivan način i uz veliku medijsku praćenost. Budući je festival zamišljen kao platforma za predstavljanje ne samo filma, nego i filmskih srodnih umjetnosti, festival obuhvaća paletu pratećih sadržaja (koji se čak protežu na pred i post-programe dužeg trajanja od samog filmskog dijela manifestacije),



namijenjenih posjetiteljima i profesionalcima tijekom samog festivala, kao što je posebna gastro ponuda, koncerti i zabavni programi, izložbe, stručne, tematske radionice i paneli, i drugo. Festival na Rab dovodi brojne predstavnike medija i ima ogromnu vidljivost, čime se i regija ističe kao destinacija kulturnog turizma.

Nositelji/partneri	PGŽ/TZ PGŽ u suradnji s partnerima
Iznos potreban za realizaciju	35.000,00 €
Rokovi realizacije	kolovoz 2026.

2.2.5.3.3. Ostali filmski festivali i suradnje

Uz navedene RAFF i Cinehill, PGŽ je popularna „pozornica“ kako za održavanje filmskih festivala, konferencija o filmu, snimanje filmova i serijala, tako i za brojna događanja u kulturi, od značaja za ugled regije kao destinacije raznovrsnosti i kulturnog turizma. Uz to, surađivat će se na organizaciji glazbeno-scenskih programa u funkciji razvoja i promocije kulturnog turizma i povezivanja kulture i drugih segmenata turističke ponude (crossmarketing), za što je osigurano 12.000 €. Također, u 2026. godini putem mreže festivala u inozemstvu, sa značajnim medijskim praćenjem, TZ PGŽ će promovirati Kvarner kao turističku destinaciju, te na taj način osigurati vidljivost prema ciljnim skupinama.

Nositelji/partneri	TZ PGŽ u suradnji s partnerima
Iznos potreban za realizaciju	20.500,00 €
Rokovi realizacije	kontinuirano

2.2.5.3.4. Rabska fjera 2026

Rabska fjera - prvi i najveći srednjovjekovni ljetni festival u Hrvatskoj, koji će se u 2026. godini održati po 25. put, povijesno je utemeljena manifestacija. Održava se 25., 26. i 27. srpnja, na blagdane sv. Jakova, sv. Ane i sv. Kristofora. Fjera je tradicionalna svetkovina u duhu srednjeg vijeka u kojoj se kroz izložbu starih zanata obnavljaju i prezentiraju običaji, zanati, život i duh rapskog srednjovjekovlja. Odvija se na



otvorenoj sceni: ulicama, trgovima i u dvorištima najstarijeg dijela grada - Kaldanca. Rabska fjera završava koncertom i vatrometom koji simbolično označavaju povratak u sadašnjost. Rabsku fjeru čini veliki broj kostimiranih sudionika, među kojima su i sudionici iz gradova prijatelja Raba - San Marino, Koennigsbrunn, Sežana, Kočevje i Kostel. Posebno su atraktivne Viteške igre Udruge rapskih samostreličara, kao i cijela Zbog svoje atraktivnosti, Fjera je manifestacija koja je posebno medijski popraćena od strane domaćih i brojnih stranih medija.

Nositelji/partneri	TZ PGŽ u suradnji s partnerima
Iznos potreban za realizaciju	13.000,00 €
Rokovi realizacije	srpanj 2026.

2.2.5.3.5. Nastavak završenih EU projekata

Nakon uspješno realiziranih i zaključenih EU projekata u području kulturnog turizma, važno je osigurati kontinuitet njihovih rezultata i u "postprojektnom" razdoblju. Nastavak provedbe aktivnosti ključan je kako bi se u potpunosti iskoristio potencijal stvorenih turističkih proizvoda te dodatno unaprijedila njihova vrijednost, vidljivost i dugoročna održivost.

Sudjelovanje u EU projektima podrazumijeva i obvezu partnera da nakon službenog završetka projekata nastave s aktivnostima promocije, nadogradnje i očuvanja novostvorenih kulturno-turističkih sadržaja. TZ PGŽ je u svim dosadašnjim projektima imala ključnu ulogu partnera zaduženog za promotivne aktivnosti te će i u 2026. godini nastaviti s provedbom niza mjera i aktivnosti koje će dodatno valorizirati i promovirati ostvarene rezultate.

„Arca Adriatica“ - Zaštita, promocija i turistička valorizacija jadranske pomorske baštine

U cilju očuvanja i kontinuirane promocije bogate pomorske baštine Kvarnera, TZ PGŽ će u 2026. godini provoditi sljedeće aktivnosti:

- Održavanje funkcionalnosti maritimnih markacija – briga o ukupno 90 postavljenih markacija (43 postavljene u okviru projekta Arca Adriatica i 47 u okviru projekta Mala barka 2) u suradnji s lokalnim turističkim zajednicama. Markacije predstavljaju važan element interpretacije i vidljivosti kulturno-pomorskog identiteta regije.



- Promocija brenda "Kvarner Maritime Heritage" – daljnja promocija brenda koji je nastao tijekom realizacije navedenih projekata, kroz različite komunikacijske i promotivne aktivnosti.
- Održavanje i podrška maritimnim manifestacijama – nastavak potpore maritimnim manifestacijama (uz obavezno održavanje regate tradicijskih barki na jedra u sklopu manifestacije), koje su 2019. i 2021. godine bile sufinancirane sredstvima EU projekta Arca Adriatica, a priređuju se u suradnji s lokalnim turističkim zajednicama i organizatorima:
 - *Krčka jedra* (Krk) – 5.000,00 €
 - *Smotra i regata tradicijskih barki na jedra* (Mošćenička Draga) – 8.000,00 €
 - *Ribarski tjedan* (Crikvenica) – 5.000,00 €
 - *Festival Losinava – Lošinjskim jedrima oko svijeta* (Mali Lošinj/Nerezine) – 5.000,00 €

* U slučaju promjena u pogledu sadržaja i održavanja manifestacije od strane organizatora (mreže organizatora) planiranim sredstvima pojačat će se druge planirane aktivnosti promocije pomorske baštine i razvoja turističkog proizvoda kulturnog turizma iz domene pomorske baštine, iz stavke 2.2.5.

** TZ PGŽ je na novo Programsko razdoblje 2021. – 2027. prijavila EU projekte u sklopu kojih bi se, među drugim aktivnostima, sufinancirale i maritimne manifestacije te u slučaju da navedeni projekti budu odobreni tijekom 2026. godine dio sredstava namijenjenih za održavanje interpretacijskih, maritimnih manifestacija financirat će se iz stavke 2.4.2. Očekivani EU projekti

Ostale aktivnosti u okviru projekta "Arca Adriatica" uključuju:

- kontinuiranu promociju maritimne baštine i sudjelovanje na tematskim manifestacijama u zemlji i inozemstvu radi jačanja prepoznatljivosti brenda "Kvarner Maritime Heritage",
- održavanje domene i web-hosting paketa za portal mala-barka.eu,
- korištenje postojećih višejezičnih promotivnih materijala i video sadržaja izrađenih tijekom projekta,
- interpretaciju turističkih proizvoda studijskim grupama novinara i specijaliziranih turističkih agenata,
- predstavljanje i tumačenje kreiranih itinerara maritimne baštine turističkim vodičima, agentima i partnerima,
- provedbu drugih zajedničkih aktivnosti s lokalnim turističkim zajednicama i projektnim partnerima.



Kulturno-turistička ruta „Putovima Frankopana“

Kulturno-turistička ruta "Putovima Frankopana" ostat će i dalje u fokusu promocijskih aktivnosti TZ PGŽ, s ciljem očuvanja i promocije kulturne i povijesne baštine obitelji Frankopan.

Planirane aktivnosti obuhvaćaju:

- isticanje i predstavljanje rute u okviru relevantnih promotivnih događanja, manifestacija i komunikacijskih kanala,
- korištenje promotivnih videa i ostalih materijala izrađenih u okviru projekta, uz distribuciju putem društvenih mreža i drugih digitalnih kanala,
- organizaciju studijskih putovanja i interpretaciju rute za novinare i turističke agente specijalizirane za kulturni turizam,
- provedbu dodatnih aktivnosti u suradnji s lokalnim turističkim zajednicama i partnerima.

UPREST - UP - & REskilling Sustainable Tourism in a new digital era

U sklopu projekta UPREST, koji se fokusirao na razvoj digitalnih vještina u turizmu, TZ PGŽ će i u 2026. godini nastaviti s korištenjem i distribucijom materijala izrađenih tijekom projekta, kroz društvene mreže i druge kanale promocije. Cilj je dodatno osnažiti digitalnu pismenost i kompetencije dionika u sektoru turizma.

MIST - Empowering Micro Destinations for Sustainable Tourism

TZ PGŽ će nastaviti s aktivnostima usmjerenima na razvoj održivog turizma u mikrodestinacijama Kvarnera. Korištenjem promotivnih materijala izrađenih u okviru projekta MIST te njihovom distribucijom putem društvenih mreža i drugih promotivnih kanala, cilj je povećati svijest o važnosti održivog pristupa turističkom razvoju.

Ostale kulturno-turističke rute

Pored promocije kulturno-turističkih ruta proizašlih iz EU projekata koji se odnose na maritimnu, arheološku i frankopansku baštinu, TZ PGŽ će prema mogućnostima i inicijativama Hrvatske turističke zajednice (HTZ) ili drugih relevantnih subjekata razmotriti uključivanje u nove, tematski srodne kulturno-turističke mreže i rute.

Cilj je jačanje tematskog povezivanja, razvoj novih kulturno-turističkih proizvoda te isticanje prirodne i kulturne baštine kao temeljne vrijednosti turističke ponude Kvarnera.



Nositelji/partneri	TZ PGŽ
Iznos potreban za realizaciju	32.000,00 €
Rokovi realizacije	kontinuirano

2.2.5.4. KVARNER NATURE

Nastavit će se projekt zaštite i promocije prirodne baštine, odnosno bjeloglavih supova, ali i tematskih „zelenih“ područja od interesa u turističkoj eksploataciji.

Nositelji/partneri	TZ PGŽ
Iznos potreban za realizaciju	3.500,00 €
Rokovi realizacije	kontinuirano

2.2.6. NAUČKI TURIZAM I CRUISING – RAZVOJ I BRENDIRANJE

Segment nautičke turističke ponude već godinama je vrlo dobro razvijen na području Kvarnera. Izgrađena nautička infrastruktura (opremljene luke nautičkog turizma), zatim visok stupanj sigurnosti i zaštite (sigurna destinacija, izgrađen sustav traženja i spašavanja na moru), razvedena i atraktivna obala i otoci, čisto more, te povoljni klimatski i vremenski uvjeti za nautičare, su zasigurno prednosti Kvarnera. Kapacitet u lukama nautičkoga turizma raste, obnavljaju se čarter flote, pa su shodno tome i noćenja ostvarena u nautičkom turizmu u porastu. Zadaća TZ PGŽ je s jedne strane i dalje promocija nautičkog turizma (infrastruktura, ljepote obale i podmorja), a s druge strane su to aktivnosti usmjerene k podizanju ekološke svijesti nautičara i čuvanja morskog akvatorija.

Kroz marketinške aktivnosti targetiraju se ciljane skupine u pred i posezoni, u suradnji s nositeljima ponude, kako bi se podigla percepcija



gostiju o Kvarneru kao nautičkoj destinaciji izvan glavne sezone, povezujući i ostale segmente turističke ponude (od gastronomije, kulture, outdoor-a i sl.). Kvarner je na karti nautičara prepoznatljiva destinacija - očuvan okoliš i atraktivna obala i otoci, čisto more, odlični uvjeti za jedrenje - dobri klimatski i vremenski uvjeti, povijest, pomorska tradicija, prateća nautička infrastruktura, brojnost i lokacija luka otvorenih za javni promet, maritimna baština. Ovisno o tipu plovila koji nautičar koristi, ovisi i želja i potreba za outdoor aktivnostima - jedriličar teži traganju za vjetrom i jedrenju, te se na taj način rekreira, dok nautičar s motornim brodom više traži outdoor ponudu, ali u blizini same marine ili lučice u kojoj je vezan.

U segmentu cruisinga, zahvaljujući višegodišnjem intenzivnom ulaganju u promociju PGŽ-a i Rijeke kao cruising destinacije, TZ PGŽ će kao i prethodnih godina, u suradnji s TZG Rijeke i Lučkom upravom Rijeka, odrađivati sve potrebne aktivnosti. Za 2026. godinu je u najavi uplovljavanje 40-ak cruisera u Rijeku.

Nositelji/partneri	TZ PGŽ
Iznos potreban za realizaciju	27.000,00 €
Rokovi realizacije	kontinuirano

2.2.7. ODRŽIVA TURISTIČKA DESTINACIJA - RAZVOJ I BRENDIRANJE KVARNERA

Održivi turizam, poznat u svijetu pod nazivom sustainable tourism, sve više postaje ključan kriterij pri odabiru turističke destinacije, osobito među posjetiteljima iz ekološki osviještenih zemalja poput Njemačke, Austrije i Švicarske, koje zajedno ostvaruju gotovo polovicu ukupnog turističkog prometa u Primorsko-goranskoj županiji.

Iako područje PGŽ već sada zadovoljava visoke ekološke standarde, nastaviti će se s daljnjim unapređenjem i sustavnim promoviranjem održivih praksi kroz stjecanje prepoznatljivih „oznaka kvalitete“.

S obzirom na globalne trendove i rastuću svijest o klimatskim promjenama i odgovornom upravljanju okolišem, upravo održivost postaje središnje pitanje budućnosti turizma. U tom kontekstu, razvoj



„zelenih“ i okolišno odgovornih koncepata poslovanja postat će sastavni dio strategija pojedinih pružatelja usluga i destinacija u cjelini, u skladu sa Strategijom razvoja turizma Republike Hrvatske te Planom razvoja turizma Primorsko-goranske županije s Akcijskim planom.

TZ PGŽ kontinuirano, kroz nacionalne i EU projekte, radi na pozicioniranju regije kao održive turističke destinacije. Tijekom 2026. godine TZ PGŽ će nastaviti razvijati i promovirati brend „Kvarner Maritime Heritage“, koji je nastao kroz EU projekte Mala barka i Arca Adriatica. Ovaj brend postao je primjer dobre prakse u održivom kulturnom turizmu te je 2022. godine proglašen najboljim tematskim proizvodom održivog kulturnog turizma u Europi prema izboru Europske mreže kulturnog turizma (ECTN). Dodatno, 2023. godine brend je osvojio prestižnu međunarodnu nagradu BIG SEE Award u kategoriji Kreativne priče i identitet destinacije kao jedinstven doživljaj.

Kvarner je 2024. godine proglašen najboljom održivom destinacijom vinskog turizma u Europi u izboru Kulturne rute Vijeća Europe „Iter Vitis“ te će TZ PGŽ, u suradnji s Udruženjem Vina Kvarnera i kvarnerskim vinarima, i u narednom razdoblju nastaviti s aktivnostima usmjerenima na daljnje jačanje prepoznatljivosti i pozicioniranja Kvarnera kao vrhunske vinske i održive turističke destinacije. Poseban fokus bit će na održivosti kroz promociju autohtonih kvarnerskih sorti vinove loze. Naime, čak 85% vinove loze koja se uzgaja na ovom području pripada autohtonim sortama, što svjedoči o snažnoj povezanosti vina s identitetom regije. Kvarnerske sorte, poput žlahtine, belice (kupaža autohtonih bijelih sorti kao što su verđić, mejsko belo, divjaka, jarbola, brajkovac), jarbola, trojiščine i sansigota, nisu samo simbol kvalitete, već i održivosti. Ove sorte, koje su danas prepoznate i dostupne na tržištu, čine osnovu eno-gastronomske ponude Kvarnera. Održiva proizvodnja, temelji se na očuvanju lokalnih sorti, jačanju bioraznolikosti i smanjenju negativnog utjecaja na okoliš, a sve to podupire visoku kvalitetu vina koja je ključna za pozicioniranje Kvarnera kao jedne od vodećih destinacija vinskog turizma.

U 2026. godini TZ PGŽ će također nastaviti s provedbom aktivnosti povezanih s EU projektima UPREST i MIST, koji su usmjereni na razvoj održivog turizma kroz jačanje digitalnih vještina dionika u turizmu i poticanje održivih modela upravljanja destinacijama.



2.3. PODRŠKA RAZVOJU TURISTIČKIH DOGAĐANJA

2.3.1. JAVNI NATJEČAJ ZA DODJELU SREDSTAVA ZA REGIONALNA I LOKALNA DOGAĐANJA NA PODRUČJU PGŽ U 2026. GODINI

Početakom 2026. godine, TZ PGŽ raspisat će Javni poziv za dodjelu sredstava za regionalna i lokalna događanja. Sukladno kriterijima, Turističko vijeće TZ PGŽ donijet će odluke o potporama, a Ured TZ Kvarnera sklapa ugovore koji uređuju:

- način korištenja potpore,
- praćenje realizacije događanja,
- isplatu potpore,
- nadzor namjenskog korištenja,
- i ostala pitanja vezana uz organizaciju i realizaciju događanja.

Cilj poziva je unaprijediti kvalitetu turističkog proizvoda regije, jačati prepoznatljivost destinacije i razvijati sadržaje koji omogućavaju produženje turističke sezone.

Nositelji/partneri	TZ PGŽ
Iznos potreban za realizaciju	115.000,00 €
Rokovi realizacije	kontinuirano

2.3.2. POTICANJE I POMAGANJE RAZVOJA TURIZMA NA TURISTIČKI NEDOVOLJNO RAZVIJENOM PODRUČJU

Javni poziv TZ PGŽ

Temeljem objavljenog Javnog poziva sufinanciraju se projekti turističkih zajednica s manje razvijenih područja radi poticanja razvoja atraktivnih turističkih proizvoda, jačanja identiteta destinacije, povećanja digitalne vidljivosti i prepoznatljivosti ponude. TZ PGŽ dostavlja poziv lokalnim



turističkim zajednicama, zaprima i razmatra prijave, dok Povjerenstvo predlaže iznose sufinanciranja koje odobrava Turističko vijeće TZ PGŽ. S odabranim zajednicama sklapaju se ugovori, a po realizaciji projekata i dostavi dokumentacije TZ PGŽ isplaćuje odobrena sredstva.

Nositelji/partneri	TZ PGŽ
Iznos potreban za realizaciju	50.000,00 €
Rokovi realizacije	tijekom 2026.

Javni poziv HTZ-a

U 2026. godini HTZ raspisuje Javni natječaj za projekte lokalnih turističkih zajednica na turistički nedovoljno razvijenim područjima i kontinentu, koji za područje Primorsko-goranske županije provodi TZ PGŽ iz Fonda za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent. Povjerenstvo sastavljeno od predstavnika TZ PGŽ, HTZ-a i Ministarstva turizma i sporta razmatra prijave i predlaže sufinanciranje na odobrenje Turističkom vijeću HTZ-a. Po odobrenju, TZ PGŽ sklapa ugovore s lokalnim TZ-ima te isplaćuje 70% sredstava, a po realizaciji projekata i dostavi dokumentacije preostalih 30%. Na kraju godine TZ PGŽ dostavlja HTZ-u izvještaj o realiziranim projektima, a neiskorištena sredstva vraćaju se HTZ-u.

2.3.3. FOND ZA TURISTIČKE ZAJEDNICE NA TURISTIČKI NEDOVOLJNO RAZVIJENIM PODRUČJIMA – RAZVOJ I UNAPREĐENJE GORSKOG KOTARA

TZ PGŽ, u kontinuiranoj suradnji s područnom TZ Gorskog kotara, osnovanom u prosincu 2020. godine, financijski podržava izradu i razvoj postojećih promidžbenih alata i aktivnosti prema stvarnim potrebama destinacije. Aktivnosti se provode u skladu sa smjericama Master plana turističkog razvoja Gorskog. U suradnji s TZ Gorskog kotara, nastavlja se i koordinacija s Nacionalnim parkom Risnjak, JU Priroda te lokalnim gospodarskim subjektima. Glavni cilj ovih aktivnosti je promocija Gorskog kotara kao atraktivne outdoor destinacije – od jednostavne



relaksacije i boravka u netaknutoj prirodi do zahtjevnih sportskih aktivnosti. Osim toga, destinacija se promovira i kroz autohtonu gastronomsku ponudu te bogatstvo kulturnih i prirodnih znamenitosti.

Nositelji/partneri	TZ PGŽ
Iznos potreban za realizaciju	40.000,00 €
Rokovi realizacije	tijekom 2026.

2.3.4. OSTALA MANJA SUFINANCIRANJA

TZ PGŽ će, prema potrebi, pružiti podršku manjim projektima i događanjima.

Nositelji/partneri	TZ PGŽ
Iznos potreban za realizaciju	7.000,00 €
Rokovi realizacije	tijekom 2026.

2.3.5. SUFINANCIRANJA ZNAČAJNIH MANIFESTACIJA

TZ PGŽ kontinuirano podupire organizaciju značajnijih manifestacija koje doprinose promociji i prepoznatljivosti destinacije. Sufinanciranjem odabranih manifestacija od regionalnog i nacionalnog značaja potiče se razvoj cjelogodišnje turističke ponude te jača imidž Kvarnera kao atraktivne i raznolike destinacije.

2.3.5.1. WOMEN'S WEEKEND FESTIVAL, RIJEKA

Konferencija se održava u ožujku, te umrežava i okuplja žene iz različitih industrija i društvenih sfera u svrhu poboljšanja solidarnosti i njihovog



sveopćeg društvenog statusa. Women's Weekend festival edukativnog je karaktera. Okuplja vodeće žene iz svijeta biznisa, politike, gastronomije, sporta, medija, estrade kako bi na jednom mjestu razmijenile iskustva, te ostvarile suradnju. Događanje djelom financira PGŽ.

Nositelji/partneri	PGŽ/TZ PGŽ
Iznos potreban za realizaciju	40.000,00 €
Rokovi realizacije	tijekom 2026.

2.3.5.2. RETROPATIJA 2026

Najpopularnija opatijska manifestacija RetrOpatija održava se 25-27.6.2026. godine s gotovo 50.000 posjetitelja. RetrOpatija je manifestacija koja posjetitelje vodi kroz najbolje dekade 20-tog stoljeća, a Opatija postaje velika pozornica. Na 40-tak lokacija nastupit će brojni izvođači, a „kruna“ događanja bit će najveći disco party na otvorenom koji će se održati na Ljetnoj pozornici.

Nositelji/partneri	TZ PGŽ
Iznos potreban za realizaciju	11.000,00 €
Rokovi realizacije	lipanj 2026.

2.3.5.3. RIJEČKI KARNEVAL 2026

Svojom dugogodišnjom tradicijom i utjecajem na društvenu zajednicu, Riječki karneval najveći je i najpoznatiji javni događaj na području Kvarnera te u novije vrijeme najprepoznatljiviji dio imidža samog grada Rijeke. Njegove veličanstvene povorke i maštovite priredbe čine ga jednim od najposebnijih karnevala u Europi i najznačajnijim mesopusnim događajem u Hrvatskoj. Karneval je tako uvršten na listu 500 najvažnijih zbivanja u Europi (Top 500 European Events), Sunday Times ga je proglasio jednim od najezotičnijih događaja u svijetu.



Nositelji/partneri	TZ PGŽ
Iznos potreban za realizaciju	18.000,00 €
Rokovi realizacije	veljača 2026.

2.3.5.4. FESTIVAL SKULPTURE U PIJESKU, LOPAR

Zbog svoje originalnosti, Festival skulpture u pijesku je jedna od najatraktivnijih manifestacija na području Kvarnera. Festival traje od početka svibnja pa do konca godine, te sadrži niz podmanifestacija - raznih događanja, animacijskih, gastronomskih, glazbenih programa, s kojima se promovira destinacija i jedinstvena pješčana plaža u Loparu. Glavno događanje festivala je sama izrada skulptura u pijesku, koju TZO Lopar organizira Festival u suradnji s Akademijom likovnih umjetnosti u Zagrebu. Sudjeluje 10-15 sudionika (skulptora) koji izrađuju skulpture od pijeska (bez ikakvih primjesa). Osim natjecanja u izradi skulptura, Festival ima i foto natječaj putem kojeg se motiviraju sudionici na fotografiranje, objave putem društvenih mreža...

Nositelji/partneri	TZ PGŽ
Iznos potreban za realizaciju	8.000,00 €
Rokovi realizacije	tijekom 2026.

2.4. EU PROJEKTI

Od 2015. godine TZ PGŽ aktivno sudjeluje u brojnim projektima sufinanciranim iz fondova Europske unije, s posebnim naglaskom na projekte iz područja kulture i kulturnog turizma. Zahvaljujući uspješno provedenim EU projektima, Kvarner je obogaćen nizom materijalnih i nematerijalnih vrijednosti koje doprinose očuvanju i trajnoj valorizaciji bogate kulturne baštine regije.

Provedbom EU projekata značajno je unaprijeđena ponuda kulturno-turističkih sadržaja, a istodobno je omogućena šira promocija



nematerijalne kulturne baštine. Time su stvoreni preduvjeti za dugoročni, održivi razvoj Kvarnera kao prepoznatljive destinacije kulturnog turizma.

S početkom financijskog razdoblja Europske unije 2021. – 2027., otvorene su dodatne mogućnosti za jačanje međunarodne suradnje i razvoj novih projekata. Program Interreg, kao jedan od ključnih instrumenata prekogranične suradnje, omogućuje provedbu inicijativa koje promiču kulturnu razmjenu, očuvanje zajedničke baštine te održivi razvoj turizma, uz istodobno jačanje regionalne konkurentnosti. Kroz ovaj program otvaraju se nove prilike za dodatno osnaživanje kulturnih i turističkih potencijala Kvarnera te povezivanje s inozemnim partnerima radi razmjene znanja, iskustava i dobrih praksi.

Zahvaljujući sredstvima Europske unije, Kvarner ima mogućnost realizirati projekte koji zahtijevaju značajna financijska ulaganja, što doprinosi rastu ukupne atraktivnosti i konkurentnosti regije. Time Kvarner postaje sve prepoznatljiviji na europskoj kulturnoj karti, dok lokalne zajednice ostvaruju ekonomske i društvene koristi kroz razvoj kulturnog i održivog turizma.

U nadolazećem razdoblju TZ PGŽ će nastaviti s aktivnim sudjelovanjem u pripremi i provedbi novih EU projekata, čime će se dodatno unaprijediti zaštita, očuvanje i promocija kulturne baštine regije.

Sukladno europskim propisima, obveza svih projektnih partnera je da osiguraju održivost i funkcionalnost rezultata projekta najmanje pet godina nakon službenog završetka projekta. To uključuje pravilno arhiviranje dokumentacije, očuvanje nabavljene opreme i infrastrukture te njihovo korištenje isključivo u svrhe definirane projektnim ciljevima.

POSTPROJEKTNO RAZDOBLJE 2026. GODINE:

Slijedom gore navedenog TZ PGŽ je i 2026. godine dužna:

1. osigurati pravilno čuvanje i arhiviranje sve projektne dokumentacije najmanje pet godina nakon završetka projekata,
2. redovito izvještavati nadležna tijela o provedbi promotivnih aktivnosti i daljnjoj valorizaciji stvorenih turističkih proizvoda,
3. osigurati trajnost i funkcionalnost projektnih rezultata,
4. provoditi promotivne i komunikacijske aktivnosti kojima se osigurava vidljivost i trajnost rezultata projekata.

Navedene aktivnosti financiraju se iz sredstava TZ PGŽ u okviru programske stavke Kvarner Culture. Više informacija pod 2.2.5.3.6.

Kako bi se ispunile obveze koje proizlaze iz postprojektnog razdoblja (u trajanju od pet godina nakon službenog završetka svakog pojedinog projekta), TZ PGŽ će i u 2026. godini provoditi aktivnosti vezane uz osiguravanje održivosti, vidljivosti i funkcionalnosti rezultata koji su ostvareni kroz ranije provedene projekte.



Obveze se odnose na sljedeće projekte, koji su službeno završili 2021. i 2024. godine:

Projekt Kulturno-turistička ruta Putovima Frankopana

Trajanje: od 01.11.2015. do 01.05.2021. godine

Program: Operativni program „Konkurentnost i kohezija“

Partneri: nositelj projekta je bila PGŽ, a uz TZ PGŽ, ostali partneri su bili gradovi Rijeka, Kraljevica, Bakar i Čabar, općine Čavle, Lokve i Općina Vinodolska te Biskupija Krk, Prirodoslovni muzej Rijeka, Centar za kulturu Grada Krka i TZG Rijeke

Rezultat projekta: projekt je zaštitio kulturno nasljeđe obitelji Frankopan na području Kvarnera te je stvorio novu društveno-ekonomsku vrijednost kroz turističku valorizaciju 17 frankopanskih kaštela i 3 sakralne lokacije s područja županije

Projekt Arca Adriatica (Zaštita, promocija i turistička valorizacija jadranske pomorske baštine)

Trajanje: od 01.01.2019. do 31.12.2021. godine

Program: Europski fond za regionalni razvoj „Program Interreg Italija-Hrvatska“

Partneri: vodeći partner na projektu je bila PGŽ, dok su ostali partneri bili TZ PGŽ, Općina Malinska-Dubašnica, Ekomuzej „Kuća o batani“, Općina Tkon, Općina Cervia, Općina Cesenatico, Mediteranski agronomski institut u Bariju, Općina San Benedetto del Tronto te Ca' Foscari Sveučilište u Veneciji.

Rezultat projekta: razvoj zajedničkog turističkog proizvoda baziranog na načelima društvene i ekološke održivosti kojim se ujedno valorizira, čuva, štiti i promiče bogata pomorska baština pograničnog područja

UPREST (UP - & Reskilling Sustainable Tourism in a new digital era)

Trajanje: od 31.01.2022. godine do 31.07.2024. godine

Program: Erasmus+

Partneri: vodeći partner na projektu je bila Vänersborgs Kommun, dok su ostali partneri bili TZ PGŽ, Hogskolan Vast, Sweden Emilia Romagna Network i Općina Cervia.

Rezultat projekta: povećanje digitalnih vještina dionika u području održivog turizma

MIST (Empowering Micro Destinations for Sustainable Tourism)

Trajanje: od 1.01.2024. godine do 31.12.2024. godine

Program: Erasmus+

Partneri: vodeći partner na projektu je bila Pokrajina Halland, dok su ostali partneri bili TZ PGŽ, SERN - Sweden Emilia Romagna Network, Svensk Destinationsutveckling AB i Turistička zajednica Liepāja.

Rezultat projekta: osnaživanje mikro destinacija uz poticanje održivog turizma



2.4.1. EU PROJEKT SOCRAT (OD 1.03.2024. DO 31.08.2026.)

Projekt " Socializing Craft & contemporary Art for sustainable Tourism" ili skraćeno SOCRAT, dio je programa Interreg VI-A Italy-Croatia 2021 – 2027. Predviđeno trajanje projekta je od 1.03.2024. godine do 31.08.2026. godine.

Ukupni budžet projekta je 2.344.660,20 EUR EUR, dok je budžet TZ PGŽ 230.000,00 EUR.

Cilj projekta SOCRAT je promicanje održivog razvoja turizma i osnaživanje lokalnih zajednica na talijanskoj i hrvatskoj obali uz modeliranje turističkih itinerara temeljenih na suradnji između suvremene umjetnosti, tradicionalnih obrta, kulturno kreativne industrije i civilnog društva. Projekt će omogućiti smanjenje sezonalnosti i poboljšanje suradnje između umjetnika, lokalne zajednice i javnog sektora, čime će se doprinijeti naglašavanju autentičnosti destinacija.

Također, doprinijet će i diverzifikaciji turističkih tokova i unapređenju lokalnog razvoja pomoću turističkog modela koji u fokus stavlja autentičan i kreativan aspekt destinacija. Projektom će se omogućiti poboljšanje i očuvanje prirodne i kulturne baštine teritorija i stvaranje održivih turističkih prilika.

PARTNERI:

1. Fondazione-Pino Pascali, Museo d'arte contemporanea (IT) – vodeći partner
2. Confederazione Nazionale dell'Artigianato e della Piccola e Media Impresa – CNA Bari (IT)
3. Regione del Veneto (IT)
4. Istituto Veneto per il lavoro (IT)
5. Istarska Županija (HR)
6. Turistička zajednica Kvarnera (HR)
7. Ustanova za razvoj kompetencija, inovacija i specijalizacije Zadarske županije INOVAcija (HR)
8. Sveučilište u Zadru (HR)

TZ PGŽ je partner zadužen za koordinaciju promotivnih aktivnosti, promidžbu projekta i cjelokupnu vanjsku i internu komunikaciju.

Aktivnosti TZ PGŽ:

1. Upravljanje i provedba projekta
 - Koordinacijski sastanci
 - Priprema izvještaja
2. Prekogranični partnerski sastanci
 - Sudjelovanje na partnerskim sastancima (uživo i online)
 - TZ PGŽ je zadužena za organizaciju 2. Partnerskog sastanka



3. Održavanje radionica i seminara
 - Organizacija radionica i seminara s ciljem prikupljanja kvalitativnih podataka za pripremu Studije o tradiciji destinacije i upoznavanje lokalnih dionika s projektom i njegovim ciljevima
4. Osmišljavanje itinerara
 - Modeliranje turističkih itinerara temeljenih na suradnji između suvremene umjetnosti, tradicionalnih obrta, kulturno kreativne industrije i civilnog društva
5. Komunikacijske i promotivne aktivnosti
 - Izrada Komunikacijske strategije i Plana komunikacije
 - Grafička obrada projektnih infografika
 - Grafička priprema i tisak promotivnih artikala
 - Grafička priprema i tisak promotivnog letka projekta
 - Osmišljavanje digitalnih newsletter-a
 - Uspostavljanje i redovno ažuriranje 4 profila projekta na društvenim mrežama (Facebook, Instagram, Tik Tok, LinkedIn)
 - Upravljanje internetskim stranicama Projekta SOCRAT
 - Kontinuirano ažuriranje Interreg IT-HR programskog obrasca „Editorial plan“
 - Organizacija minimalno jednog promotivnog lokalnog događaja na području Kvarnera
 - Izrada medijskog paketa za širenje rezultata projekta putem priopćenja za javnost
 - Izrada projektnog roll-upa
6. Izvanredne aktivnosti
 - Dodatne aktivnosti u segmentu promocije

TZ PGŽ za 2026. godinu planira sljedeće aktivnosti:

- Sudjelovanje i organizacija koordinacijskih sastanaka
- Sudjelovanje na partnerskim sastancima u zemlji i inozemstvu
- Sudjelovanje na završnoj konferenciji
- Vođenje društvenih profila projekta i web stranice
- Organizacija promotivnog događaja u svrhu diseminacije rezultata projekta
- Organizacija okruglog stola
- Izrada lokalnog akcijskog plana sa strateškim smjernicama
- Organizacija edukacije za djelatnike i dionike u sektoru turizma i kulture
- Organizacija eksperimentalnih kreativnih Living Lab laboratorija (Creative Living Labs) koji će uključivati umjetnike, stručnjake iz kulturnih i kreativnih industrija i



predstavnik civilnog društva u cilju zajedničkog stvaranja inovativnih proizvoda i usluga kulturnog turizma

- Suradnja s vodećim partnerom i ostalim partnerima u provedbi svih ostalih aktivnosti u sklopu projekta SOCRAT.

Nositelji/partneri	TZ PGŽ
Iznos potreban za realizaciju	73.000,00 €
Rokovi realizacije	tijekom 2026.

2.4.2. OČEKIVANI EU PROJEKTI

U okviru novog programskog razdoblja Europske unije 2021. – 2027., TZ PGŽ je tijekom 2024. i 2025. godine, u suradnji s brojnim partnerskim institucijama, intenzivno radila na pripremi projektne dokumentacije za prijavu i sudjelovanje u novim EU projektima.

Iskustvo stečeno tijekom provedbe projekata iz prethodnog razdoblja 2014. – 2020. rezultiralo je stvaranjem snažnih partnerskih mreža i uspješnih suradnji, koje sada predstavljaju temelj za razvoj novih inicijativa. Glavni cilj budućih projekata je nastavak unaprjeđenja i nadogradnje postojećih turističkih proizvoda koji su nastali kroz ranije EU projekte, uz paralelno osmišljavanje novih, inovativnih koncepata koji će dodatno istaknuti Kvarner kao regiju bogatu raznolikim i kvalitetnim sadržajima.

Provedba EU projekata donosi višestruke koristi te doprinosi:

- jačanju i promociji kulturnog identiteta zajednice,
- stvaranju novih motiva dolazaka i privlačenju šireg spektra posjetitelja,
- promociji manje poznatih i manjih destinacija unutar regije,
- razvoju novih poduzetničkih prilika te aktivnijem uključivanju lokalnog stanovništva,
- promicanju ekološki odgovornih i održivih praksi u turizmu,
- povećanju svijesti o važnosti zdravog, aktivnog i održivog načina života.

TZ PGŽ je i u 2025. godini, u suradnji s potencijalnim partnerima, započela s pripremom novih projekata, koji su prijavljeni na programe Interreg Slovenija – Hrvatska i Interreg Italija – Hrvatska, čime se



nastavlja kontinuitet u strateškom razvoju međunarodne suradnje i održivog turizma Kvarnera:

PROGRAM INTERREG SLOVENIJA – HRVATSKA

Projekt MALA ŽARKA

Cilj projekta: očuvanje, zaštita, razvoj i promicanje pomorske baštine

Projekt HEALTHTOUR

Cilj projekta: stvaranje prepoznatljivog sustava certifikacije koji će standardizirati i unaprijediti kvalitetu zdravstveno-turističke ponude te osigurati održivost i konkurentnost sektora na prekograničnoj razini.

PROGRAM INTERREG ITALIJA – HRVATSKA

Projekt ARCA ADRIATICA 2.0

Cilj projekta: zaštita, promocija i turistička valorizacija jadranske pomorske baštine

Uz navedene projekte u kojima bi TZ PGŽ bila u funkciji partnera s raspoloživim budžetom, TZ PGŽ će biti i pridruženi partner na sljedećim projektima, ako budu odobreni:

1. Okusi budućnosti – spajamo vještine, stvaramo izvrsnost

Cilj projekta je povezati tradiciju i inovacije u ugostiteljstvu kroz razvoj stručnih vještina i znanja koja vode prema izvrsnosti u gastronomskoj i vinskoj ponudi Kvarnera

2. WIND - Wilderness, Inspiration, Nature & Discovery

Glavni cilj projekta je poticanje sporta i očuvanja kulturne baštine u funkciji održivog turizma, a kroz razvoj održive ponude turizma na otvorenom, temeljene na lokalnim turističkim ekosustavima te njihovim prirodnim i kulturnim vrijednostima

**U trenutku izrade Programa rada za 2026. godinu nisu poznati rezultati odobrenih EU projekata u sklopu drugog poziva Programskog razdoblja 2021. – 2027. te je iznos potreban za realizaciju aktivnosti procijenjen na temelju predviđenih troškova projekta. Navedeni iznos će biti podložan promjenama tijekom 2026. godine, nakon što bude poznato koji EU projekti su odobreni te koje je njihovo razdoblje provedbe.*



Nositelji/partneri	TZ PGŽ
Iznos potreban za realizaciju	30.000,00 €
Rokovi realizacije	tijekom 2026.



3. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE



3.1. DEFINIRANJE BRENDING SUSTAVA I BRENDA ARHITEKTURE

Definiranje branding sustava i brenda arhitekture vrši se u skladu s Akcijskim planom razvoja turizma PGŽ kroz aktivnosti kroz koje je to moguće provesti. Aktivnost ne iziskuje dodatne troškove.

3.2. OGLAŠAVANJE DESTINACIJSKOG BRENDA, TURISTIČKE PONUDE I PROIZVODA

3.2.1. MEDIA PLAN KVARNERA

3.2.1.1. ZAJEDNIČKI MEDIA PLAN TZ PGŽ SA TZ-IMA PO SUBREGIJAMA

Na temelju uspješnih rezultata kampanja oglašavanja realiziranih proteklih godina, u suradnji sa sustavom turističkih zajednica po subregijama, nastavlja se zajednički pristup i u 2026. godini. Kako bi se potaknulo jačanje destinacije u marketinškom smislu, provode se zajedničke kampanje, udružuju se sredstva, te se zajednički odlučuje o tržištima i proizvodima na kojima će se kampanja provoditi. Kroz pažljivo kreirane priče, koriste se moći storytellinga kako bi se Kvarner približio svim posjetiteljima i potencijalnim gostima. Cilj je pozicionirati brand Kvarner kao poželjnu destinaciju na ciljanim tržištima kroz korištenje glavnih alata destinacijskog marketinga, povećati vidljivost i prepoznatljivost Kvarnera i njegovih subregija na glavnim emitivnim tržištima, a glavni fokus je potaknuti dolazak turista kroz generiranje interesa među ciljnim skupinama. Zanimljivi događaji poput adventskih događanja, raznih festivala, Karnevala u Rijeci, outdoor ponude, wellnessa kao jedan od turističkih proizvoda bitan destinaciji kao što je Opatija, privlače posjetitelje izvan glavne sezone. Cijela kampanja vodi na zajednički landing page visit-kvarner.com, a klik na kreativnu svaku pojedine destinacije vodi na web portal destinacije pa su tako uključeni TZ-i bili zastupljeni svojim vizualom na oglasu, komunikacijom kroz sadržaj ili kroz promet na vlastitoj web portalu.



Svaka turistička zajednica ostvaruje vidljivost vlastitog destinacijskog brenda kroz display i native oglašavanje, čime se dio prometa kampanje usmjerava i prema web stranicama lokalnih destinacija. U display formatima dodatna se vidljivost i doseg ostvaruju korištenjem video, interaktivnih i "takeover" formata, koji privlače veću pažnju korisnika i približavaju im pojedine mikrolokacije. Odluka o ključnim emitivnim tržištima na kojima će se provoditi kampanje bit će donesena naknadno. Promotivni fokus usmjeren je na gastronomiju, aktivni turizam, zdravstveni i kulturni turizam, događanja, te na imidž destinacije s naglaskom na održivost. Ključni elementi promocije u svim PR aktivnostima uključuju kontinuirano jačanje prepoznatljivosti brenda, prilagodbu poruka aktualnim trendovima te usmjeravanje kampanja prema ciljanim skupinama kroz različite medijske kanale.

Nositelji/partneri	TZ PGŽ/LTZ
Iznos potreban za realizaciju	200.000,00 €
Rokovi realizacije	tijekom 2026.

3.2.1.2. OGLAŠAVANJE DESTINACIJE KVARNER

Turističke zajednice imaju ključnu ulogu u promociji destinacije i stvaranju prepoznatljivog identiteta na domaćem i inozemnom tržištu, pa je stoga nužno kontinuirano pratiti trendove, ponašanja turista, te se prilagođavati potražnji. Iznimno je važno pravodobno započeti promotivne aktivnosti i kontinuirano pratiti globalne trendove, jer suvremeni turist traži autentične, zelene i jedinstvene doživljaje, sklon je manje poznatim i neistraženim destinacijama, a to se omogućava kroz davanje jasne poruke i ciljane kampanje oglašavanja koje se provode.

Kampanje koje su vrlo dobro prihvaćene i zapažene, a s kojima se nastavlja i u 2026. godini su promocija destinacije na autobusima (cca 10.000€), tramvajima (cca 30.000€), zatim vrlo upečatljiva reklama na "digital cubes on luggage belts", "digital network in front of check in hall", te vanjsko oglašavanje u suradnji s ZL Zagreb (cca 33.000€).

Kampanja „Okusi Kvarnera u zrakoplovima“ (50.000€) provodi se više godina u suradnji s Croatia Airlinesom, te Hrvatskom turističkom zajednicom. U razdoblju od četiri mjeseca, putnicima u zrakoplovima Croatia Airlinesa služe se posebno osmišljenim obroci temeljeni na kulinarskoj raznolikosti Kvarnera, gdje se isprepliću primorska, goranska



i otočna kuhinja. S obzirom na to da je Kvarner 2026. godine proglašen Europskom regijom gastronomije, projekt „Okusi Kvarnera“ predstavlja izvrstan priliku za pozicioniranje regije kao nezaobilazne destinacije za ljubitelje hrane i autentičnih doživljaja. Obroci se služe i u ekonomskom i u poslovnom razredu na međunarodnim letovima (u 2025. godini se služe krekeri s kvarnerskim začinima, pašteta od tune, tapenadu od zelenih maslina, kuglice od suhih smokava i muštačone). Obroci se pakiraju u prepoznatljive, dizajnirane kutijice s motivima Kvarnera, uključujući i mogućnost preuzimanja aplikacije „Visit Kvarner“ putem QR koda.

Ponuda aktivnog odmora bazirana na hike i bike segment će se predstaviti na Outdooraktiv platformi tijekom cijele godine (12.000€). Na toj platformi korisnici pronalaze inspiraciju, planiraju, istražuju i dijele na Outdooractiveu, te mogu prije dolaska spremati rute (i točke interesa) izravno u svoj profil (myMap) kako bi kasnije pratili realizaciju. Kvarner će u tom segmentu ponuditi konkretan proizvod – označene jedinstvenom markacijom bike i hike staze, smještaj s oznakom kvalitete Kvarner Family bike/hike friendly, te pregled događanja koje su i motiv dolaska na destinaciju.

Nastavlja se i s promocijom regije kroz razne specijalizirane časopise, portale i televizije i dr. Kroz zajednički newsletter HTZ-a „Full of tourism news“ šalju se priopćenja za medije kako bi se redovito informiralo partnera o novitetima iz regije, brendovima/projektima, nagradama i priznanjima, upečatljivim pričama, događanjima, strateškim planovima, te općenito aktivnostima koje doprinose dodatnoj promociji regije u poslovnom smislu.

Nositelji/partneri	TZ PGŽ
Iznos potreban za realizaciju	250.000,00 €
Rokovi realizacije	tijekom 2026.



3.3. ODNOSI S JAVNOŠĆU: GLOBALNI I DOMAĆI PR

Nastavno na iskustva iz prethodnih godina kada je TZ PGŽ u suradnji s PR agencijama za njemačko govorno područje i britansko tržište uspjela animirati veći broj novinara, zajednički stav TZ PGŽ, lokalnih turističkih zajednica i gospodarstva ostaje da se ovakav način suradnje s PR agencijama nastavi i u 2026. godini na njemačkom (Njemačka, Austrija i Švicarska), slovenskom i engleskom govornom području (Velika Britanija, Irska i svjetsko tržište).

PR aktivnosti s inozemnim partnerima uključuju medijsko zastupanje, godišnji press clipping, sudjelovanje na press konferencijama, individualna i grupna press putovanja, newsletter, pisanje i popunjavanje arhive tekstova i slika, organizacija nagradnih igara i dr.

3.3.1. HRVATSKA

U 2026. godini će se provoditi PR aktivnosti na hrvatskom tržištu, samostalno i/ili u suradnji sa specijaliziranom marketinškom kućom i/ili drugim ponuditeljima PR usluga. Po potrebi, TZ PGŽ će press mapu na hrvatskom jeziku koja će sadržavati informacije o investicijama i novostima na regiji (prikupljeno anketom lokalnih turističkih zajednica), dodatno pripremiti i prilagoditi po tržištima.

Nositelji/partneri	TZ PGŽ
Iznos potreban za realizaciju	43.100,00 €
Rokovi realizacije	tijekom 2026.

3.3.2. NJEMAČKO GOVORNO PODRUČJE

A.R.T. Redaktionsteam

Ugovorna agencija A.R.T. Redaktionsteam nastaviti će s aktivnostima promocije Kvarnera na njemačkom govornom području tijekom 2026.



godine. Cilj je poticati objave u različitim medijima te generirati istraživački i spisateljski interes za regiju.

Glavni fokus postavlja se na suradnju s novinarima različitih tiskanih medija, a A.R.T. Redaktionsteam garantira ozbiljnost i reprezentativnost objavljenih sadržaja. Na isti način, agencija će poticati objave na online platformama, uključujući online stranice raznih magazina.

U svrhu jačanja svijesti o Kvarneru pripremat će se newsletteri posebnih sadržaja za „targetirane“ grupe te opći newsletteri visoke kvalitete koji će se distribuirati na njemačkom govornom području.

A.R.T. Redaktionsteam organizirat će press-putovanja novinara te će im po potrebi i u suradnji s TZ PGŽ osigurati dodatne informacije, fotografije i ostale materijale.

Online sadržaji objavljuju se i na blogovima putovanja koje vodi A.R.T. Redaktionsteam: Kvarner7, Reiseblog7 i Instagram profil Kvarner7.

Sve objave te pregled press-aktivnosti dostavljaju se na uvid posredstvom media monitoringa.

Nositelji/partneri	TZ PGŽ
Iznos potreban za realizaciju	55.000,00 €
Rokovi realizacije	tijekom 2026.

3.3.3. SLOVENIJA

U 2026. godini se nastavlja s PR aktivnostima na slovenskom tržištu, u suradnji sa PR Agencijom Sincro Plus Ljubljana koja distribuira mjesečni „newsletter“, objavljuje reportaže na blogu „Spoznajmo Kvarner“ i priče na Facebook stranici Visit Kvarner, kao i na društvenim mrežama portala Objemi Hrvaško (Facebook, Instagram, Twitter, Google Plus).

Nositelji/partneri	TZ PGŽ
Iznos potreban za realizaciju	19.000,00 €
Rokovi realizacije	tijekom 2026.



3.3.4. STUDIJSKA PUTOVANJA PREDSTAVNIKA MEDIJA - NOVINARA, BLOGERA, TV EKIPA, INFLUENCERA

Ova marketinška aktivnost provodi se u skladu sa smjernicama ostalih aktivnosti TZ PGŽ te je usklađena s prioritetnim tržištima i ciljanim segmentima ponude. Posebna se pozornost, uz tržišta, posvećuje i odabiru medija, s naglaskom na vodeće (Tier 1) medije, te se intenziviraju putovanja blogera i influencera.

Kroz studijska putovanja posebno promoviramo ponudu koja doprinosi produljenju sezone i podizanju kvalitete usluge.

TZ PGŽ će i u 2026. godini nastaviti njegovati poslovne odnose s medijima s kojima je već uspostavljena uspješna suradnja, kao i nastojati privući nove medije s novom publikom i različitim interesima.

Cilj studijskih putovanja je promidžba i jačanje imidža Kvarnera kao prepoznatljive turističke destinacije. Time se postiže prepoznatljivost i prisutnost turističke ponude naše regije u globalnim medijima.

Organizacija studijskih putovanja

Studijska putovanja provode se na području svih kvarnerskih turističkih subregija. Mogu biti usmjerena na opću turističku ponudu ili biti specijalizirana za određeni proizvod ili ponudu.

„Standardna“ studijska putovanja obično uključuju jednog do dva predstavnika medija i traju od jedan do četiri dana.

Temeljem prijedloga HTZ-a, predstavništva HTZ-a u inozemstvu i/ili PR agencije mogu se organizirati i grupna studijska putovanja za više predstavnika različitih medija.

Budući da Kvarner 2026. godine nosi titulu „Europska regija gastronomije 2026.“, posebno će se intenzivirati studijska putovanja s naglaskom na eno-gastronomsku ponudu.

Sufinanciranje i prihvata studijskih putovanja

Organizacija studijskih putovanja za predstavnike medija odvija se u suradnji sa sustavom lokalnih turističkih zajednica i gospodarskim subjektima s područja županije, koji pružaju financijsku i/ili organizacijsku podršku.

Odabir i prihvata studijskih grupa provodi se kroz nekoliko ključnih kanala:

- u suradnji s HTZ-om i u suradnji s predstavništvima HTZ-a
- na poziv TZ PGŽ u suradnji s PR agencijama
- u suradnji s partnerima i/ili lokalnim turističkim zajednicama



Ova aktivnost odnosi se na sufinanciranje specijaliziranih studijskih putovanja prema prijedlogu partnera i/ili TZ kroz koja se obično prezentira specifična turistička ponuda PGŽ-a.

- ostale studijske grupe novinara

Nositelji/partneri	HTZ/TZ PGŽ/LTZ
Iznos potreban za realizaciju	70.000,00 €
Rokovi realizacije	tijekom 2026.

3.3.5. „ZLATNA PENKALA“ – NAGRADA INOZEMNIM MEDIJIMA

TZ PGŽ bit će domaćin i suorganizator zajedno s HTZ-om velikog promidžbenog događaja – dodjele godišnje nagrade „Zlatna penkala“, koju HTZ dodjeljuje najboljim turističkim novinarima iz cijelog svijeta, u šest kategorija - za objavljeni materijal o Hrvatskoj na inozemnim tržištima u 2025. godini, i to u kategorijama za najbolju reportažu tiskanog medija, za najbolju reportažu online medija, najbolju radijsku reportažu, televizijsku, travel blog i najbolju objavu na društveni mrežama. Time se ističe vrijednost profesionalnog pristupa pisanju o Hrvatskoj u stranim medijima te je u konačnici to prigoda za zahvalu predstavnicima medija na doprinosu u promidžbi hrvatskog turizma u svijetu. Kroz projekt „Zlatna penkala“ omogućuje se kontinuirana suradnja i informiranje inozemnih medija o hrvatskom turizmu i samoj regiji koja je domaćin dodjele. Zlatna penkala će se održati 14-17.4.2026. godinem a programa boravka je još u izradi.

Nositelji/partneri	HTZ/TZ PGŽ/LTZ
Iznos potreban za realizaciju	30.000,00 €
Rokovi realizacije	tijekom 2026.



3.3.6. 7. MEĐUNARODNI KONGRES O RURALNOM TURIZMU

Međunarodni kongres o ruralnom turizmu (sedmi po redu) održat će se sredinom travnja na Kvarneru, na Rabu. Zahvaljujući strateškom položaju sudionici imaju mogućnost obilaska i doživljaja unutrašnjosti otoka i zaleđa te ruralnih područja Gorskog kotara. To otvara mogućnost za posjete lokalnim OPG-ovima ruralno-turističkim destinacijama, gdje bi se sudionici upoznali s održivom poljoprivredom i tradicionalnim metodama proizvodnje. Kongres se održava svake dvije godine, okuplja oko 300-350 sudionika iz više država (na prošlom su sudjelovali predstavnici 28 država). Kongres se nadovezuje na titulu Europske regije gastronomije, promičući lokalne specijalitete poput kvarnerskog škampa, krčkog sira, kvarnerskih vina i ostalih brojnih poljoprivrednih proizvoda poput „loparskog pumidora“ ili goranskih pčelinjih proizvoda. Kroz tematske radionice i večere, sudionici će imati priliku iskusiti filozofiju "od polja do stola". Integracijom lokalne poljoprivrede i gastronomije u program, kongres dobiva na autentičnosti i doprinosi razvoju ruralnog turizma. Organizatori Kongresa su Hrvatska udruga za turizam i ruralni razvoj „Klub članova Selo“, Fakultet agrobiotehničkih znanosti Osijek, Ekonomski fakultet u Zagrebu, Institut za turizam, Veleučilište u Virovitici i Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu. Očekuje se oko 50 znanstvenih i stručnih institucija iz više država koje će prihvatiti partnerstvo.

Nositelji/partneri	HTZ/TZ PGŽ/LTZ
Iznos potreban za realizaciju	50.000,00 €
Rokovi realizacije	tijekom 2026.



3.4. MARKETINŠKE I POSLOVNE SURADNJE

3.4.1. OGLAŠAVANJE U PROMOTIVNIM KAMPANJAMA JAVNOG I PRIVATNOG SEKTORA - UDRUŽENO OGLAŠAVANJE – JAVNI POZIV TZ PGŽ

TZ PGŽ provodi Javni poziv za oglašavanje u promotivnim kampanjama privatnog i javnog sektora. Nositelji kampanje oglašavanja su gospodarski subjekti, koji uz destinaciju, promoviraju i konkretnu ponudu svojeg objekta, te daju mogućnost bookinga, što je i krajnji cilj. Udruživanjem sredstava multipliciraju se ulaganja u destinacijski razvoj i promociju destinacije. S raspisivanjem i provođenjem nastavlja se i u 2026. godini.

Nositelji/partneri	TZ PGŽ u suradnji s HTZ-om, javnim i privatnim sektorom te LTZ
Iznos potreban za realizaciju	330.000,00 €
Rokovi realizacije	kontinuirano

3.4.2. STRATEŠKI PROJEKTI – POTPORA PROGRAMIMA NA KVARNERU

TZ PGŽ već dugi niz godina zajedno s HTZ-om surađuje na promociji destinacije u suradnji sa strateškim partnerima koji provode programe za Hrvatsku, odnosno Kvarner. Cilj HTZ-a je podići svijest o Hrvatskoj kao atraktivnoj turističkoj destinaciji tijekom cijele godine, te utjecati na povećanje potražnje za hrvatskim turističkim proizvodima, na povećanje turističkog prometa i opće potrošnje. Poziv za iskaz interesa za provedbu marketinške suradnje sa strateškim partnerima u periodu 2024.-2027. je HTZ raspisao još koncem 2023. godine i važeće je za razdoblje 2024.-2027. Strateški partneri svoje kandidature, odnosno programe koje planiraju uvesti za Hrvatsku / Kvarner za 2026. godinu dostavljaju HTZ-



u. Nakon evaluacije, HTZ dostavlja svim regionalnim turističkim zajednicama prijedloge na daljnje razmatranje. Svake godine regionalne TZ potvrđuju interes za sudjelovanje u marketinškoj suradnji sa strateškim partnerima. U trenutku pisanja ovog Programa rada, HTZ nije još definirao strateške partnere za 2026., odnosno nije dostavio županijskim turističkim zajednicama programe partnera za koje se traži ugovaranje marketinških kampanja s kojima se promovira destinacija i programe koji pojedini partner ima za Kvarner.

TZ PGŽ je preliminarno odradila pregovore s avio kompanijama za suradnju na promociji destinacije, kako bi avio prijevoznici te programe pravovremeno kandidirali HTZ-u. Kroz marketinšku suradnju i kampanju, uz promociju destinacije, dodatno se oglašavaju i promoviraju letovi tih avio kompanija na ZL Rijeka. Razgovori su odrađeni s Ryanairom, Eurowingsom, SwissAiom, WizzAiom, Croatia Airlinesom, te su to potencijalni partneri u 2026. godini. U trenutku pisanja ovog Programa rada detalji programa svih letova još nisu poznati, osim za SwissAir koji je uveo i stavio u prodaju avio karte za sezonsku liniju Zurich – Rijeka, 2x tjedno, od 29.6. do 21.8.2026. godine.

Udruživanje sredstava na regionalnoj razini za financiranje tih marketinških kampanja sa strateškim partnerima iz godine u godinu predstavlja sve veći izazov iz razloga što lokalne TZ i JLS-ovi sve manje udružuju sredstva s kojima se te kampanje financiraju, zbog niza činjenica vezanih uz suradnju turističkog sektora sa ZL Rijeka (porast cijena parkiranja za poslovne korisnike na ZL Rijeka, mali udjel avio gostiju od cca 2,5%, kontinuirana, višegodišnja prozivanja ZL Rijeka o nedovoljnom ulaganju sustava TZ-a i gospodarstva...). Godišnje se, za marketinšku kampanju oglašavanja, udružuje na području PGŽ cca 500.000€ do 700.000€, što predstavlja 15-20% godišnjeg budžeta TZ PGŽ (plus dio koji ulaže HTZ), a udjel dolazaka gostiju na ZL Rijeka kontinuirano iznosi cca 2-2,5% ukupnih dolazaka na Kvarner. Uz to, od ukupnog prometa ostvarenog na ZL Rijeka, gotovo 85% prometa se ostvaruje s onim avio kompanijama s kojima je provedena marketinška kampanja oglašavanja.

Kao i svake godine, TZ PGŽ i PGŽ su lokalnim TZ-ima i JLS-ovima s područja PGŽ dostavili iznose koje bi trebalo udružiti za sufinanciranje marketinških kampanja s avio prijevoznicima u 2026. godini. U trenutku pisanja ovog dokumenta nisu poznati iznosi koje će LTZ i JLS ugraditi u svoje proračune za 2026. godinu, tako da nije niti poznat ukupan iznos koji će TZ Kvarnera imati na raspolaganju za ugovaranje marketinških kampanja. TZ PGŽ je predvidjela svoj udjelu visini od 200.000€, te predviđa da će udružena sredstva biti 300.000€. Međutim, i turističke zajednice i JLS-ovi, sve su manje skloni udruživanju sredstva za avio oglašavanje i o tome nas pisanim putem obavještavaju.



Nositelji/partneri	TZ PGŽ u suradnji s HTZ-om i javnim i privatnim sektorom
Iznos potreban za realizaciju	500.000,00 €
Rokovi realizacije	kontinuirano



3.5. SAJMOVI, PREZENTACIJE I POSLOVNE RADIONICE

3.5.1. SAJMOVI

TZ PGŽ iskazala je interes i prijavila sudjelovanje na sajmovima u vlastitoj organizaciji, u organizaciji HTZ-a te u suradnji s ostalim regionalnim TZ-ima kako slijedi:

RB	TERMIN	GRAD	SAJAM	TIP	organizator
1	15.-18.1.	Beč	Ferienmesse	opći	HTZ
2	17.-25.1.	Stuttgart	CMT	opći	HTZ
3	24.-25.1.	New York	Travel & Adventure Show	opći	HTZ predstavništvo
4	13.-15.2.	Utrecht	Fiets & Wandelbeurs	specijalizirani „outdoor“	HTZ predstavništvo
5	18.-22.2.	München	f.re.e	opći	HTZ
6	20.-22.2.	Bologna	Liberamente	opći	TZK
7	03.-05.3.	Berlin	ITB	poslovni	TZK
8	19.-23.3.	Rim	Expo Village Marathon Rome	specijalizirani „outdoor“	TZK
9	27.-29.3.	Wroclaw	Tourism Trade Show / MTT Wrocław	opći	TZK
10	27.-29.3.	Padova	Fiera del cicloturismo	specijalizirani „bike“	TZK
11	28.8.-6.9.	Düsseldorf	Caravan Salon	specijalizirani kamping	Regionalne TZ (ZD,ŠK,SD, Lika-Senj & Kvarner)
12	07.-09.10.	Rimini	TTG	poslovni	HTZ predstavništvo

Napomena: moguće su izmjene sukladno eventualnim organizacijskim promjenama



Samostalni nastupi TZ PGŽ

TZ PGŽ je za 2026. godinu prijavila samostalan sajamski nastup na sajmu ITB Berlin (3-5.3.2026.) na površini od 52m² na kojem će sudjelovati s višegodišnjim suizlagačima. (TZ otoka Krka, Lošinj Hotels & Villas, TZG Crikvenica i Jadran Hoteli).

U suradnji s TZ otoka Krka i TZ-ima Crikveničko vinodolske rivijere TZ PGŽ će nastupiti i na turističkom sajmu Tourism Trade Show u Wroclawu (Poljska).

Nastupi TZ PGŽ u organizaciji HTZ-a

U organizaciji HTZ-a TZ PGŽ će sudjelovati na općim turističkim sajmovima u Beču – Ferienmesse, Stuttgartu – CMT i Münchenu – f.re.e.

Nastupi TZ PGŽ u zajedničkoj organizaciji regionalnih TZ-a

TZ PGŽ nastupit će na Caravan Salonu u Düsseldorfu - specijaliziranom turističkom sajmu s naglaskom na kamping ponudu u suradnji sa TZ Zadarske, Splitsko-dalmatinske, Šibensko-kninske i Ličko-senjske županije.

Nastupi TZ PGŽ u organizaciji predstavništva HTZ-a

Osim sajmova u organizaciji HTZ-a, TZ PGŽ će sudjelovati i na sajmovima prema prijedlogu predstavništva HTZ-a i to u Italiji na četiri sajma: u Bologni na općem turističkom sajmu Liberamente u veljači, na dva specijalizirana outdoor sajma u ožujku (Expo Village Marathon u Rimu i Fiera del Cicloturismo u Padovi), te na poslovnom sajmu TTG u Riminiju u listopadu.

Prema prijedlogu predstavništva HTZ-a za zemlje BeNeLux-a TZ PGŽ će sudjelovati na sajmu Fiets en Wandelbeurs u Utrechtu, gdje će se uz turističku ponudu i aktivnosti poseban naglasak dati Gorskom kotaru, „zelenom i aktivnom“ dijelu Kvarnera.

TZ PGŽ iskazala je interes za nastup na sajmu Travel Adventure Show u New Yorku zbog značaja američkog tržišta koje dovodi goste više platežne moći, uglavnom u periodu pred- i posezone. Nastup će biti u sklopu štanda predstavništva HTZ-a. Dodatno, planiran je niz radnih sastanaka i prezentacija, što se nadovezuje na inicijalne razgovore za dovođenje "high end" posjetitelja, ostvarene na skupu International Travel Leaders Forumu koji je održan u listopadu 2025. godine na Kvarneru.

Posebni naglasci i ostali nastupi

S obzirom da Kvarner nosi titulu „Europska regija gastronomije 2026“ ta će se titula dodatno isticati na svim sajamskim nastupima.

Uz ovu prestižnu titulu nadovezuju se i aktivnosti na ostalim specijaliziranim sajmovima u suradnji sa udrugom Vina Kvarnera



(„vinski“ sajmovi u Sloveniji, Italiji, Austriji...) i ostalim TZ-ima / partnerima gdje će se dodatno predstaviti eno-gastronomska ponuda Kvarnera.

Uz sajmove u organizaciji HTZ-a koji su navedeni u tabeli, turistička ponuda PGŽ će također biti zastupljena kroz promo-materijale i QR kodove na ostalim sajmovima: Vakantiebeurs u Utrechtu (NL, 8.-11.1.2026.), BOOT u Düsseldorfu (DE, 17.-25.1.2026.), FITUR u Madridu (ESP, 21.-25.1.2025.), te WTM u Londonu (UK, 3. – 5.11.2026).

Po potrebi i na temelju prihvatljivih prijedloga partnera, TZ Kvarnera može sudjelovati i na drugim sajmovima, poslovnim radionicama, konferencijama i burzama tijekom 2026. godine.

Nositelji/partneri	TZ PGŽ s partnerima
Iznos potreban za realizaciju	157.000,00 €
Rokovi realizacije	kontinuirano

3.5.2. PREZENTACIJE

Prezentacije su ključan promotivni kanal komunikacije namijenjen hrvatskim i inozemnim partnerima (predstavnicima turističkih agencija i turoperatora / agentima), medijima i širokoj publici. One služe za predstavljanje i promociju kvarnerskih destinacija i turističkih proizvoda, kao i za prezentaciju novosti naše Županije vezane uz turizam i putovanja.

Glavni ciljevi prezentacija su:

- Povećanje turističkog prometa
- Učvršćivanje i proširivanje postojećih suradnji s (prvenstveno inozemnim) partnerima
- Održavanje i povećanje razine interesa i turističke potražnje za Kvarnerom.

TZ PGŽ će prezentacije održavati u raznim prigodama i formatima.

Mogući formati uključuju:

- Press konferencije ili B2B radionice
- Posebna prezentacijska okupljanja (npr. eno/gastronomska) uz eventualni zabavni program i predstavljanje kulturne baštine



- Kombinacije aktivnosti (press konferencije, obraćanja medijima, gostovanja chefova s Kvarnera, degustacije vina i sl.).

Teme prezentacija mogu biti opće ili specijalizirane (eno-gastronomске, prezentacije posebnih turističkih proizvoda i sl.), ali najčešće će se raditi o kombinaciji aktivnosti.

Udruživanje više sudionika je od iznimne važnosti, a TZ PGŽ će tome težiti i u 2026. godini.

Udruživanje podrazumijeva operativno/organizacijsko i financijsko povezivanje s:

- Hrvatskom turističkom zajednicom (HTZ)
- Ministarstvom turizma i sporta (MINTS)
- Županijskim i/ili lokalnim turističkim zajednicama
- Gospodarskim subjektima/partnerima i drugim mogućim suorganizatorima

Prezentacije će biti održane na odabranim lokacijama na emitivnim tržištima u raznim prigodama, po mogućnosti u sklopu postojećih festivala ili sličnih manifestacija.

Nastavno na višegodišnje aktivnosti razvoja gastronomije na Kvarneru, usvojenog strateškog dokumenta - Akcijskog plana razvoja gastronomije PGŽ, te višegodišnje suradnje s IGCAT-om (International Institut for Gastronomy, Culture, Art and Tourism) i evaluacijskog procesa vrlo zahtjevne kandidature, TZ PGŽ je postigla značajan iskorak na europsko i globalno tržište. U 2026. godini Kvarner nosi titulu Europske regije gastronomije te će poseban fokus staviti na eno-gastronomsku ponudu.

Planira se više prezentacija gdje će se dodatno isticati dodijeljena titula (ERG) i sinergija svih dionika vezanih uz ovaj projekt (proizvođači, institucije, ambasadori, restorani itd.)

Opseg prezentacija ovisit će o uključenju partnera i udruživanju financijskih sredstava.

Okvirno, prezentacije bi sadržavale press konferencije/obraćanja medijima, gostovanja chefova s Kvarnera u reprezentativnim objektima, degustacije vina i ostalo, sukladno mogućnostima.

Prezentacije će se organizirati sukladno prijedlozima HTZ i Predstavništava, partnera i drugih dionika, po mogućnosti u prigodama održavanja važnih događanja, koja dovode značajan broj posjetitelja, medija i uzvanika.

Ključne prezentacije se planiraju na najvažnijim emitivnim tržištima: Austrija, Slovenija, Italija, Njemačka.

Također i kroz sve ostale prezentacije u slijedećoj godini biti će prezentirana titula „Kvarner – Europska regija gastronomije 2026” .



Popis planiranih prezentacija na glavnim emitivnim tržištima:

RB	TRŽIŠTE	GRAD
1	Austrija	Beč / Prema prijedlogu Predstavništva, TO /partnera
2	Slovenija	Ljubljana ili druga destinacija
3	Italija	Milano / prema prijedlogu Predstavništva / TO / partnera
4	Njemačka	Berlin / Prema prijedlogu Predstavništva, TO /partnera
5	Hrvatska	Razne lokacije i prigode

Prezentacije na ostalim tržištima

Osim gore navedenih prezentacija na glavnim emitivnim tržištima TZ PGŽ prihvatit će i održati prezentacije na ostalim tržištima na poziv i prema prijedlogu predstavništva HTZ-a i/ili touroperatora, ili partnera u posebnim prigodama (obilježavanje obljetnica, festivali, manifestacije i sl.).

Sam opseg prezentacija i eventualni nastupi na dalekim tržištima ovisit će o uključenju partnera i udruživanju financijskih sredstava.

Tržište SAD-a i daleka tržišta na Kvarner dovode goste veće platežne moći i to uglavnom u vansezonskim periodima čime produžuju sezonu i pridonose održivijem turizmu. Ukoliko se ukaže prilika Kvarner će se dodatno predstaviti na tim tržištima (u sklopu već postojećih sajmova i sl.)

Uz to, nastavlja se sa nastupima na SKÅL godišnjim konferencijama i ostalim događanjima. SKÅL International, međunarodna je organizacija turističkih profesionalaca koja broji oko 15.000 članova okupljenih u preko 500 klubova širom svijeta i najveća je u sektoru turizma. SKÅL klub Kvarner osnovan je 2010. godine i okuplja neke od najutjecajnijih turističkih djelatnika Kvarnera, među kojima se aktivno ističe i TZ PGŽ.

TZ PGŽ će nastaviti s promocijom destinacije u suradnji sa profesionalnom turističkom organizacijom Skål International, a posebno sa pobratimljenim klubom Skål New Jersey kao i ostalim klubovima u svijetu. Prednost ovog kanala promocije je ciljani doseg prema profesionalcima u turizmu (a ne širokoj publici) i doseg različitih tržišta koja su potencijalno zanimljiva. Na poziv Skål klubova prisustvovat će se



konferencijama i ostalim događanjima, te i dalje, kontinuirano raditi na promociji PGŽ među svjetskim, turističkim „opinion makerima“.

Nositelji/partneri	TZ PGŽ s partnerima
Iznos potreban za realizaciju	164.500,00 €
Rokovi realizacije	tijekom 2026.

3.6. SURADNJA S ORGANIZATORIMA PUTOVANJA

TZ PGŽ nastavlja suradnju s organizatorima putovanja na prijedlog i u koordinaciji s Hrvatskom turističkom zajednicom (HTZ) i lokalnim gospodarskim subjektima.

Cilj ove suradnje je unapređenje poznavanja turističke ponude Županije, predstavljanje raznolikosti turističkih proizvoda i novosti te mogućnosti provođenja različitih vrsta odmora.

3.6.1. STUDIJSKA PUTOVANJA AGENATA

TZ PGŽ će u 2026. godini nastaviti s prihvatom i organizacijom studijskih i inspekcijskih putovanja, na prijedlog i u suradnji s HTZ-om i gospodarskim subjektima.

Ciljana skupina agenata uključuje predstavnike stranih turoperatora / agencija (prodajnog osoblja, vlasnika agencija i donositelja odluka).

Svrha ovih studijskih i inspekcijskih putovanja je:

- Predstavljanje turističke ponude i proizvoda regije
- Povezivanje ponude i potražnje
- Povećanje interesa za dolazak gostiju u našu županiju.

Prema potrebi, uz inspekcijska putovanja organizirat će se i tematske poslovne radionice i/ili online edukacije. Strani agenti će na taj način imati mogućnost povezati se s domaćim pružateljima određenih usluga i upoznati regiju.



Na prijedlog i/ili inicijativu partnera i/ili TZ-a sufinancirat će se specijalizirana studijska putovanja, kao npr. agenti za luksuzni, kongresni turizam i sl.

- Ova su putovanja kroz niz godina dovela nove (specijalizirane) partnere.
- Partneri su u svoje ponude uvrstili i regiju Kvarner.
- Putovanja su u našu Županiju dovela nove turiste, najčešće, veće platežne moći i donijela dobrobit na opću korist.

Dosadašnji partneri i inicijatori ovih putovanja najavili su da i u 2026. godini nastavlja sa ovom aktivnošću te će dovesti nove potencijalne klijente što će TZ Kvarnera podržati. Također sustav lokalnih TZ-a na vlastitu inicijativu agente upoznaje sa određenom – novom, specifičnom turističkom ponudom svog područja te se ova aktivnost (sufinanciranje) nastavlja i u 2026. godini.

Putovanja agenata mogu biti opće turističke tematike ili specijalizirana za određeni proizvod odnosno ponudu, a organiziraju se u suradnji s HTZ-om i predstavništvima HTZ-a u inozemstvu, sustavom turističkih zajednica te gospodarskim subjektima.

Troškovi se u pravilu dijele sa svim dionicima uključenim u organizaciju putovanja (HTZ, sustav TZ-a, gospodarski subjekti...).

Nositelji/partneri	TZ PGŽ
Iznos potreban za realizaciju	30.000,00 €
Rokovi realizacije	kontinuirano

3.7. KREIRANJE PROMOTIVNOG MATERIJALA

3.7.1. TISAK I DOTISAK BROŠURA

Sukladno potrebama, pristupa se tisku odnosno dotisku info i promo materijala.



Nositelji/partneri	TZ PGŽ
Iznos potreban za realizaciju	20.000,00 €
Rokovi realizacije	kontinuirano

3.7.2. GRAFIČKE PRIPREME

Sukladno aktualnosti promotivnih materijala, provodit će se redovito ažuriranje i izrada grafičkih priprema za različite promotivne alate. Aktivnosti će obuhvaćati osuvremenjivanje i prilagodbu postojećih brošura, pripremu oglasa (online i offline), izradu digitalnih banera, billboard rješenja te drugih vizualnih elemenata koji se koriste u promotivnim kampanjama TZ-a. Cilj je osigurati prepoznatljiv, suvremen i usklađen vizualni identitet destinacije u svim komunikacijskim kanalima.

Nositelji/partneri	TZ PGŽ
Iznos potreban za realizaciju	25.000,00 €
Rokovi realizacije	kontinuirano

3.7.3. SUVENIRI I OSTALI PROMOTIVNI MATERIJALI

Sukladno suvremenim trendovima i novim promocijskim alatima, izrađivat će se prigodni suveniri povezani s glavnim turističkim proizvodima Kvarnera, kao i ostali promotivni materijali prema potrebi.

Nositelji/partneri	TZ PGŽ
Iznos potreban za realizaciju	55.000,00 €
Rokovi realizacije	kontinuirano



3.7.4. VIDEO MATERIJAL

Zbog sve veće usmjerenosti na online marketinške kanale, raste potreba za vizualnim sadržajima u obliku kratkih video spotova. Stoga će se kontinuirano ulagati u izradu novih tematskih video materijala s ciljem zadržavanja pažnje i interesa pratitelja na digitalnim platformama. Video materijali TZ PGŽ se prijavljuju na ciljane međunarodna i domaća natjecanja te filmske festivale, gdje ostvaruju zapažene uspjehe i osvajaju nagrade, što dodatno doprinosi prepoznatljivosti i promociji destinacije. U 2026. godini će se izraditi destinacijski film o gastronomiji, te su za to prenijeta sredstva iz 2025. u 2026. godinu.

Nositelji/partneri	TZ PGŽ
Iznos potreban za realizaciju	90.893,72 €
Rokovi realizacije	kontinuirano

3.7.5. BAZA FOTOGRAFIJA

Zbog intenzivne prisutnosti na medijima i brojnih prezentacija, kako digitalno, tako i uživo, te izrade oglasa i drugih promo materijala po potrebi, koje stalno zahtijevaju nove atraktivne vizualne sadržaje, odnosno fotografije (društvene mreže, online prezentacije i aktivnosti) kontinuirano se popunjavanje baza/galerija fotografija javnim pozivima i s ciljanim naručenim tematskim snimanjima. S obzirom na pojačanu promociju u segmentu eno-gastronomije, te planiranu novu tematsku web stranicu i tematske društvene mreže, a vezano uz projekt i brend „Kvarner – Europska regija gastronomije 2026“, svakako će se birati tematske fotografije.

Nositelji/partneri	TZ PGŽ
Iznos potreban za realizaciju	7.000,00 €
Rokovi realizacije	kontinuirano



3.7.6. MONOGRAFIJA O KVARNERSKOJ GASTRONOMIJI

TZ PGŽ će u godini obilježavanja važnosti gastronomije i baštine vezane uz gastronomiju, u suradnji s partnerima i u skladu s financijskim mogućnostima izraditi monografiju kojom će predstaviti 3 kuhinje Kvarnera; primorsku, otočnu i goransku, te tako predstaviti cijelu destinaciju. To će obuhvatiti gastro priču od namirnica do recepata i običaja, proizvođače i druge ključne predstavnike gastro scene. Pri tome se značaj pridaje lokalnoj zajednici, koja prenosi znanje i nasljeđe, te će isto tako biti i potencijalni korisnici monografije, kao i turisti sa zanimanjem za raznovrsnu gastronomsku ponudu, kvalitetu i doživljaje.

Nositelji/partneri	TZ PGŽ/LTZ/PGŽ
Iznos potreban za realizaciju	20.000,00 €
Rokovi realizacije	tijekom 2026.

3.8. INTERNETSKE STRANICE

3.8.1. WEB PORTAL WWW.KVARNER.HR / WWW.KVARNER.CROATIA.HR

Web portal www.kvarner.hr

Tijekom 2026. godine Turistička zajednica Primorsko-goranske županije usmjerit će aktivnosti na dovršetak i lansiranje **nove web stranice** www.kvarner.hr koja će predstavljati središnje online mjesto inspiracije, informiranja i planiranja putovanja po Kvarneru.

Planiran je završni korak prema modernoj, interaktivnoj i pristupačnoj web platformi regije koja će postati temelj suvremenog digitalnog nastupa destinacije. Projekt se razvija u skladu s dokumentima *Struktura i Arhitektura web stranice kvarner.hr* te *Akcijskim planom razvoja turizma Primorsko-goranske županije do 2027. godine*.



Glavne aktivnosti:

- dovršetak tehničke izvedbe i implementacija ključnih modula (personalizacija korisnika, planer putovanja, interaktivne mape)
- unos i optimizacija sadržaja
- prilagodba prikaza za sve uređaje i osiguravanje pristupačnosti web stranice
- povezivanje s postojećim digitalnim rješenjima i alatima.

Cilj je do kraja 2026. godine osigurati **potpuno funkcionalnu, vizualno prepoznatljivu i sadržajno relevantnu** web platformu Kvarnera, koja će objedinjavati informativne i interaktivne sadržaje te doprinijeti jačanju online vidljivosti destinacije na nacionalnom i međunarodnom tržištu.

Web portal www.kvarner.croatia.hr

TZ PGŽ će i tijekom 2026. godine nastaviti s **redovitim ažuriranjem i uređivanjem sadržaja** o Kvarneru na službenoj web stranici HTZ-a <https://croatia.hr/>, odnosno na poddomeni www.kvarner.croatia.hr. Također će se nastaviti **sudjelovati na edukacijama i radionicama** vezanim uz navedeni web (rad u CMS sustavu, nove funkcionalnosti stranice i sl.), kako bi se osigurala potpuna operativnost i kvalitetno održavanje digitalnog sadržaja.

Nositelji/partneri	TZ PGŽ
Iznos potreban za realizaciju	67.700,00 €
Rokovi realizacije	kontinuirano

3.8.2. ODRŽAVANJE WEB PORTALA

- **OPĆI WEB TZ PGŽ:** www.kvarner.hr
redovito ažuriranje, uređivanje sadržaja i praćenje posjećenosti; prilagodba sadržaja novim funkcionalnostima u sklopu dovršetka web stranice.
- **KVARNER FAMILY:** www.kvarnerfamily.hr
redovito ažuriranje, uređivanje sadržaja i praćenje posjećenosti web portala (poveznica [2.2.1.](#)).
- **PET FRIENDLY:** www.kvarner-petfriendly.hr
redovito ažuriranje i uređivanje sadržaja (poveznica [2.2.1.](#)).
- **OPĆI WEB HTZ-a:** www.kvarner.croatia.hr



poddomena TZ PGŽ; ažuriranje i uređivanje sadržaja po potrebi (poveznica 3.8.1.).

Budući da nacionalne web stranice www.croatia.hr nisu u potpunosti prilagođene poslovanju regionalnih i lokalnih turističkih zajednica, TZ PGŽ će i dalje koristiti vlastite portale za **redovitu objavu informacija iz svog djelokruga rada.**

Održavanje portala uključuje:

- pravovremenu objavu priopćenja, javnih poziva, natječaja i drugih službenih dokumenata
- ažuriranje statističkih podataka i relevantnih informacija za dionike u turizmu
- prilagodbu sadržaja novim digitalnim funkcionalnostima.

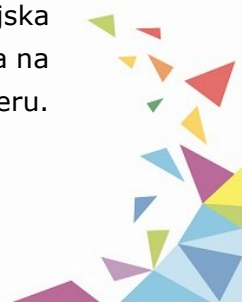
Cilj održavanja portala u 2026. godini je osigurati **kontinuiranu dostupnost informacija, transparentnost rada TZ PGŽ** i podržati interaktivni digitalni nastup destinacije.

Nositelji/partneri	TZ PGŽ
Iznos potreban za realizaciju	3.300,00 €
Rokovi realizacije	kontinuirano

3.9. KREIRANJE I UPRAVLJANJE BAZAMA TURISTIČKIH PODATAKA

3.9.1. MOBILNA APLIKACIJA VISIT KVARNER - DIGITALNA TURISTIČKA DESTINACIJSKA PLATFORMA/PROJEKT „PGŽ – PAMETNA REGIJA" U SURADNJI S JU REGIONALNA RAZVOJNA AGENCIJA PGŽ

Mobilna aplikacija **Visit Kvarner** je digitalna turistička destinacijska platforma koja na jednostavan, moderan i intuitivan način korisnicima na hrvatskom i engleskom jeziku pruža turističke informacije o Kvarneru.



Aplikacija služi kao vodič po regiji i namijenjena je za iOS i Android uređaje, dostupna za besplatno preuzimanje. Razvijena je u suradnji TZ PGŽ, Javne ustanove „Regionalna razvojna agencija PGŽ“ i start-up tvrtke Exevio d.o.o., koja je izradila informatičku podlogu i strukturu aplikacije.

Tijekom 2026. godine TZ PGŽ, kao administrator, nastavlja s redovitim održavanjem i razvojem aplikacije:

- ažuriranje, uređivanje i unapređenje sadržaja
- objava događanja, novosti i relevantnih informacija s područja županije
- provedba marketing aktivnosti i promocije aplikacije.

Cilj je osigurati **kontinuiranu dostupnost kvalitetnih informacija**, potaknuti korištenje aplikacije od strane turista i doprinijeti jačanju digitalnog nastupa destinacije Kvarnera.

Nositelji/partneri	TZ PGŽ
Iznos potreban za realizaciju	5.500,00 €
Rokovi realizacije	kontinuirano

3.10. TURISTIČKO-INFORMATIVNE AKTIVNOSTI

3.10.1. KVARNER INFO – VRATA JADRANA

Tijekom 2026. godine, Info punkt „Kvarner Info – Vrata Jadrana“, kao dio TZ Kvarnera, nastavlja suradnju sa svim info punktovima na području Kvarnera radi koordinacije i razmjene informacija, s ciljem pokrivanja cijele destinacije i kvalitetne informiranosti gostiju. Ugovor o najmu prostora s Petrolom d.d. ističe 31. prosinca 2026. godine.

Nositelji/partneri	TZ PGŽ
Iznos potreban za realizaciju	42.550,00 €
Rokovi realizacije	kontinuirano



4. DESTINACIJSKI MENADŽMENT



4.1. TURISTIČKI INFORMACIJSKI SUSTAVI I APLIKACIJE/EVISITOR

Informacijski sustav **eVisitor** jedinstveni je nacionalni online sustav koji od 1. siječnja 2016. godine omogućuje prijavu i odjavu turista, dnevni uvid u stanje turističkog prometa, vođenje baze podataka o smještajnim objektima i pružateljima usluga smještaja, obračun i uplatu turističke pristojbe te izvještavanje u statističke i marketinške svrhe u realnom vremenu. Sustav je besplatan za sve korisnike i dostupan putem interneta, bez potrebe za instalacijom.

eVisitor koriste sve turističke zajednice u Republici Hrvatskoj, pružatelji usluga smještaja, Hrvatska turistička zajednica (HTZ), predstavništva HTZ-a, Ministarstvo turizma i sporta (MINTS), Ministarstvo unutarnjih poslova, Carinska uprava, Državni inspektorat, Državni zavod za statistiku te drugi relevantni dionici. Nositelj projekta eVisitor je HTZ.

TZ PGŽ je aktivni korisnik eVisitora te ima pristup svim podacima koji se odnose na područje djelovanja turističkih zajednica članica, odnosno na područje PGŽ-a.

Tijekom 2026. godine planira se nastavak:

- redovite upotrebe eVisitora
- sudjelovanja na edukacijama i koordinacijama vezanim uz funkcionalnosti sustava
- suradnje s HTZ-om i lokalnim TZ-ima u cilju unaprjeđenja funkcionalnosti i pouzdanosti sustava
- izrade personaliziranih izvještaja i obrazaca kojima su baza podaci dobiveni iz eVistora te kombiniranje tih podataka s drugim izvorima radi provedbe skupnih analiza
- dostave podataka, u dogovorenoj dinamici i formi zapisa, Stožeru civilne zaštite i Nastavnom zavodu za javno zdravstvo PGŽ, čime TZ PGŽ posredno doprinosi jačanju sigurnosti, otpornosti i inkluzivnosti turističkog sektora

Nositelji/partneri	TZ PGŽ/HTZ
Iznos potreban za realizaciju	2.500,00 €
Rokovi realizacije	po potrebi



4.2. STRUČNI SKUPOVI I EDUKACIJE

U 2026. godini će TZ PGŽ i dalje aktivno sudjelovati u stručnim skupovima i edukacijama u suradnji s različitim institucijama, organizacijama i dionicima turističkog sektora. Posebna će se pažnja posvetiti organizaciji treće Konferencije o sigurnosti na destinaciji, u suradnji s Policijskom upravom Primorsko-goranskom. Cilj konferencije je kontinuirano promovirati Kvarner kao sigurnu turističku regiju, ali i potaknuti sve pružatelje usluga na kontinuiranu brigu o sigurnosti u svojim objektima, zatim tijekom organizacije niza događanja, te u svakodnevnom poslovanju, osobito u samoj turističkoj sezoni kada se broj posjetitelja na destinaciji višestruko povećava.

Nositelji/partneri	TZ PGŽ u suradnji s HTZ-om, MINTS-om i LTZ
Iznos potreban za realizaciju	20.000,00 €
Rokovi realizacije	kontinuirano

4.3. KOORDINACIJA I NADZOR

Jedna od Zakonom propisanih zadaća županijskih turističkih zajednica je koordinacija djelovanja i nadzor izvršavanja ciljeva i zadaća turističkih zajednica općina i gradova s područja županije koji se vrši kroz koordinaciju i kontrolu godišnjih programa rada, te kroz kontinuiranu suradnju, savjetovanje i usklađivanje ciljeva i poslovanja.

4.3.1. KOORDINACIJA DIREKTORA TZ-A I AKTIVNOSTI DJELOVANJA TZ PGŽ U SUSTAVU TZ-A

Kontinuirano se održavaju koordinacije s lokalnim turističkim zajednicama s područja PGŽ, na različite aktualne teme i aktivnosti koje proizlaze iz zakonskih zadaća, a one su:



1. Strateško planiranje i razvoj

- 1.1. sudjelovanje u izradi strateških dokumenata i druge planske podloge za razvoj turizma
- 1.2. donošenje strateškog marketinškog plana za područje županije / regije, sukladno strateškom marketinškom planu hrvatskog turizma
- 1.3. sudjelovanje u provođenju strateških marketinških projekata koje je definirala Hrvatska turistička zajednica
- 1.4. sudjelovanje u procesima zakonodavstva, prostornog planiranja te ostalih instrumenata regulacije i upravljanja na razini županije / regije radi osiguranja konkurentnog, dugoročno održivog razvoja turizma
- 1.5. koordinacija i komunikacija s dionicima privatnog i javnog sektora županije / regije
- 1.6. suradnja s ključnim partnerima i drugim županijama / regijama te turističkim zajednicama svih razina radi razvoja ponude ključnih regionalnih i među-regionalnih turističkih proizvoda
- 1.7. praćenje i podupiranje kandidiranja javnih turističkih projekata na nacionalne izvore sufinanciranja i izvore sufinanciranja iz Europske unije u suradnji s ostalim županijskim / regionalnim dionicima i lokalnim turističkim zajednicama
- 1.8. pokretanje i upravljanje inicijativama razvoja i unaprjeđenja ključnih turističkih proizvoda županije / regije.

2. Upravljanje sustavom turizma

- 2.1. upravljanje kvalitetom - utvrđivanje normi, kriterija i oznaka kvalitete turističkih proizvoda na nivou županije / regije
- 2.2. upravljanje javnom turističkom infrastrukturom
- 2.3. provođenje javnih natječaja za dodjelu potpora za manifestacije lokalnog značenja, potpora turističkim zajednicama na turistički nedovoljno razvijenim područjima te potpora projektima turističkih inicijativa i proizvoda na turistički nedovoljno razvijenim područjima u županiji / regiji
- 2.4. provođenje edukacija i podizanje kompetencija zaposlenih u sustavu i dionika turističkog sektora na području županije / regije
- 2.5. nadzor i koordinacija lokalnih turističkih zajednica.

3. Informacije i istraživanja

- 3.1. uspostavljanje detaljne turističke statistike županije / regije koja sadrži podatke o ponudi i potražnji
- 3.2. sudjelovanje u razvoju i upravljanju sustavom eVisitor i ostalim turističkim informacijskim sustavima sukladno uputama Hrvatske turističke zajednice kao što su: jedinstveni turistički informacijski portal te evidencija svih oblika turističke ponude / atrakcija na području županije / regije



3.3. provođenje istraživanja o zadovoljstvu posjetitelja i druga tržišna istraživanja

3.4. uspostavljanje sustava poslovne inteligencije temeljene na informatičkim tehnologijama (baze podataka, B2B portal, sistematizacije istraživanja, infografike) na razini županije / regije.

4. Marketing

4.1. odnosi s javnošću

4.2. stvaranje, održavanje i redovito kreiranje sadržaja na mrežnoj stranici i profilima društvenih mreža

4.3. definiranje smjernica i standarda za oblikovanje turističkih promotivnih materijala lokalnih turističkih zajednica

4.4. uspostavljanje marketinške infrastrukture temeljene na informatičkim tehnologijama

4.5. provođenje aktivnosti strateškog i operativnog marketinga (branding regije, online i offline aktivnosti, mrežne stranice i profili društvenih mreža, sajmovi, studijska putovanja, prezentacije, partnerstva, sponzorstva i slično)

4.6. koordinacija i provedba udruženog oglašavanja na regionalnoj razini

4.7. obavljanje i drugih poslova propisanih ovim Zakonom ili drugim propisom.

5. Praćenje razvoja i održivosti turizma

5.1. prati održivost razvoja turizma na razini destinacije

5.2. prikuplja, prati i analizira podatke iz javno dostupnih izvora i službenih evidencija javnopravnih tijela o pokazateljima održivosti i druge podatke vezane uz turizam i utjecaj turizma na druge djelatnosti te o raspoloživoj infrastrukturi, suprastrukturi i socio-demografskim pokazateljima

5.3. dostavlja podatke iz točke 5.2. ovog članka putem integriranog informacijskog sustava turizma

5.4. prikuplja i čuva podatke koji nisu dostupni putem integriranog informacijskog sustava turizma

5.5. podatke iz točke 5.4. ovog članka dostavlja Ministarstvu u elektroničkom obliku pogodnom za strojno čitanje podataka najkasnije 30 dana prije roka za objavu vrijednosti pokazatelja

6. Upravljanje destinacijom

6.1. izrađuje prijedlog plana upravljanja destinacijom

6.1.1. provodi javno savjetovanje o prijedlogu izrađenog plana upravljanja destinacijom te na drugi primjeren način osigurava sudjelovanje lokalnog stanovništva u postupku donošenja plana upravljanja destinacijom, sukladno propisu kojim se uređuje pravo na pristup informacijama

6.1.2. donosi odluku o upućivanju prijedloga plana upravljanja destinacijom na usvajanje predstavničkom tijelu



- 6.1.3. usvojeni plan upravljanja destinacijom objavljuje na mrežnim stranicama turističke zajednice
- 6.2. integrirano upravlja destinacijom na temelju plana upravljanja destinacijom
 - 6.2.1. upravlja destinacijom kroz razvoj turističkih proizvoda, koordinaciju s ostalim dionicima u osiguravanju infrastrukture, kao i razvoj ljudskih potencijala, uz prethodnu analizu stanja i potreba destinacije, postojećih elemenata destinacije, osobito razine digitalizacije, pristupačnosti i održivosti te identificiranje potencijala na kojima se može graditi razvoj
 - 6.2.2. okuplja i koordinira dionike i marketinške potpore, a radi osmišljavanja i razvoja proizvoda
- 6.3. upravlja turističkim tokovima
 - 6.3.1. izrađuje plan dolaska posjetitelja na lokaciju s prijedlogom plana razgleda i vremena trajanja
 - 6.3.2. izrađuje plan rasporeda i dinamike uplova i opskrbe brodova na kružnom putovanju
 - 6.3.3. izrađuje plan rasporeda i dinamike dolazaka autobusa i iskrcaja putnika na frekventnim turističkim mjestima
 - 6.3.4. provodi druge mjere u skladu sa zadaćama turističke zajednice propisanim odredbama Zakona o turizmu i odredbama Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma
- 6.4. surađuje s jedinicama lokalne i područne (regionalne) samouprave
 - 6.4.1. osigurava podatke za donošenje odluka o upravljanju razvojem održivog turizma
 - 6.4.2. predlaže mjere za razvoj destinacije
 - 6.4.3. predlaže mjere za smanjenje preopterećenosti komunalne infrastrukture i turističkih atrakcija
 - 6.4.4. predlaže donošenje odluka na temelju plana upravljanja destinacijom
 - 6.4.5. predlaže mjere upravljanja turističkim tokovima
 - 6.4.6. pruža drugu stručnu podršku u okviru propisanih zadaća
- 6.5. surađuje s tijelom državne uprave nadležnim za turizma u razvoju turističke politike
- 6.6. daje podršku drugim tijelima državne uprave u poslovima od značaja za razvoj destinacije.

TZ PGŽ i nadalje sudjeluje i provodi programe i akcije HTZ-a od zajedničkog interesa za sve subjekte u turizmu, te podizanja razine kvalitete turističke ponude Hrvatske. Suraduje s regionalnim turističkim organizacijama iz drugih zemalja i članom je međunarodnih turističkih organizacija (UN Tourism, MedCruise, RDA, SKÅL International). U svom



djelovanju TZ PGŽ surađuje s HTZ-om i predstavništvima HTZ-a u inozemstvu, 29 turističkih zajednica gradova, općina i mjesta; jedinom otočkom turističkom zajednicom - TZ otoka Krka, te formalno udruženom TZ Gorskog kotara, zatim s MINTS-om, PGŽ-om, HGK-Županijskom komorom Rijeka, Obrtničkom komorom, JLS, Policijskom upravom Primorsko-goranskom, Hrvatskom udrugom hotelijera, Udrugom hrvatskih marina, Kamping udrugom Hrvatske, ostalim županijskim turističkim zajednicama, hotelskim kućama, turističkim agencijama, medijima, PR agencijama, Sveučilištem u Rijeci, Klasterom zdravstvenog turizma Kvarnera, Javnim vatrogasnim postajama, regionalnim razvojnim agencijama i drugima. Uz aktivnosti navedene u Programu rada, TZ PGŽ obavlja se i niz ostalih aktivnosti koje proizlaze tijekom godine.

Nositelji/partneri	TZ PGŽ u suradnji s HTZ-om, MINTS-om i LTZ
Iznos potreban za realizaciju	12.000,00 €
Rokovi realizacije	kontinuirano

4.3.2. AKTIVNOSTI KOORDINACIJE S OSTALIM SUBJEKTIMA

Koordinacije s ostalim subjektima održavaju se kontinuirano i to s HTZ-om, MINTS-om, PGŽ-om, Obrtničkom komorom, HGK, JLS, Policijskom upravom Primorsko-goranskom, Hrvatskom udrugom hotelijera, Udrugom hrvatskih marina, Kamping udrugom Hrvatske, ostalim županijskim turističkim zajednicama, hotelskim kućama, turističkim agencijama, medijima, PR agencijama, Sveučilištem u Rijeci, Klasterom zdravstvenog turizma Kvarnera, Javnim vatrogasnim postajama, regionalnim razvojnim agencijama i drugima. Također, održavaju se koordinacije s predstavnicima turističkog gospodarstva na teme: stanje na tržištu i zajedničke promotivne aktivnosti, informiranje, planiranje i sve ostale aktivnosti koje imaju za cilj promociju destinacije, te poboljšanje uvjeta boravka gostiju u destinaciji. Uz to, ključno je održavanje koordinacija s onim dionicima ključnim u održavanju sigurne destinacije, odnosno u definiranju aktivnosti za unapređenje sigurnosti boravka gostiju u destinaciji.



Nositelji/partneri	TZ PGŽ u suradnji s HTZ-om, MINTS-om, PU PG, LTZ te gospodarstvom
Iznos potreban za realizaciju	14.000,00 €
Rokovi realizacije	kontinuirano

4.4. UPRAVLJANJE KVALITETOM U DESTINACIJI

TZ PGŽ i u 2026. godini nastavlja sa sudjelovanjem u projektu Godišnjih hrvatskih turističkih nagrada kojeg provode Ministarstvo turizma i sporta, HTZ i HGK. Projekt Godišnjih hrvatskih turističkih nagrada osmišljen je s ciljem podizanja kvalitete usluga i proizvoda u turističkom sektoru, ali i poticanja na konkurentnost, inovativnost i edukaciju o održivom razvoju.

Dodjelom Godišnjih hrvatskih turističkih nagrada potiče se daljnji rast kvalitete ponude i usluge, i to na način da se u suradnji sa sustavom turističkih zajednica i drugim javnim i privatnim subjektima/ustanovama dodjeljuju priznanja i nagrade zaslužnim pojedincima i tvrtkama koje su temelj turizma u Hrvatskoj i na Kvarneru.

Godišnje hrvatske turističke nagrade svečano se dodjeljuju tijekom skupa „Dani hrvatskog turizma“ tj. najvećeg godišnjeg skupa turističkih djelatnika u Hrvatskoj kojim se tradicionalno obilježava turistička godina.

Krajem godine TZ PGŽ organizirat će i manifestaciju „Kvarnerski dan turizma“, u sklopu koje se održava svečanost dodjele godišnjih turističkih nagrada, priznanja i zahvalnica kvarnerskim dobitnicima i finalistima.

Nositelji/partneri	TZ PGŽ
Iznos potreban za realizaciju	55.000,00 €
Rokovi realizacije	kontinuirano



4.5. POTICANJE NA OČUVANJE I UREĐENJE OKOLIŠA

TZ PGŽ sukladno zakonskim obvezama sudjeluje u procesima izrade dokumenata / standarda kojima se osigurava konkurentni i dugoročno održivi razvoj turizma na području županije.



5. ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA



5.1. MEĐUNARODNE STRUKOVNE I SL. ORGANIZACIJE

TZ PGŽ nastavlja svoje aktivnosti kao članica međunarodnih turističkih organizacija u vidu suradnje s relevantnim međunarodnim organizacijama, a to su UN Tourism, MEDCRUISE, SKÅL INTERNATIONAL, RDA. TZ PGŽ će razmotriti suradnju sa, i/ili uključivanje, u još neke međunarodne organizacije i udruge, koje su formirane u cilju promocije turizma i upravljanja razvojem turizma, a vođene su od strane međunarodnih institucija kao što je Europska komisija (ETC - European Travel Commission), ECTN - European Cultural Tourism Network, zatim mreže kulturno-turističkih ruta u Europi, mreže međunarodnih pješačkih i/ili biciklističkih puteva, i slično, a sve u cilju korištenja tih udruženja kao kanala promocije županije i za razmjenu iskustava u područjima istog interesa.

Nositelji/partneri	TZ PGŽ
Iznos potreban za realizaciju	6.600,00 €
Rokovi realizacije	kontinuirano





6. ADMINISTRATIVNI POSLOVI

6.1. PLAĆE

TZ PGŽ zapošljava stalni tim djelatnika (10 djelatnica), a prema potrebi tijekom vikenda i glavne turističke sezone kao i/ili uslijed povećanog opsega posla, za rad na info punktu „Kvarner Info - Vrata Jadrana“ i u TZ PGŽ privremeno se mogu zaposliti studenti te djelatnici putem drugih posrednika / davatelja usluga u zapošljavanju.

U skladu sa sistematizacijom radnih mjesta, potrebama i raspoloživim financijskim sredstvima, može se pristupiti zapošljavanju novih radnika.

Nositelji/partneri	TZ PGŽ
Iznos potreban za realizaciju	480.000,00 €
Rokovi realizacije	kontinuirano

6.2. MATERIJALNI TROŠKOVI

Materijalni troškovi funkcioniranja ureda TZ PGŽ obuhvaćaju režijske troškove, a to su: zakup prostora, uredska oprema i materijal, održavanje prostora, troškovi platnog prometa, održavanje opreme i službenog automobila, skladištenje i distribucija materijala, odvjetnički i javnobilježnički troškovi, revizijski troškovi, zatim troškovi poštarine, telekomunikacije, ostali troškovi zaposlenika i sl. U skladu s dotrajalošću opreme u TZ PGŽ, nabavlja se nova i održava postojeća oprema.

Nositelji/partneri	TZ PGŽ
Iznos potreban za realizaciju	270.000,00 €
Rokovi realizacije	kontinuirano



6.3. TIJELA TURISTIČKE ZAJEDNICE

Temeljem zakona definirana su tijela koja upravljaju radom regionalnih TZ-a, a to su Turističko vijeće i Skupština, te sukladno Statutu TZ PGŽ, radna / savjetodavna tijela radi razmatranja određenih pitanja, davanja mišljenja i prijedloga o značajnim pitanjima. Tijelo Poslovni odbor, odlukom Skupštine TZ PGŽ, nadležno je da pažnjom dobrog gospodarstvenika savjetuje TZ PGŽ u donošenju odluka o svojem poslovanju. Također, Poslovni odbor u ime Skupštine, po zakonskim odredbama, vrši nadzor, te o izvršenom izvještava Skupštinu TZ PGŽ, koja na temelju tog izvješća izrađuje finalno izvješće.

Skupština je formirana na način da je (sukladno Zakonu) svaka turistička zajednica zastupljena s jednim predstavnikom, dok one turističke zajednice koje sudjeluju s 5% u prihodima iz osnove turističke pristojbe i članarine imaju dva predstavnika, te one koje sudjeluju s više od 10%, imaju tri predstavnika (definirano Statutom). Skupština TZ PGŽ ima predsjednika i 40-ak članova.

Turističko vijeće regionalne turističke zajednice ima predsjednika i deset članova, od kojih osam bira skupština regionalne turističke zajednice iz redova članova turističke zajednice, vodeći računa o teritorijalnoj zastupljenosti i o zastupljenosti djelatnosti u turizmu (pružatelji ugostiteljskih usluga, putničke agencije i dr.), a po jednog člana delegiraju Hrvatska gospodarska komora i Hrvatska obrtnička komora iz redova svojih članova koji plaćaju članarinu Hrvatskoj gospodarskoj komori i Hrvatskoj obrtničkoj komori.

Na godišnjoj razini se u pravilu održavaju dvije sjednice Skupštine, te 4-5 sjednica Turističkog vijeća TZ PGŽ.

Nositelji/partneri	TZ PGŽ
Iznos potreban za realizaciju	50.000,00 €
Rokovi realizacije	kontinuirano



**7. REZERVA – STRATEŠKI
PROJEKTI, AKTIVNOSTI OD
INTERESA ZA KVARNER**



REZERVA – STRATEŠKI PROJEKTI, AKTIVNOSTI OD INTERESA ZA KVARNER

Sredstva rezerve planirana su za strateške projekte odnosno za projekte i aktivnosti od interesa za daljnji razvoj destinacije.

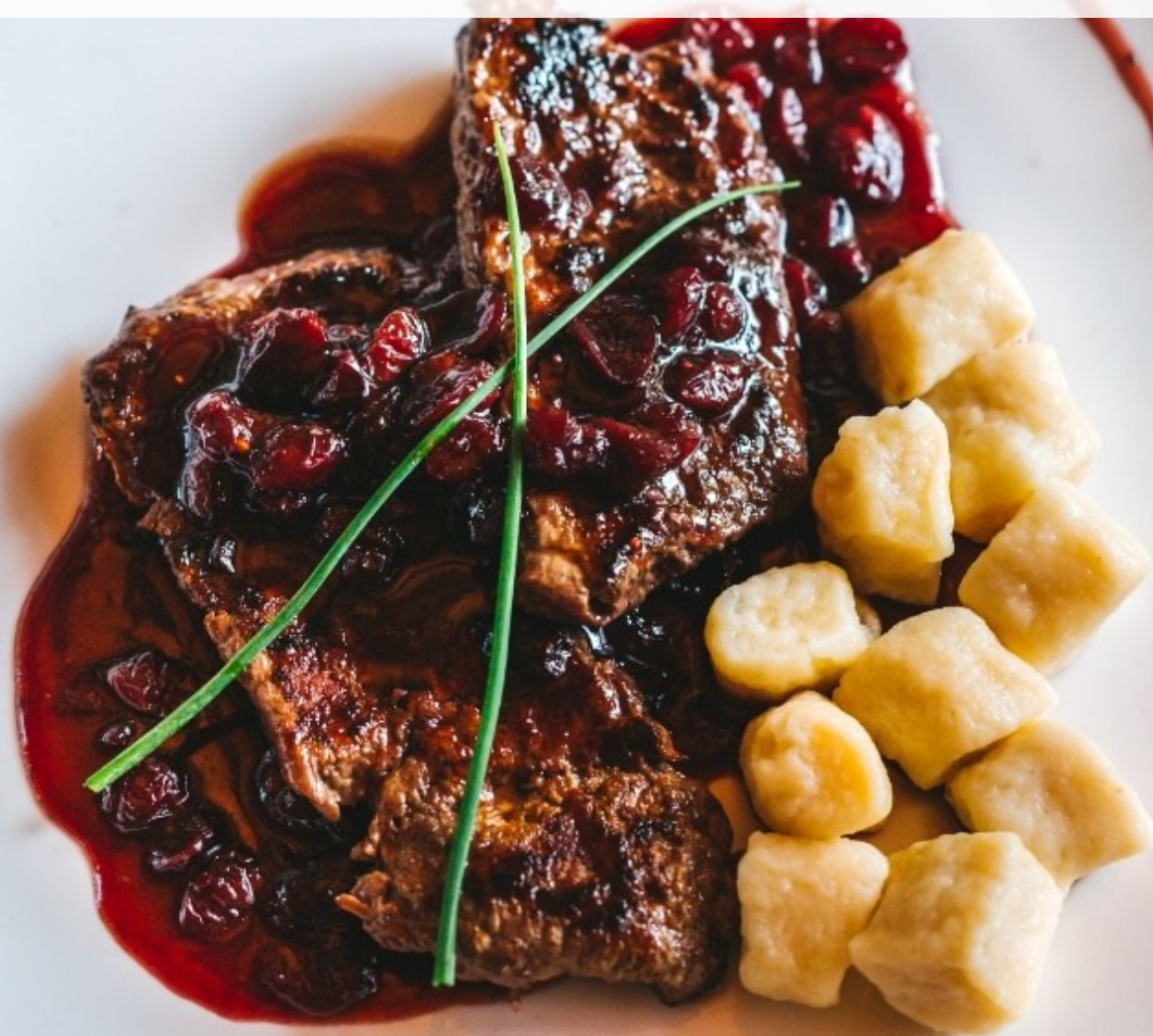
Nositelji/partneri	TZ PGŽ
Iznos potreban za realizaciju	55.000,00 €
Rokovi realizacije	tijekom 2026.

8. POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE

Metodologija i obvezatne upute za izradu godišnjeg Programa rada nalaže iskazivanje stavke „POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE“ . U TZ PGŽ nije ostvaren manjak.



**9. FOND HTZ-A ZA
TURISTIČKE ZAJEDNICE
NA TURISTIČKI
NEDOVOLJNO RAZVIJENIM
PODRUČJIMA**



9. FOND HTZ-A ZA TURISTIČKE ZAJEDNICE NA TURISTIČKI NEDOVOLJNO RAZVIJENIM PODRUČJIMA

TZ PGŽ će sukladno Pravilniku o kriterijima za dodjelu sredstava iz Fonda za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent (NN 04/22), suglasnosti HTZ-a i Odluci Turističkog vijeća TZ PGŽ, objaviti javni natječaj za dodjelu sredstava za projekte lokalnih turističkih zajednica na turistički nedovoljno razvijenom području i kontinentu s područja PGŽ iz Fonda za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent. Organizaciju i provedbu raspisivanja javnih natječaja za lokalne turističke zajednice, zaprimanja i obrade prijava, odobravanje i dodjelu sredstava propisuje HTZ, a provodi TZ PGŽ.

Nositelji/partneri	TZ PGŽ /HTZ/LTZ
Iznos potreban za realizaciju	prema Odluci HTZ-a
Rokovi realizacije	tijekom 2026.



FINANCIJSKI PLAN
TZ PGŽ 2026. (1. IZMJENA)



PRIHODI

Plan prihoda TZ PGŽ za 2026. godinu izrađen je na bazi povećanja turističkog prometa noćenja za 1,5% u odnosu na očekivano ostvarenje 2025. godine, uzimajući u obzir sve parametre koji utječu na ostvarivanje prihoda (visina turističke pristojbe po mjestima, sezoni, vrsti smještaja, naplati, porezna osnova, očekivano udruživanje sredstava, povrat sredstava za EU projekte i dr.).

Visina turističke pristojbe:

visina turističke pristojbe određuje se za najviše dva sezonska razdoblja, s tim da jedno sezonsko razdoblje traje od 1.4. do 30.9. tekuće godine; posebnim Pravilnikom ministar/ministrica turizma propisuje najniži i najviši iznos turističke pristojbe po osobi i noćenju, najniži i najviši paušalni iznos turističke pristojbe koji plaćaju osobe koje pružaju uslugu smještaja u domaćinstvu i na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu i visina godišnjeg paušalnog iznosa turističke pristojbe koji plaća vlasnik kuće, apartmana ili stana za odmor za sebe i članove uže obitelji te najviši iznos turističke pristojbe koju plaćaju brodovi na kružnom putovanju u međunarodnom pomorskom prometu i međunarodnom prometu na unutarnjim vodama kada se brod nalazi na vezu u luci ili sidrištu luke najniže i najviše turističke pristojbe; odluku o visini turističke pristojbe donosi županijska skupština, uz mišljenje lokalnih turističkih zajednica; za 2026. godinu odluka je donijeta u prosincu 2024. godine

Raspodjela turističke pristojbe:

od ukupno uplaćenih sredstava turističke pristojbe 3,5% sredstava izdvaja se za razvojne projekte i programe kreiranja novih turističkih programa na turistički nedovoljno razvijenim područjima, te 2% za projekte i programe udruženih turističkih zajednica (na poseban račun HTZ-a);

preostala sredstva raspoređuju se kako slijedi:

- 65% sredstava lokalnoj turističkoj zajednici (30% općini / gradu za poboljšanje uvjeta boravka turista)
- 15% sredstava regionalnoj turističkoj zajednici
- 20% sredstava HTZ-u

Raspodjela članarine

od ukupno uplaćenih sredstava članarine, 9% sredstava izdvaja se za Fond (pri HTZ-u) za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent, te 2% za projekte i programe udruženih turističkih zajednica (Fond HTZ-a za udružene turističke zajednice);

preostala sredstva raspoređuju se kako slijedi:

- 65% sredstava lokalnoj turističkoj zajednici
- 15% sredstava regionalnoj turističkoj zajednici
- 20% sredstava HTZ-u



Temeljem ovih osnovnih parametara, sačinjen je plan prihoda:

- **prihod od turističke pristojbe;**
 - visina turističke pristojbe na području lokalnih TZ-a varira od nepromijenjenog iznosa u odnosu na 2025. godinu do manjih povećanja u obiteljskom smještaju, hotelima i kampovima;
 - planira se povećanje fizičkog prometa u odnosu na 2025. godinu od 1,5%
- **prihod od turističke članarine:**
 - razina ostvarenja 2025. godine
- **prihod iz proračuna** očekuje se od PGŽ za aktivnosti od zajedničkog interesa, a plan se temelji na najavi
- **od sustava TZ-a i udružena sredstva** odnose se na očekivane prihode lokalnih turističkih zajednica, te JLS-ova za udruživanje sredstava za sufinanciranje promotivnih kampanja strateških projekata
- **prihodi od EU Fondova** se odnose na povrat sredstava za EU projekt „Socrat“
- **prihodi od gospodarske djelatnosti i prihodi od HTZ-a**
 - odnosi se na refundacije gospodarski subjekata za zajednički odrađene aktivnosti, te eventualne prihode HTZ-a
- **preneseni prihod iz prethodne godine**
 - predstavlja realizirani namjenski prijenos sredstava iz 2025. u 2026. godinu, kojim se osigurava djelovanje TZ PGŽ i provođenje promotivnih aktivnosti do lipnja 2026. godine
- **ostali prihod** je prihod od kamata, te prolazni prihod

AKTIVNOSTI (RASHODI)

Rashodi su planirani tako da se raspoređuju sukladno zakonski određenim aktivnostima, zatim postavljenim ciljevima, te zadanim troškovima djelovanja turističke zajednice, te su detaljno razrađeni u tablici. Sve aktivnosti su detaljno opisane u tekstualnom dijelu Godišnjeg Programa rada TZ PGŽ za 2026. godinu i usmjerene su prema ostvarenju temeljnih ciljeva, u skladu s Akcijskim planom razvoja turizma PGŽ do 2027. godine, a uvažavajući pri tome razne situacije koje imaju utjecaj na i ostvarivanje prihoda i provođenje aktivnosti.



PLAN PRIHODA 2026.

		2. IZMJENA PLANA 2025. <i>usvojena u prosincu 2025.</i>		PLAN 2026. <i>usvojen u prosincu 2025.</i>		PRJEDLOG 1. IZMJENE PLANA 2026. <i>(ožujak 2026.)</i>		INDEX prilidlog 1. izmjene plana 2026./Plan 2026.		obrazloženje plana prihoda 2026. <i>- u 2026. godini se očekuje porast fizičkog prometa za 1,5% u odnosu na ostvarenje 2025.</i>	
		1	2	3	4=3/2						
1.	Izvorni prihodi	3.665.000,00 €	3.850.000,00 €	3.850.000,00 €	100,00						
1.1.	Turistička pristojba	3.085.000,00 €	3.265.000,00 €	3.265.000,00 €	100,00						
1.1.1.	Turistička pristojba - obiteljski smještaj / paušal		1.270.000,00 €	1.270.000,00 €							
1.1.2.	Turistička pristojba - hoteli		900.000,00 €	900.000,00 €							
1.1.3.	Turistička pristojba - kampovi	2.945.000,00 €	800.000,00 €	800.000,00 €	100,00						
1.1.4.	Turistička pristojba - odmarališta		50.000,00 €	50.000,00 €							
1.1.5.	Turistička pristojba - nekomercijalni		100.000,00 €	100.000,00 €							
1.1.6.	Turistička pristojba - nautika	140.000,00 €	145.000,00 €	145.000,00 €	100,00						
1.2.	Članarina	580.000,00 €	585.000,00 €	585.000,00 €	100,00						
2.	Prihodi iz proračuna općine/grada/županije i državnog proračuna	155.000,00 €	250.000,00 €	250.000,00 €	100,00						
3.	Prihodi od sustava turističkih zajednica i udružena sredstva	270.000,00 €	300.000,00 €	300.000,00 €	100,00						
4.	Prihodi iz EU fondova	79.380,00 €	81.000,00 €	81.000,00 €	100,00						
4.1.	Projekt UPREST (trajao je do 31.7.2024.)	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00						
4.2.	Socrat	78.000,00 €	81.000,00 €	81.000,00 €	100,00						
4.3.	Mist	1.380,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00						
5.	Prihodi od gospodarske djelatnosti i prihodi od HTZ-a	35.000,00 €	24.000,00 €	24.000,00 €	100,00						
6.	Preneseni prihodi iz prethodne godine	380.179,11 €	200.000,00 €	297.893,72 €	148,95						
7.	Ostali prihodi	190.000,00 €	177.500,00 €	177.500,00 €	100,00						
7.1.	Prolazni račun / prihod - rashod LTZ-a za media plan i ostale aktivnosti	175.000,00 €	162.500,00 €	162.500,00 €	100,00						
7.2.	Ostali prihodi	15.000,00 €	15.000,00 €	15.000,00 €	100,00						
SVEUKUPNO PRIHODI		4.774.559,11 €	4.882.500,00 €	4.980.393,72 €	102,00						

Izvor: TZ Kvarnera



PLAN RASHODA 2026

šifra	AKTIVNOSTI	2. IZMJENA PLANA 2025. usvojen u prosincu 2025.	PLAN 2026. usvojen u prosincu 2026.	PRIDIOG 1. IZMJENE PLANA 2026. (ožujak 2026.)	index / prijedlog 1. izmjene plana 2026./plan 2026.	udjel	obrazloženje pojedinačnog plana a aktivnosti (rashoda) 2026.
	SVEUKUPNO RASHODI	4.774.559,11 €	4.882.500,00 €	4.980.393,72 €	102,00	100,00	
1.	ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE	76.250,00 €	44.250,00 €	71.250,00 €	161,02	0,91	
1.1.	Strateški / operativni / komunikacijski / akcijski dokument	66.250,00 €	39.250,00 €	66.250,00 €	168,79	0,80	
1.1.1.	Plan razvoja turizma PGŽ do 2030. godine; provedba i monitoring	11.250,00 €	11.250,00 €	11.250,00 €	100,00	0,23	provedba monitoringa aktivnosti za 2026. godinu PGŽ i TZK zajednički (6.250€ udjel PGŽ)
1.1.2.	Akcijski plan razvoja turizma PGŽ do 2027. - monitoring	5.000,00 €	5.000,00 €	5.000,00 €	100,00	0,10	provedba monitoringa za 2026. godinu
1.1.3.	Akcijski / operativni plan za razvoj gastronomije ; monitoring	3.000,00 €	3.000,00 €	3.000,00 €	100,00	0,06	provedba monitoringa za 2026. godinu
1.1.4.	Plan upravljanja destinacijom - praćenje razvoja održivosti destinacije i izračun prihvatnog kapaciteta	47.000,00 €	20.000,00 €	47.000,00 €	235,00	0,41	Plan se izrađuje 1.bh. da gotov 2026. godine, 1. rata u iznosu od 18.800€ je plaćena (u 2026.); prenosi se 27.000€ u januaru 2026. godine, a u prosincu 20.000€, pa to ukupno iznosi 47.000€
1.2.	Istraživanje i analiza tržišta	10.000,00 €	5.000,00 €	5.000,00 €	100,00	0,10	
1.2.1.	Provođenje istraživanja o zadovoljstvu posjetitelja i druga tržišna istraživanja s raznim partnerima	10.000,00 €	5.000,00 €	5.000,00 €	100,00	0,10	anketiranje gostiju na destinaciji dijelom Plana upravljanja destinacijom
1.3.	Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00	0,00	mjerenje učinkovitosti se proširna kroz gotovo sve aktivnosti
2.	RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA	1.521.000,00 €	1.658.500,00 €	1.708.500,00 €	103,01	33,97	
2.1.	Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00	0,00	provodi se kroz sustave označavanja kvalitete turističkog proizvoda (stavka 2.2.)
2.2.	Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda	1.102.000,00 €	1.266.500,00 €	1.316.500,00 €	103,95	25,94	
2.2.1.	Kvamer Family - razvoj i brendiranje obiteljskog smještaja	31.000,00 €	32.000,00 €	32.000,00 €	100,00	0,66	
2.2.1.1.	daljnji razvoj projekta	4.000,00 €	13.000,00 €	13.000,00 €	100,00	0,27	
2.2.1.2.	edukacija iznajmlivača i agenata	24.000,00 €	16.500,00 €	16.500,00 €	100,00	0,34	nastavak provođenja edukacija s iznajmlivačima i turističkim agencijama te edukativnih izleta (eno gastronomski ponuda s Kvamerom u suradnji s lokalnim OPC-ima, vinarima, malim poduzetnicima, proizvođačima lokalnih proizvoda/suvenira ; kulturno-povijesna i prirodna baština - Frankopanski kašтели, parkovi prirode, SRC Platok, povezivanje brendova - obiteljski smještaj s gastronomijom, outdorom, zdravstvenim tur. -
2.2.1.3.	promocija projekta KF	3.000,00 €	2.500,00 €	2.500,00 €	100,00	0,05	nove KF tablice, reportaže, pet friendly događanja
2.2.2.	Kvamer Gourmet i Kvamer Food - razvoj i brendiranje gastronomije	323.000,00 €	425.500,00 €	425.500,00 €	100,00	8,71	
2.2.2.1.	daljnji razvoj projekta	195.000,00 €	290.000,00 €	290.000,00 €	100,00	5,94	European Region of Gastronomy; terenske radionice, studijski obilasci, edukacije za vinski turizam, paneli
2.2.2.1.1.	Europska regija gastronomije		271.000,00 €	271.000,00 €	100,00	5,55	
2.2.2.1.1.1.	Obilježavanje / otvorenje ERG	30.000,00 €	30.000,00 €	30.000,00 €	100,00	0,61	ciklus obilježavanja na tržištima za medije i partnere (stavka 3.5.2.)
2.2.2.1.1.2.	Ciklus otvorenja u kvamerskim destinacijama		29.000,00 €	29.000,00 €	100,00	0,59	
2.2.2.1.1.3.	vođenje i koordinacija projekta	37.000,00 €	37.000,00 €	37.000,00 €	100,00	0,76	vođenje projekta i koordinacija
2.2.2.1.1.4.	Domaćinstvo platform meeting i Top Foodies Website Competition with Award Ceremony		70.000,00 €	70.000,00 €	100,00	1,43	Kvamer domaćin 15.-21.03.2026. - oko 60 profesionalaca iz cijelog svijeta; kroz višednevni program obilaska, Kvamer se predstavlja kao primjer dobre prakse u razvoju i brendiranju eno-gastronomije
2.2.2.1.1.5.	IGCAT suradnja		25.000,00 €	25.000,00 €	100,00	0,51	članarina, obvezno sudjelovanje u natjecanjima i radu platforme, umešavanje dionika i rad konzorcija
2.2.2.1.1.6.	Stručna događanja		80.000,00 €	80.000,00 €	100,00	1,64	
2.2.2.1.1.6.1.	UN Congress		50.000,00 €	50.000,00 €	100,00	1,02	Kvamer + HTZ domaćin UN Tourism kongresu o gastronomiji
2.2.2.1.1.6.2.	Taste the Mediterranean Festival		30.000,00 €	30.000,00 €	100,00	0,61	140.000=70.000 HTZ + 50.000 TZK + 20.000 TZG RI i OPT / oko 250 profesionalaca iz cijelog svijeta, a Kvamer se predstavlja kao primjer dobre prakse u razvoju i brendiranju eno-gastronomije
2.2.2.2.	Aktivnosti podizanja razine kvalitete i kompetencija u gastronomiji		19.000,00 €	19.000,00 €	100,00	0,39	po drugi puta na Kvameru (14-ti puta za redom u HR); gostovanja međunarodno priznatih čelova u lokalnim restoranima, masterclasses u srednjoj ugostiteljskoj školi, međjeko praćenje, društvene mreže i objave
2.2.2.2.1.	suradnja s partnerima (JRE, G&M, HSK, UNWTO)	109.000,00 €	114.500,00 €	114.500,00 €	100,00	2,35	suradnja s partnerima
2.2.2.2.1.	Michelin / HTZ		40.000,00 €	40.000,00 €	100,00	0,82	niz aktivnosti u suradnji s HTZ-om
2.2.2.2.2.	JRE		2.000,00 €	2.000,00 €	100,00	0,04	
2.2.2.2.3.	Gault&Millau		29.000,00 €	29.000,00 €	100,00	0,59	
2.2.2.2.4.	Hrvatski sommelier klub		10.000,00 €	10.000,00 €	100,00	0,20	godišnji ugovor o suradnji, natjecanja sommeliera i edukacije
2.2.2.2.5.	Kvamer Wines - razvoj i brendiranje		20.000,00 €	20.000,00 €	100,00	0,41	
2.2.2.2.6.	ostab - suradnja s partnerima		13.500,00 €	13.500,00 €	100,00	0,28	
2.2.2.3.	promocija brendova kvamerske eno-gastronomije	19.000,00 €	21.000,00 €	21.000,00 €	100,00	0,43	jačanje identiteta i prepoznatljivosti regije kao eno-gastro destinacije; Kvamer Wines
2.2.3.	Kvamer Outdoor - razvoj i brendiranje aktivnog odmora	478.000,00 €	545.000,00 €	595.000,00 €	109,17	11,16	
2.2.3.1.	daljnji razvoj projekta	167.000,00 €	66.000,00 €	66.000,00 €	100,00	1,35	upravljanje projektom i nastavak provedbe standardiziranja bike i hike staza; edukacije biciklističkih vodiča
2.2.3.1.1.	Standardi i upravljanje projektom	50.000,00 €	26.000,00 €	26.000,00 €	100,00	0,53	pojedinačne bike i hike karte po subregijama; web stranica i brošura
2.2.3.1.2.	Promotivni materijal	22.000,00 €	25.000,00 €	25.000,00 €	100,00	0,51	pripreme aktivnosti na razvoju golfa (Biseč, Punta Krifa,Cres) promotivne aktivnosti automotodroma Grobnik
2.2.3.1.3.	Razvoj golfa i daljnji razvoj automoto sportova	15.000,00 €	15.000,00 €	15.000,00 €	100,00	0,31	
2.2.3.2.	Pokretanje outdoor manifestacija od značaja za destinaciju Kvamer	311.000,00 €	479.000,00 €	529.000,00 €	110,44	9,81	
2.2.3.2.1.	CroRace - međunarodna biciklistička utrka	78.000,00 €	85.000,00 €	85.000,00 €	100,00	1,74	podignuta kategorija sa UCI 2.1. na UCI ProSeries (ima ukupno 30 utrka u svijetu); veća kategorija omogućava dovođenje 75% ekipa iz najvišeg ranga što povlači veću gledanost (povećava se broj UCI bodova za svjetski plasman)
2.2.3.2.2.	„4 islands - MTB stage race - Epic Series IRONMAN - legend race“; brisica biciklistička utrka	60.000,00 €	60.000,00 €	60.000,00 €	100,00	1,23	promocija regije kroz događanje; svjetski timovi, snažni medijski odjek
2.2.3.2.3.	WRC - Croatia Rally Championship	0,00 €	200.000,00 €	250.000,00 €	125,00	4,10	World Rally Championship Croatia Rally okuplja najbolje automobile svijeta, međunarodne medije; promocija vrhunskog sporta; 9-12.4.2026.; financira PGŽ sa 80.000€
2.2.3.2.4.	XCO Cross Country Olympic MTB, Lošinj	25.000,00 €	15.000,00 €	15.000,00 €	100,00	0,31	promocija regije kroz događanje; svjetski timovi, snažni medijski odjek
2.2.3.2.5.	Platak Snowboard Session Platok	17.000,00 €	17.000,00 €	17.000,00 €	100,00	0,35	promocija Plataka kroz događanje; financira PGŽ



šifra	AKTIVNOSTI	2. IZMJENA PLANA 2025. usvojena u prosincu 2025.	PLAN 2026. usvojen u prosincu 2025.	PRIDJELOG 1. IZMJENE PLANA 2026. (ožujak 2026.)	index / prijedlog 1. izmjene plana 2026./plan 2026.	udjel	obrazloženje pojedinačnog plana aktivnosti (rashoda) 2026.
2.2.3.2.6.	Croatian Skibike Meeting	13.000,00 €	17.000,00 €	17.000,00 €	100,00	0,35	promocija Platka kroz događanje; financira PGŽ
2.2.3.2.7.	Tenis turniri od značaja za promociju PGŽ	30.000,00 €	20.000,00 €	20.000,00 €	100,00	0,41	promocija regije kroz događanje; snažni medijski odjek
2.2.3.2.8.	Xterra MTB, Mali Lošinj	20.000,00 €	30.000,00 €	30.000,00 €	100,00	0,61	promocija regije kroz događanje; snažni medijski odjek
2.2.3.2.9.	Učka ultra trail, Mošćenička draga, 3 utrke		10.000,00 €	10.000,00 €	100,00	0,20	promocija regije kroz događanje; snažni medijski odjek
2.2.3.2.10.	Via Apsyrtides, etapna utrka		10.000,00 €	10.000,00 €	100,00	0,20	promocija regije kroz događanje; snažni medijski odjek
2.2.3.2.11.	Ostale outdoor aktivnosti	18.000,00 €	15.000,00 €	15.000,00 €	100,00	0,31	
	Javni poziv prema LTZ-ovima za prilagodbu standardima Kvarner Outdoor	80.000,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00	0,00	aktivnost 2025. godine
	Crikvenički pivački maraton sa 100 godišnjom tradicijom	4.000,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00	0,00	aktivnost 2025. godine
	Crikvenica Cup - nogometni turnir	8.000,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00	0,00	aktivnost 2025. godine
	Gorski kotar bike tour	5.000,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00	0,00	aktivnost 2025. godine
	Kids CroRace	7.000,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00	0,00	aktivnost 2025. godine
	Rab Island Hero i Epic Rides by Adria Bike; Underwater Photo Marathon	11.000,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00	0,00	aktivnost 2025. godine
	Baška Outdoor festival	8.000,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00	0,00	aktivnost 2025. godine
	Highlander winter Mali Lošinj (u 2024. Highlander Gorski kotar)	2.000,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00	0,00	aktivnost 2025. godine
	Jedriličarska regata "Fiumanka"	5.000,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00	0,00	aktivnost 2025. godine
2.2.4.	Kvarner Health and Wellbeing - razvoj i brendiranje zdravstvenog turizma	19.500,00 €	25.000,00 €	25.000,00 €	100,00	0,51	nastavak aktivnosti u suradnji s klastrom i klinikama na brendiranju Kvarnera kao destinacije zdravlja
2.2.5.	Kvarner Culture - razvoj i brendiranje kulturne ponude	224.500,00 €	212.000,00 €	212.000,00 €	100,00	4,34	
2.2.5.1.	Daljnji razvoj i marketing projekta	3.000,00 €	3.000,00 €	3.000,00 €	100,00	0,06	promocijski alati
2.2.5.2.	Konferencije i festivali kulturnog turizma	5.000,00 €	5.000,00 €	5.000,00 €	100,00	0,10	sudjelovanje u konferencijama, edukacije
2.2.5.3.	Poticanje kulturnih manifestacija od značaja za destinaciju Kvarner	214.500,00 €	200.500,00 €	200.500,00 €	100,00	4,11	
2.2.5.3.1.	Cinehill, BRDO FILMOVA	110.000,00 €	100.000,00 €	100.000,00 €	100,00	2,05	promocija Gorskog kotara/regije kroz filmski festival; financira PGŽ sa 75.000€
2.2.5.3.2.	RAFF 2026 - Rab Film Festival	30.000,00 €	35.000,00 €	35.000,00 €	100,00	0,72	po 7 put na Rabu, suradnja s Gradom, TZ, Valamar - osim filmova sadrži bogat kulturno-zabavni program s koncertima, gastro poudom, stručnim tematskim panelima, radionicama za studente i mlade posjetitelje, itd.
2.2.5.3.3.	Ostali filmski festivali i suradnje	14.500,00 €	20.500,00 €	20.500,00 €	100,00	0,42	Liburnia Film Festival, Festival i prezentacija hrvatsko-japanskog filma, Mandrač 2026, glazbeno-scenski program i funkciji razvoja i promociji kulturnog turizma / crossmarketing itd
2.2.5.3.4.	Rapska Fjera	13.000,00 €	13.000,00 €	13.000,00 €	100,00	0,27	tradicionalno događanje i promocija regije; snažni medijski odjek
2.2.5.3.5.	Nastavak završenih EU projekata	42.000,00 €	32.000,00 €	32.000,00 €	100,00	0,66	promocija aktivnosti proizašlih iz EU projekata (Arca Adriatica i Putevima Frankopana)
2.2.5.3.5.1.	Arca Adriatica i Mala barka		26.000,00 €	26.000,00 €	100,00	0,53	
2.2.5.3.5.1.1.	18. smotra i regata tradicijskih barki na jedra MALA BARKA - Štorija od mora		8.000,00 €	8.000,00 €	100,00	0,16	
2.2.5.3.5.1.2.	29. Krčka jedra		5.000,00 €	5.000,00 €	100,00	0,10	
2.2.5.3.5.1.3.	60. Ribarski tjedan u Crikvenici		5.000,00 €	5.000,00 €	100,00	0,10	
2.2.5.3.5.1.4.	Lošinjskim jedrima oko svijeta - Losinava		5.000,00 €	5.000,00 €	100,00	0,10	
2.2.5.3.5.1.5.	promocija brenda Kvarner Maritime Heritage u Hri i inozemstvu		3.000,00 €	3.000,00 €	100,00	0,06	
2.2.5.3.5.2.	KTR Putevima Frankopana		3.000,00 €	3.000,00 €	100,00	0,06	
2.2.5.3.5.3.	Ostale kulturno-turističke rute		3.000,00 €	3.000,00 €	100,00	0,06	
2.2.5.4.	Kvarner Nature	2.000,00 €	3.500,00 €	3.500,00 €	100,00	0,07	zaštita i promocija prirodne baštine, suradnja s JU Priroda
	Creski semenj	5.000,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00	0,00	tradicionalno događanje i promocija regije
2.2.6.	Nautički turizam i cruising - razvoj i brendiranje	26.000,00 €	27.000,00 €	27.000,00 €	100,00	0,55	marketinške kampanje za promociju nautičkog turizma i welcome servis
2.2.7.	Održiva turistička destinacija - razvoj i brendiranje Kvarnera	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00	0,00	aktivnosti na održivosti destinacije su prožete kroz gotovo sve aktivnosti
2.3.	Podrška razvoju turističkih događanja	325.000,00 €	289.000,00 €	289.000,00 €	100,00	5,92	
2.3.1.	Dotjele sredstava za regionalna i lokalna događanja u PGŽ; Javni poziv TZ PGŽ	100.000,00 €	115.000,00 €	115.000,00 €	100,00	2,36	raspisivanje javnog poziva TZPGŽ/svi
2.3.2.	Poticanje i pomaganje razvoju turizma na turistički nedovoljno razvijenom području; Javni poziv TZ PGŽ	70.000,00 €	50.000,00 €	50.000,00 €	100,00	1,02	raspisivanje javnog poziva TZPGŽ/za manje razvijene LTZ
2.3.3.	Fond za turističke zajednice na turistički nedovoljno razvijenim područjima - razvoj i unapređenje Gorskog kotara	40.000,00 €	40.000,00 €	40.000,00 €	100,00	0,82	Fond za Gorski kotar-razvoj i brendiranje Gorskog kotara
2.3.4.	Ostala manja sufinanciranja	7.000,00 €	7.000,00 €	7.000,00 €	100,00	0,14	eventualna manja sufinanciranja (do 660€)
2.3.5.	Sufinanciranja značajnih događanja		77.000,00 €	77.000,00 €	100,00	1,58	
2.3.5.1.	Women's weekend Festival, Rijeka	40.000,00 €	40.000,00 €	40.000,00 €	100,00	0,82	sudjelovanje u konferenciji i promocija kroz događanje; sufinancira PGŽ s 29.750€
2.3.5.2.	RetroPatija 2026.	11.000,00 €	11.000,00 €	11.000,00 €	100,00	0,23	promocija regije kroz događanje; snažan medijski odjek
2.3.5.3.	Riječki karneval 2026.	18.000,00 €	18.000,00 €	18.000,00 €	100,00	0,37	promocija regije kroz događanje; snažan medijski odjek
2.3.5.4.	Festival skulpture u pješku, Lopar		8.000,00 €	8.000,00 €	100,00	0,16	
	Opatija Advent 2025.	11.000,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00	0,00	aktivnost 2025. godine
	Riječki Advent 2025. / Zima na Gradini	5.000,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00	0,00	aktivnost 2025. godine
	160 godina turizma na Cresu	5.000,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00	0,00	aktivnost 2025. godine
	140 godina turizma na Lošnju	8.000,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00	0,00	aktivnost 2025. godine
	World meeting Forum 2025. Mali Lošinj (agenti Južna Amerika)	5.000,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00	0,00	aktivnost 2025. godine
	Concour de Croatie Mali Lošinj	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00	0,00	aktivnost 2025. godine
	Krčki sajam - Lovrečeva 2025.	5.000,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00	0,00	aktivnost 2025. godine



šifra	AKTIVNOSTI	2. IZMJENA PLANA 2025. usvojena u prosincu 2025.	PLAN 2026. usvojen u prosincu 2025.	PRIDJELOG 1. IZMJENE PLANA 2026. (okružak 2026.)	index / prijedlog 1. izmjene plana 2026./plan 2026.	udjel	obrazloženje pojedinačnog plana aktivnosti (rashoda) 2026.
2.4.	EU projekti	94.000,00 €	103.000,00 €	103.000,00 €	100,00	2,11	
2.4.1.	SOCRAT	94.000,00 €	73.000,00 €	73.000,00 €	100,00	1,50	promocija i otkrivanje manje poznatih destinacija uz pomoć inovacija, umjetnosti i održivog razvoja
2.4.2.	očekivani EU projekti	0,00 €	30.000,00 €	30.000,00 €	100,00	0,61	prijavljeni EU projekti
3.	KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE	2.312.750,00 €	2.024.650,00 €	2.235.543,72 €	110,42	41,47	
3.1.	Definiranje branding sustava i brand arhitekture	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00	0,00	aktivnost u skladu s Akcijskim planom s troškovima kroz ostale stavke
3.2.	Oglašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvođača	490.000,00 €	450.000,00 €	450.000,00 €	100,00	9,22	
3.2.1.	Media plan Kvarnera	490.000,00 €	450.000,00 €	450.000,00 €	100,00	9,22	
3.2.1.1.	zajednički media plan TZ Kvarnera sa TZ-ima po subregijama	280.000,00 €	200.000,00 €	200.000,00 €	100,00	4,10	
3.2.1.1.1.	udjel lokalnih TZ-a	180.000,00 €	150.000,00 €	150.000,00 €	100,00	3,07	zajednički media plan sa sustavom TZ-a po subregijama u suradnji s marketinškim agencijom
3.2.1.1.2.	udjel TZ PGŽ	100.000,00 €	50.000,00 €	50.000,00 €	100,00	1,02	
3.2.1.2.	Oglašavanje destinacije Kvarner	210.000,00 €	250.000,00 €	250.000,00 €	100,00	5,12	promocija regije kroz razne medije, platforme, mreže...doprimosi boljoj vidljivosti regije
3.2.1.2.1.	Okusi Kvarnera u zrakoplovima Croatia Airlines	50.000,00 €	50.000,00 €	50.000,00 €	100,00	1,02	promocija kroz posebno osmišljene obroke temeljene na kulinarskoj raznolikosti Kvarnera u posebnim pakiranjima na međunarodnim letovima tijekom 4 mjeseca
3.2.1.2.2.	Fino i vino		12.000,00 €	12.000,00 €	100,00	0,25	promocija regije kroz razne medije
3.2.1.2.3.	Media tim KPK		10.000,00 €	10.000,00 €	100,00	0,20	promocija regije kroz razne medije
3.2.1.2.4.	Espanade view		5.000,00 €	5.000,00 €	100,00	0,10	promocija regije kroz razne medije
3.2.1.2.5.	Nacional Gastro&Wine		6.700,00 €	6.700,00 €	100,00	0,14	promocija regije kroz razne medije
3.2.1.2.6.	Paul Broadbury		7.000,00 €	7.000,00 €	100,00	0,14	promocija regije kroz razne medije
3.2.1.2.7.	Lust auf Kroatien	6.000,00 €	5.000,00 €	5.000,00 €	100,00	0,10	promocija regije kroz razne medije
3.2.1.2.8.	platforma vino.rs		4.000,00 €	4.000,00 €	100,00	0,08	promocija regije kroz razne medije
3.2.1.2.9.	TU magazin		5.000,00 €	5.000,00 €	100,00	0,10	promocija regije kroz razne medije
3.2.1.2.10.	Felnschmecker Austria		10.000,00 €	10.000,00 €	100,00	0,20	promocija regije kroz razne medije
3.2.1.2.11.	Kampanja ERG u PGŽ/HR		20.000,00 €	20.000,00 €	100,00	0,41	promocija regije kroz razne medije
3.2.1.2.12.	Kampanja na ZL Zagreb (digital cubes on luggage belts, digital network in front of check in hall)	30.000,00 €	33.000,00 €	33.000,00 €	100,00	0,68	promocija regije kroz razne medije
3.2.1.2.13.	outdoor aktiv platforma		12.000,00 €	12.000,00 €	100,00	0,25	promocija regije kroz razne medije
3.2.1.2.14.	Italija/Mediamond		30.000,00 €	30.000,00 €	100,00	0,61	promocija regije kroz razne medije
3.2.1.2.15.	Slovenija / autobus / billboard / magazini		10.000,00 €	10.000,00 €	100,00	0,20	promocija regije kroz razne medije
3.2.1.2.16.	Kabine za presvlačenje		10.000,00 €	10.000,00 €	100,00	0,20	promocija regije kroz razne medije
3.2.1.2.17.	ostalo (Opatija, TI)		20.300,00 €	20.300,00 €	100,00	0,42	promocija regije kroz razne medije
	Promocija ERG (Fino i vino, Gastro&Wine, vino.rs...)	30.000,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00	0,00	aktivnost 2025. godine
	OOH (bus, tramvaj, billboard, kabine za presvlačenje...)	40.000,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00	0,00	aktivnost 2025. godine
	Društvene mreže Visit Kvarner - vođenje i promocija	12.000,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00	0,00	aktivnost 2025. godine
	Tip travel magazin	10.000,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00	0,00	aktivnost 2025. godine
	Nacional, UT, ostala hrvatska specijalizirana izdanja	10.000,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00	0,00	aktivnost 2025. godine
	ostalo	2.000,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00	0,00	aktivnost 2025. godine
	Opatija, TI	20.000,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00	0,00	aktivnost 2025. godine
3.3.	Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR	196.600,00 €	267.100,00 €	267.100,00 €	100,00	5,47	
3.3.1.	Hrvatska	40.000,00 €	43.100,00 €	43.100,00 €	100,00	0,88	promocija za HR tržište kroz razne domaće medije i aktivnosti u suradnji s Artredaktions team
3.3.2.	Njemačko govorno područje	55.000,00 €	55.000,00 €	55.000,00 €	100,00	1,13	u suradnji s Sincro (newsletter, FB, ostale promo aktivnosti)
3.3.3.	Slovenija	18.600,00 €	19.000,00 €	19.000,00 €	100,00	0,39	organizacija i prihvati studijskih putovanja za predstavnik medija (novinari, blogeri, influenceri...)
3.3.4.	Studijska putovanja predstavnik medija - novinara, blogera, TV ekipa, influencera	70.000,00 €	70.000,00 €	70.000,00 €	100,00	1,43	organizacija i prihvati studijskih putovanja za predstavnik medija (novinari, blogeri, influenceri...)
3.3.5.	Zlatna penkala		30.000,00 €	30.000,00 €	100,00	0,61	dodjela godišnje nagrade inozemnim predstavnicima medija za najbolji objavljeni materijal o Hrvatskoj na inozemnim tržištima u 2025. godini; domaćinstvo Kvarnera (uz sufinanciranje HTZa i LTZ)
3.3.6.	7. Međunarodni kongres o ruralnom turizmu		50.000,00 €	50.000,00 €	100,00	1,02	domaćinstvo kongresu u organizaciji udruge Eko selo
	Velika Britanija	13.000,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00	0,00	aktivnost 2025. godine
3.4.	Marketinške i poslovne suradnje	882.000,00 €	690.000,00 €	830.000,00 €	120,29	14,13	
3.4.1.	Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora - udruženo oglašavanje - Javni poziv TZ PGŽ	330.000,00 €	190.000,00 €	330.000,00 €	173,68	3,89	podrška marketinškim kampanjama nosteljima ponude (hotelske tvrtke, kampovi, obiteljski smještaj, agencije)
3.4.1.1.	Javni poziv TZ PGŽ prema gospodarskim subjektima	330.000,00 €	190.000,00 €	330.000,00 €	173,68	3,89	Udružena sredstva za marketinške kampanje sa strateškim partnerima (Ryanair, Eurowings, LH Group, WizzAir, Croatia Airlines);
3.4.2.	Strateški projekti - potpora programima na Kvarneru	552.000,00 €	500.000,00 €	500.000,00 €	100,00	10,24	
3.4.2.1.	udjel TZ PGŽ	552.000,00 €	200.000,00 €	200.000,00 €	100,00	10,24	
3.4.2.2.	udružena sredstva s područja Kvarnera		300.000,00 €	300.000,00 €	100,00	6,58	
3.5.	Sajmovi, prezentacije i poslovne radionice	370.000,00 €	321.500,00 €	321.500,00 €	100,00	6,58	
3.5.1.	Sajmovi	230.000,00 €	157.000,00 €	157.000,00 €	100,00	3,22	nastup u sklopu štanda HTZ-a ili samostalni sajamski nastupi
3.5.1.1.	Beč - Ferienmesse		5.000,00 €	5.000,00 €	100,00	0,10	Opći turistički sajam s HTZ-om; zakup i uređenje = 3.500€ + 1 osoba x put, 6 noćenja, dnevnice + distribucija promo materijala...
3.5.1.2.	CMT Stuttgart		8.000,00 €	8.000,00 €	100,00	0,16	Opći turistički sajam s naglaskom na kamping ponudu s HTZ-om; zakup i uređenje = 4.000€ + 2 osobe x put, 11 noćenja, dnevnice, distribucija promo materijala...
3.5.1.3.	New York		15.000,00 €	15.000,00 €	100,00	0,31	Opći turistički sajam s predstavništvom HTZ-a; zakup i uređenje = 7.500€ + 2 osobe x put, 5 noćenja, dnevnice, distribucija promo materijala...
3.5.1.4.	Utrecht, Fiets		5.000,00 €	5.000,00 €	100,00	0,10	Specijalizirani outdoor sajam s predstavništvom HTZ-a; zakup i uređenje = 3.000€ + 1 osoba x put, 4 noćenja, dnevnice, distribucija promo materijala...
3.5.1.5.	Muenchen		10.000,00 €	10.000,00 €	100,00	0,20	Opći turistički sajam s HTZ-om; zakup i uređenje = 3.000€ + 2-3 osobe x put, 7 noćenja, dnevnice, distribucija promo materijala...





šifra	AKTIVNOSTI	2. IZMJENA PLANA 2025. usvojen u prosincu 2025.	PLAN 2026. usvojen u prosincu 2025.	PRIDJELOG 1. IZMJENE PLANA 2026. (ožujak 2026.)	index / prijedlog 1. izmjene plana 2026./plan 2026.	udjel	obrazloženje pojedinačnog plana aktivnosti (rashoda) 2026.
3.5.1.6.	Bologna		8.000,00 €	8.000,00 €	100,00	0,16	Opći turistički sajam u organizaciji TZK; zakup i uređenje = 5.000€ + 2 osobe x put, 4 noćenja, dnevnice, distribucija promona materijala...
3.5.1.7.	Berlin TTb		45.000,00 €	45.000,00 €	100,00	0,92	Poslovni sajam u organizaciji TZK; suzaglađi: TZ otoka Krka, TZ Crkvenica & Jadrani hoteli, Losinj Hotels & Villas; zakup i uređenje = 40.000€ + 2 do 3 osobe x put, 3 noćenja, dnevnice, promonari, distribucija promona materijala... (prihod / rashod, cca 10.000 POVBAT)
3.5.1.8.	Rim Expo Village Marathon		8.000,00 €	8.000,00 €	100,00	0,16	štanđ u sklopu Expo zone maratona u Rimu; zakup i uređenje = 5.000€ + 2 osobe x put, 5 noćenja, dnevnice...
3.5.1.9.	Wrocław Poljska		8.000,00 €	8.000,00 €	100,00	0,16	Opći turistički sajam u organizaciji TZK; suzaglađi: TZ otoka Krka, TZ Crkveničko - vinskijske rivijere; zakup i uređenje = 4.500€ + 2 osobe put, 5 noćenja, dnevnice, distribucija promona materijala... (prihod / rashod, cca 5.000 POVBAT = ukupni trošak /3 subjehta)
3.5.1.10.	Padova Cioturismo		5.000,00 €	5.000,00 €	100,00	0,10	Specializirani sajam u organizaciji TZK + TZ otoka Krka - suzaglađi; zakup i uređenje = 3.000€ + 2 osobe x put, 4 noćenja, dnevnice, distribucija promona materijala...
3.5.11.	Dusseldorf		10.000,00 €	10.000,00 €	100,00	0,20	Opći turistički sajam s naglaskom na kamping ponudu u organizaciji regionalnih TZ-a (Zadarska, Šibensko-kninska, Splitsko-dalmatinska, Ličko-senjska & PGŽ); zakup i uređenje prostora = 4.000€ + 2 osobe x put, 11 noćenja, dnevnice, distribucija promona materijala...
3.5.12.	Rimini TTG		8.000,00 €	8.000,00 €	100,00	0,16	Poslovni sajam s predstavništvom HTZ-a; zakup i uređenje prostora = 6.000€ + 1 osoba x put, 4 noćenja, dnevnice, distribucija promona materijala...
3.5.1.13	ostali sajamski nastupi/strukovne konferencije i burze u organizaciji ostalih subjekata		22.000,00 €	22.000,00 €	100,00	0,45	
3.5.2.	Prezentacije	140.000,00 €	164.500,00 €	164.500,00 €	100,00	3,37	sudjelovanje na prezentacijama, na poziv (ili) po prijedlogu Predstavništva HTZ-a i drugih partnera a i drugih partnera (10.000€); Trst Barcolana (10.000€, ostalo
3.5.2.1.	Italija		30.000,00 €	30.000,00 €	100,00	0,61	Milano, Travel open village workshop (10.000€);
3.5.2.2.	Austrija		20.000,00 €	20.000,00 €	100,00	0,41	
3.5.2.3.	Njemačka		20.000,00 €	20.000,00 €	100,00	0,41	
3.5.2.4.	Slovenija		15.000,00 €	15.000,00 €	100,00	0,31	
3.5.2.5.	Srbija		15.000,00 €	15.000,00 €	100,00	0,31	
3.5.2.6.	USA		20.000,00 €	20.000,00 €	100,00	0,41	
3.5.2.7.	Vinski turizam crossmarketing		10.000,00 €	10.000,00 €	100,00	0,20	promodija vinstlog turizma i ponude kroz razne kanale promocije i kroz druge segmente turističke ponude
3.5.2.8.	Sevilla - outdoor		4.500,00 €	4.500,00 €	100,00	0,09	B2B workshop u suradnji s Arma travel
3.5.2.9.	ostale prezentacije		30.000,00 €	30.000,00 €	100,00	0,61	
3.6.	Suradnja s organizatorima putovanja	49.000,00 €	30.000,00 €	30.000,00 €	100,00	0,61	organizacija i prihvata studijskih putovanja za agente
3.6.1.	Studijska putovanja agenata	25.000,00 €	30.000,00 €	30.000,00 €	100,00	0,61	
	<i>Loop wellness Mali Lošinj</i>	<i>0,00 €</i>	<i>0,00 €</i>	<i>0,00 €</i>	<i>0,00</i>	<i>0,00</i>	<i>aktivnost 2025. godine</i>
	<i>Domaćinstvo Kvarnera konferenciji Internova (Travel leaders network)</i>	<i>24.000,00 €</i>	<i>0,00 €</i>	<i>0,00 €</i>	<i>0,00</i>	<i>0,00</i>	<i>aktivnost 2025. godine</i>
3.7.	Kreiranje promotivnog materijala	232.650,00 €	147.000,00 €	217.893,72 €	148,23	3,01	pristupa se dotisku u skladu s potrebama
3.7.1.	Tisak i dotisak brošura	15.000,00 €	20.000,00 €	20.000,00 €	100,00	0,41	grafičke pripreme brošura, pripreme raznih drugih info i promona materijala (oglasi, roll-upovi, baneri...)
3.7.2.	Grafičke pripreme	25.000,00 €	25.000,00 €	25.000,00 €	100,00	0,51	razni suvenirni i "give away" pokloni
3.7.3.	Suvenirni i ostali promotivni materijal	49.650,00 €	55.000,00 €	55.000,00 €	100,00	1,13	Destinacijski film o gastronomiji se izradjuje, i. rata je plaćena (u 2026.); prenosi se 70.893,72 € jer je za 2026. već bilo planirano 20.000,00 € pa po ukupno iznosi 90.893,72 €
3.7.4.	Video materijal	90.000,00 €	20.000,00 €	20.000,00 €	454,47	0,41	okup fotografija po potrebi
3.7.5.	Baza fotografija	6.000,00 €	7.000,00 €	7.000,00 €	100,00	0,14	realizirat će se ukoliko se uključe i ostali npr.; cca 70.000 = 20.000 TZK+30.000 LTZ+20.000 PGŽ
3.7.6.	Monografija o kvarnerskoj gastronomiji	0,00 €	20.000,00 €	20.000,00 €	100,00	0,41	<i>aktivnost 2025. godine</i>
	<i>Kvarner Magazin 2026.</i>	<i>47.000,00 €</i>	<i>0,00 €</i>	<i>0,00 €</i>	<i>0,00</i>	<i>0,00</i>	
3.8.	Internetske stranice - www.kvarner.hr	47.000,00 €	71.000,00 €	71.000,00 €	100,00	1,45	redesign web portala TZ PGŽ
3.8.1.	web portal www.kvarner.hr	40.000,00 €	67.700,00 €	67.700,00 €	100,00	1,39	
3.8.2.	održavanje web portala	7.000,00 €	3.300,00 €	3.300,00 €	100,00	0,07	održavanje
3.9.	Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka	5.500,00 €	5.500,00 €	5.500,00 €	100,00	0,11	
3.9.1.	Mobilna aplikacija Visit Kvarner - digitalna turistička destinacijska platforma / projekt „PGŽ – pametna regija“ s JU Razvojna agencija PGŽ	5.500,00 €	5.500,00 €	5.500,00 €	100,00	0,11	mesečno održavanje
3.10.	Turističko-informativne aktivnosti	40.000,00 €	42.550,00 €	42.550,00 €	100,00	0,87	
3.10.1.	Kvarner Info – Vrata Jadrana	40.000,00 €	42.550,00 €	42.550,00 €	100,00	0,87	djelovanje info punkta Kvarner Info
4.	DESTINACIJSKI MENAĐŽMENT	87.000,00 €	103.500,00 €	103.500,00 €	100,00	2,12	
4.1.	Turistički informacijski sustavi i aplikacije / eVisitor	0,00 €	2.500,00 €	2.500,00 €	100,00	0,05	aktivnosti bez troška
4.2.	Sručni skupovi i edukacije	10.000,00 €	20.000,00 €	20.000,00 €	100,00	0,41	organizacija i provođenje edukacija
4.2.1.	Konferencije o sigurnosti a MUP-om		15.000,00 €	15.000,00 €	100,00	0,31	
4.2.2.	ostale aktivnosti		5.000,00 €	5.000,00 €	100,00	0,10	
4.3.	Koordinacija i nadzor	27.000,00 €	26.000,00 €	26.000,00 €	100,00	0,53	
4.3.1.	Koordinacija direktora TZ-a i aktivnosti djelovanja TZ PGŽ u sastavu TZ-a	12.000,00 €	12.000,00 €	12.000,00 €	100,00	0,25	redovito održavanje koordinacije sa sustavom turističkih zajednica
4.3.2.	Aktivnosti koordinacije s ostalim subjektima	15.000,00 €	14.000,00 €	14.000,00 €	100,00	0,29	koordinacija s ostalim subjektima
4.4.	Upravljanje kvalitetom u destinaciji	50.000,00 €	55.000,00 €	55.000,00 €	100,00	1,13	aktivnosti na podizanju kvalitete usluge u destinaciji (Kvarnerski dan turizma, DHT...)
4.5.	Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00	0,00	aktivnost se provodi kroz stavku 4.4.
5.	ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA	9.000,00 €	6.600,00 €	6.600,00 €	100,00	0,14	
5.1.	Međunarodne strucovne i sl. organizacije	9.000,00 €	6.600,00 €	6.600,00 €	100,00	0,14	članarina
6.	ADMINISTRATIVNI POSLOVI	768.559,11 €	800.000,00 €	800.000,00 €	100,00	16,39	
6.1.	Plaće	450.000,00 €	480.000,00 €	480.000,00 €	100,00	9,83	plaće zaposlenika
6.2.	Materijalni troškovi	268.559,11 €	270.000,00 €	270.000,00 €	100,00	5,53	materijalni troškovi djelovanja TZ PGŽ (režijski troškovi, poslovni prostor, uređiska oprema i materijal, održavanje prostora, troškovi planog prometa, troškovi poslovanja sl.)
6.3.	Tijela turističke zajednice (Turističko vijeće i radna tijela)	50.000,00 €	50.000,00 €	50.000,00 €	100,00	1,02	naknade za obavljanje aktivnosti članovima tijela; redovito održavanje sjednica, priprema i distribucija materijala za sjednica tijela, troškovi zakupa prostora i drugi pripadajući troškovi
7.	REZERVA - STRATEŠKI PROJEKTI, AKTIVNOSTI OD INTERESA ZA KVARNER...	0,00 €	245.000,00 €	55.000,00 €	22,45	5,02	
	SVEUKUPNO 1	4.774.559,11 €	4.882.500,00 €	4.980.393,72 €	102,00	100,00	



1. IZMJENA FINANCIJSKOG PLANA TZ PGŽ ZA 2026. GODINU

(izrađen prema Pravilniku o sustavu financijskog upravljanja i kontrola te izradi i izvršavanju financijskih planova neprofitnih organizacija)

Sukladno donesenom Pravilniku o sustavu financijskog upravljanja i kontroli te izradi i izvršavanju financijskih planova neprofitnih organizacija, TZ PGŽ izradila je Financijski Plan za 2026. godinu. Plan prihoda i rashoda, te izvještavanje, pripremaju se najmanje na razini skupine iz Računskog plana za neprofitne organizacije, što je i zadovoljeno.

razred / klasifikacija iz računskog plana za neprofitne organizacije	PRIHODI 2026.	PLAN 2026.	1. IZMJENA PLANA 2026.
32	PRIHOD OD ČLANARINA	585.000,00 €	585.000,00 €
33	PRIHODI PO POSEBNIM PROPISIMA	3.265.000,00 €	3.265.000,00 €
34	PRIHODI OD IMOVINE	450,00 €	450,00 €
35	PRIHODI OD EU FONDOVA I IZ PRORAČUNA	531.000,00 €	531.000,00 €
36	OSTALI PRIHODI	301.050,00 €	301.050,00 €
37	PRIHOD OD OSTALIH NEPROFITNIH ORGANIZACIJA	- €	- €
	PRIHODI (32+33+34+35+36+37)	4.682.500,00 €	4.682.500,00 €
	PRIJENOS	200.000,00 €	297.893,72 €
	SVEUKUPNO PRIHODI (32+33+34+35+36+37+PRIJENOS)	4.882.500,00 €	4.980.393,72 €

razred / klasifikacija iz računskog plana za neprofitne organizacije	RASHODI 2026.	PLAN 2026.	1. IZMJENA PLANA 2026.
41	RASHODI ZA RADNIKE - osobni bruto dohodak za djelatnike ureda na godišnjoj razini (osnovni bruto dohodak sa pripadajućim porezima i doprinosima)	480.000,00 €	480.000,00 €
42	MATERIJALNI RASHODI	4.385.100,00 €	4.482.993,72 €
43	RASHODI AMORTIZACIJE	9.000,00 €	9.000,00 €
44	FINANCIJSKI RASHODI odnosi se na bankarske naknade i ostale usluge	2.400,00 €	2.400,00 €
45	DONACIJE	- €	- €
46	OSTALI RASHODI	6.000,00 €	6.000,00 €
47	RASHODI VEZANI UZ FINANCIRANJE POVEZANIH NEPROFITNIH ORGANIZACIJA	- €	- €
	SVEUKUPNO RASHODI (41+42+43+44+45+46+47)	4.882.500,00 €	4.980.393,72 €

