

Urbroj: 138/2025



TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA VODICA
Ob. Vladimira Nazora bb - 22211 Vodice
tel: +385 22 443 888 fax: 022 442 111
www.vodice.hr info@vodice.hr

GODIŠNJI PROGRAM RADA ZA 2026. GODINU

U Vodicama, studeni 2025.

Sadržaj:

1.	Uvod	3
2.	Osnove i sadržaj programa rada	4
3.	Turistički promet	4
4.	Segmentacija emitivnih tržišta	8
5.	Ciljevi marketinške politike	8
6.	Procjena obujma turističkog prometa	9
7.	Prihodi	9
8.	Aktivnosti	10
9.	Godišnji program rada za 2026 -tablični prikaz	21
	Zaključne odredbe	24

1. UVOD

U prvom dijelu godine 2025. blježili smo očekivani porast dolazaka i noćenja, iz razloga povratka seminara i kongresa, te grupa koje su u prethodnom razdoblju izostale zbog velikih investicija - obnove hotela s pratećim sadržajima. Uslužne djelatnosti su i ove godine već od Uskrsa bile otvorene, kao i brojni ugostiteljski objekti. U nastavku glavnog dijela turističke sezone, ostvareni su jako dobri rezultati, iako je vidljiva stagnacija u dolascima i noćenjima u vršnom dijelu sezone. Upravo je i intencija vezana uz postojeću Strategiju bila zadržavanje turističkog prometa u špici sezone sa širenjem na pred i posezonu.

Za 2026. godinu smatramo da ćemo u pred i posezoni ostvariti dobre rezultate s nastojanjem privlačenja većeg broja dolazaka i noćenja. Ne očekujemo značajne pomake u punoj sezoni, jer je zadnjih nekoliko godina s obzirom na kapacitete realizacija stalna, a trend otkazivanja rješenja je u posljednjih nekoliko mjeseci intenziviran. Pretpostavka je da je popunjenost bila gotovo 100% u vršnom dijelu godine, iako to statističke brojke e-visitora nisu pokazivale - uočeno je manje prijava gostiju nego ukupno registriranih kreveta.

Za plan 2026.g, očekujemo da ćemo ostvariti fizički promet najmanje na razini 2025. s pozitivnim pomacima u pred i posezoni, a u vršnom dijelu sezone očekujemo promet na razini 2025.

Plan i program bazirati će se i ove godine na propisanim zadaćama, a prema novom Zakonu o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/2019 i 42/2020), na novom Zakonu o turizmu (156/23), te usvojenom Planu upravljanja destinacijom Vodice za razdoblje 2025. - 2029. (Službeni glasnik grada Vodica br: 10/25). Sukladno navedenim dokumentima, glavni ciljevi:

- razvoj i marketing destinacije kroz koordinaciju ključnih aktivnosti turističkog razvoja (razvoj turističkih proizvoda u destinaciji, planiranje i financiranje) u skladu s dokumentima kojima se definira nacionalna strategija razvoja turizma;
- osiguranje cjelovitije zastupljenosti specifičnih lokalnih/regionalnih interesa kroz jačanje lokalne/regionalne inicijative i povezivanje dionika na lokalnom/regionalnom nivou radi stvaranja međunarodno konkurentnih proizvoda;
- poboljšanje uvjeta boravka turista u destinaciji te razvijanje svijesti o važnosti i gospodarskim, društvenim i drugim učincima turizma, kao potrebi i važnosti očuvanja i unapređenja svih elemenata turističke resursne osnove destinacije, a osobito zaštite okoliša, kao i prirodne i kulturne baštine sukladno načelima održivog razvoja;
- upravljanje destinacijom i marketing
- razvoj turizma u smjeru održivosti koji podrazumijeva:
 - upravljanje razvojnim potencijalima
 - održivo i odgovorno korištenje prostora, prirodnih, društvenih i gospodarskih resursa, kulturne baštine
 - unapređenje uvjeta života lokalnog stanovništva i boravka turista u destinaciji
 - uspostavljanje indeksa turističke razvijenosti i sustava pokazatelja održivosti

Trendovi sljedećih godina bit će modificirani a posebno:

- priroda i ekologija - (čisti i zdravi okoliš, boravak u prirodi)- sadržaji važni za imidž u turizmu imati će još veću važnost,
- zdravstveni sadržaji, zdrav načina života, te pozitivno socijalno okruženje, popularizacija zdravog načina života,
- zatim sadržaji aktivnog odmora u prirodnom okruženju ostat će privlačni turistima, a zahtijevaju i složene programe i određene mjere sigurnosti
- eno-gastronomija posebno važna u smislu lokalnih, ekoloških proizvoda i plasiranja proizvoda posebno u ugostiteljstvu, te predstavljaju sve važniji segment ponude
- tematske edukacije i radionice prema projektima iz Plana upravljanja destinacijom

Trendovi prethodnih godina koji se odnose na kongresne i incentive ponudu vraćaju se u većem obimu, a vezana ili kružna putovanja iz udaljenijih tržišta ovisiti će o razvoju situacije na tim tržištima. Održivi turistički razvoj u destinaciji glavni je cilj provedbe programa i definiranja strategije koja je pripremljena za sljedeće razdoblje do 2030.g. i Plana upravljanja destinacijom Vodice za razdoblje 2025. - 2029. g.

Uz dugogodišnju tradiciju bavljenja turizmom, velikog broja kapaciteta, raznolikost ponude, bogate prirodne resursne osnove, Vodice kotiraju kao privlačno turističko odredište.

Strategija je putem detaljne analize stanja na terenu detektirala glavne probleme i nedostatke te pruža glavne odrednice budućeg razvoja.

Uz glavne ciljeve Strategije: 1) Turizam kao pokretač razvoja, 2) Kvalitetno upravljanje prostorom, definira i glavne prioritete: 1) Stvaranje uvjeta za razvoj cjelogodišnjeg turizma, 2) Jačanje poduzetništva s fokusom na turizam.

Plan upravljanja destinacijom Vodice za razdoblje 2025. - 2029., sukladan je Nacionalnoj strategiji razvoja održivog turizma do 2030. godine., u koji su ugrađeni temeljni strateški ciljevi - turizam usmjeren prema razvoju koji omogućuje uravnoteženiji turistički promet, osigurava očuvanje okoliša, prostora i klime, jača konkurentnost i inovativnost sektora te jača otpornost na izazove i rizike.

2. Osnove i sadržaj Programa rada

Prilikom izrade plana i programa s financijskim planom za 2026. godinu polazi se od:

- ostvarenih rezultata i aktivnosti u 2025. godini
- strukture smještajnih kapaciteta
- Strategije turističkog razvoja grada Vodica
- Strategije razvoja održivog turizma RH
- Strateškog marketinškog plana hrvatskog turizma smjernice, te Strategije razvoja turizam TZŽ
- stanja turističke ponude
- Zakona o turizmu
- Plana upravljanja destinacijom Vodice za razdoblje 2025. - 2029. godine

Turistička zajednica grada Vodica će i dalje provoditi marketinške aktivnosti, poticati, koordinirati i konstantno raditi na poboljšanju općih uvjeta boravka turista, na zaštiti okoliša i promicanju kulturnih vrijednosti grada i okolice, te poticati na suradnju dionike u turizmu, povezivanje javnog i privatnog sektora, posebno u svrhu podizanja kvalitete proizvoda i usluga, stvaranje novih složenih proizvoda dionika, produžetka turističke sezone.

TZ grada Vodice posebno će provoditi projekte istraživanja i analize tržišta, mjerenja učinkovitosti, razvoja turističkih proizvoda, destinacijski menadžment koji su u skladu sa zadaćama TZ-a, te odrednicama i smjernicama planiranja u sustavu turističkih zajednica, a dio je projekta IQM Destination Vodice i projekata sadržana u Planu upravljanja destinacijom Vodice za razdoblje 2025- -2029. godine.

3. Turistički promet

U 2025. godini za jedanaest mjeseci u komercijalnom smještaju zabilježeno je 236.272 dolazaka i 1.200.061 noćenja, što je za 4% više u dolascima i 1% više noćenja nego prošle godine. Nautika bilježi 3.562 dolazaka odnosno 45% manje u odnosu na 2024., te 21.469 noćenja odnosno 48% manje u odnosu na 2024. Prema metodologiji obrade podataka nautičara, koju dobivamo jednom mjesečno u e visitoru, može se zaključiti da se u obzir uzimaju samo registrirana isplavljanja (nema podataka o tranzitima u niti jednoj luci na području destinacije). Stoga smatramo da podatak ne prikazuje stvarni broj nautičara. U nekomercijalnim objektima bilježimo 7.345 dolazaka što je na istoj razini kao i prošle godine, te 97.925 (12% manje od 2024.g.) noćenja. Nastavlja se pad prometa u nekomercijalnom smještaju, očito je u dosta manjem obimu prijavljivani boravak.

Većina ostvarenog fizičkog prometa odnosi se na srpanj i kolovoz.

Tablica 1. Statistika za razdoblje siječanj-studenj 2025/2024

Vrsta objekta	Dolasci 2025	Dolasci 2024	Indeks dolasci	Noćenja 2025	Noćenja 2024	Indeks noćenja
Komercijalni objekti	236.272	227.620	104	1.200.061	1.190.875	101
Nautika	3.562	6.446	55	21.469	41.367	52
UKUPNO KOM.&NAUTIKA:	239.834	234.066	102	1.221.530	1.232.242	99
Nekomercijalni objekti	7.345	7.372	100	97.925	111.017	88
UKUPNO:	247.179	241.438	102	1.319.455	1.343.259	98

Izvor: e-visitor

Ako gledamo ukupne podatke - s nekomercijalnim objektima, do kraja studenog 2025. godini ostvareno je 241.179 dolazaka i 1.319.455 noćenja.

Tablica 2. Statistika prema državama za razdoblje siječanj-studen 2025/2024

Država	Dolasci 2025	Dolasci 2024	Indeks dolasci	Noćenja 2025	Noćenja 2024	Indeks noćenja	Udio noćenja 2025	Udio noćenja 2024
Hrvatska	64.069	56.477	113	242.212	222.700	109	20,2%	18,7%
Njemačka	21.695	21.889	99	144.123	149.928	96	12,0%	12,6%
Slovačka	19.187	19.573	98	130.009	134.071	97	10,8%	11,3%
Poljska	19.145	17.186	111	127.469	121.474	105	10,6%	10,2%
Slovenija	17.350	16.119	108	94.483	90.649	104	7,9%	7,6%
Češka	13.015	13.908	94	88.364	94.615	93	7,4%	7,9%
Mađarska	13.505	14.276	95	70.458	76.440	92	5,9%	6,4%
Austrija	12.307	12.092	102	60.536	59.526	102	5,0%	5,0%
Bosna i Hercegovina	12.167	10.846	112	50.797	46.911	108	4,2%	3,9%
Ukrajina	3.747	3.543	106	26.315	23.878	110	2,2%	2,0%
Nizozemska	4.329	4.588	94	22.467	22.932	98	1,9%	1,9%
Ujedinjena Kraljevina	3.223	2.680	120	17.802	14.912	119	1,5%	1,3%
Švedska	2.265	2.638	86	13.125	15.868	83	1,1%	1,3%
Srbija	2.305	2.038	113	12.841	10.840	118	1,1%	0,9%
Italija	2.432	2.480	98	11.058	11.626	95	0,9%	1,0%
Francuska	3.271	4.852	67	10.950	14.074	78	0,9%	1,2%
Švicarska	2.322	2.636	88	10.307	10.717	96	0,9%	0,9%
Belgija	1.629	1.911	85	7.262	8.933	81	0,6%	0,8%
SAD	2.478	2.157	115	6.127	6.424	95	0,5%	0,5%
Španjolska	2.099	1.462	144	5.802	4.470	130	0,5%	0,4%
Norveška	834	1.160	72	4.991	7.979	63	0,4%	0,7%
Danska	633	613	103	3.558	3.728	95	0,3%	0,3%
Rumunjska	664	703	94	3.349	3.702	90	0,3%	0,3%
Australija	670	436	154	3.073	1.822	169	0,3%	0,2%
Makedonija	304	303	100	2.931	2.461	119	0,2%	0,2%
Irska	425	454	94	2.431	2.380	102	0,2%	0,2%
Koreja, Republika	2.159	1.924	112	2.299	1.957	117	0,2%	0,2%
Kosovo	211	204	103	2.164	4.430	49	0,2%	0,4%
Tajvan, Kina	1.988	3.259	61	2.116	3.270	65	0,2%	0,3%
Litva	409	367	111	1.902	1.668	114	0,2%	0,1%
Kanada	548	737	74	1.877	2.769	68	0,2%	0,2%
Ostale azijske zemlje	337	324	104	1.432	1.140	126	0,1%	0,1%
Turska	118	59	200	1.271	192	662	0,1%	0,0%
Kina	993	704	141	1.083	850	127	0,1%	0,1%
Finska	209	267	78	1.038	1.360	76	0,1%	0,1%
Island	220	51	431	945	228	414	0,1%	0,0%
Rusija	124	148	84	912	955	96	0,1%	0,1%
Ostale afričke	133	175	76	817	1.095	75	0,1%	0,1%

zemlje								
Malta	132	146	90	775	985	79	0,1%	0,1%
Crna Gora	327	180	182	752	370	203	0,1%	0,0%
Grčka	521	423	123	743	518	143	0,1%	0,0%
Indija	58	45	129	688	215	320	0,1%	0,0%
Portugal	182	96	190	641	382	168	0,1%	0,0%
Letonija	127	145	88	551	713	77	0,0%	0,1%
Bugarska	119	152	78	546	405	135	0,0%	0,0%
Estonija	149	108	138	530	420	126	0,0%	0,0%
Ostale zemlje Južne i Srednje Amerike	76	40	190	462	168	275	0,0%	0,0%
Bjelorusija	73	155	47	399	993	40	0,0%	0,1%
Albanija	196	85	231	397	165	241	0,0%	0,0%
Luksemburg	78	71	110	380	442	86	0,0%	0,0%
Ostale europske zemlje	86	55	156	370	305	121	0,0%	0,0%
Brazil	109	20	545	353	48	735	0,0%	0,0%
Ostale zemlje Sjeverne Amerike	118	90	131	328	156	210	0,0%	0,0%
Izrael	70	74	95	260	173	150	0,0%	0,0%
Argentina	44	27	163	181	132	137	0,0%	0,0%
Novi Zeland	56	41	137	174	133	131	0,0%	0,0%
Ostale zemlje Oceanije	19	20	95	125	111	113	0,0%	0,0%
Južnoafrička Republika	20	9	222	102	28	364	0,0%	0,0%
Kazahstan	12	22	55	100	197	51	0,0%	0,0%
Tajland	84	219	38	94	338	28	0,0%	0,0%
Ujedinjeni Arapski Emirati	15	7	214	71	52	137	0,0%	0,0%
Meksiko	16	6	267	67	16	419	0,0%	0,0%
Čile	13	19	68	64	142	45	0,0%	0,0%
Maroko	18	14	129	56	80	70	0,0%	0,0%
Japan	11	12	92	38	40	95	0,0%	0,0%
Lihtenštajn	5	2	250	33	18	183	0,0%	0,0%
Tunis	5	3	167	28	15	187	0,0%	0,0%
Hong Kong, Kina	4	79	5	21	81	26	0,0%	0,0%
Cipar	3	4	75	16	18	89	0,0%	0,0%
Jordan	1	7	14	8	26	31	0,0%	0,0%
Indonezija	2	1	200	6	2	300	0,0%	0,0%
Katar	4	3	133	6	8	75	0,0%	0,0%
Oman	0	1	0	0	6	0	0,0%	0,0%
Strani turisti:	172.203	171.143	101	957.849	968.175	99	79,8%	81,3%
Domaći turisti:	64.069	56.477	113	242.212	222.700	109	20,2%	18,7%
UKUPNO:	236.272	227.620	104	1.200.061	1.190.875	101	100,0%	100,0%

Izvor: e-visitor

Prema emitivnim tržištima, najviše dolazaka bilježe domaći gosti kod kojih je vidljiv rast u odnosu na prethodno razdoblje, slijede gosti iz Njemačke, Slovačke, Poljske, Slovenije, Češke, Mađarske, Austrije, BiH, Ukrajine, UK, Francuske, Nizozemske. U odnosu na prošlu godinu domaće tržište, te tržišta Poljske, Slovenije, Austrije, BiH, Ukrajine i UK bilježe porast, dok tržište Njemačke, Slovačke, Češke, Mađarske bilježe pad.

Tablica 3. Statistika prema vrsti objekta - komercijalni za razdoblje siječanj- studeni 2025/2024

Vrsta objekta	Dolasci 2025	Dolasci 2024	Indeks dolasci	Noćenja 2025	Noćenja 2024	Indeks noćenja
Objekti u domaćinstvu	99.882	100.540	99	670.045	691.039	97
Hoteli	103.316	104.955	98	358.273	379.217	94
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj	26.816	16.282	165	137.150	91.052	151
Kampovi	6.200	5.775	107	34.097	28.811	118
Objekti na OPG-u	58	68	85	496	756	66
Ukupno:	236.272	227.620	104	1.200.061	1.190.875	101

Izvor: e-visitor

Objekti u domaćinstvu su u 2025. g. ostvarili 1% manje u dolascima i 3% manje u noćenjima u odnosu na 2024. g. Ove godine, po prvi put je smanjen broj kreveta u domaćinstvima. Tako je zaključno s 1.kolovoza broj kreveta pao za 4%, odnosno ukupno 658 kreveta, od čega je 502 glavna i 156 pomoćna.

Hotelski smještaj je u 2025.g. ostvario 2% manje u dolascima i 6% manje u noćenjima u odnosu na 2024.g.

Što se tiče hotelskog smještaja, do kraja 2024. g. hotelska kuća Imperijal je sve prijave gostiju iskazivala u glavnom objektu - Hotel Imprijal, bez obzira jesu li boravili u depandansama i vilama, a od 2025. godine odvaja i vrši prijave odvojeno za goste u hotelu i goste u depandansama. Stoga nije usporedivo, jer depandanse ne ulaze u hotelske kapacitete, već u ostale ugostiteljske objekte za smještaj. Zato, ove godine iskazuju porast u tom vidu smještaja.

U stvarnosti su hoteli radili pozitivno, na razini 3% više. Ukoliko u sljedećoj godini budu iskazivali ispravno kao i 2025., imati ćemo realnu sliku.

Ostali ugostiteljski objekti za smještaj su 65% u dolascima, odnosno 51% u noćenjima u porastu u odnosu na 2024. godinu. Objašnjenje u prethodnom dijelu.

Kampovi su na 7% više u dolascima i 18% više u noćenjima u odnosu na 2024., što je vrlo pozitivno, s obzirom da su 2024. godine imali pad.

Objekti na OPG-ima imaju pad u dolascima za 15%, i 34% u noćenjima, a radi se o malim kapacitetima i brojka.

Tablica 4. Statistika prema naseljima - komercijalni za razdoblje siječanj-studeni 2025/2024

Naselje	Dolasci 2025	Dolasci 2024	Indeks dolasci	Noćenja 2025	Noćenja 2024	Indeks noćenja
Vodice	202.881	194.612	104	970.020	960.127	101
Srima	29.023	28.677	101	197.069	198.480	99
Prvić Luka	2.335	2.437	96	16.603	17.281	96
Prvić Šepurine	1.139	1.203	95	9.166	9.915	92
Čista Velika	411	352	117	3.161	2.186	145
Čista Mala	298	201	148	2.706	1.705	159
Gačelezi	154	98	157	1.036	783	132
Grabovci	31	40	78	300	398	75
Ukupno	236.272	227.620	104	1.200.061	1.190.875	101

Izvor: e-visitor

U usporedbi s prethodnom godinom, Vodice su na 4% više dolazaka i 1% u noćenjima u odnosu na prethodnu godinu. Pad fizičkog prometa zabilježen je na Srimi (minimalan) u noćenjima, dok su dolasci u porastu 1%, te u Prvić Luci, Šepurini i Grabovcima, dok su Čista V. i Mala ostvarili porast. U našim naseljima u zaleđu, radi se o malim kapacitetima i brojkama.

4. Segmentacija emitivnih tržišta

Struktura emitivnih tržišta nije promijenjena u odnosu na prethodno razdoblje. Veće udjele uzimaju tržišta dostupna automobilom, dok avio-tržišta ove 2025.g., posebno u pred i posezoni bilježe rast.

U primarna emitivna tržišta za naše područje ulaze slijedeći:

Hrvatska, Njemačka, Poljska, Slovenija, Austrija, Češka, Slovačka, Mađarska

U sekundarna emitivna tržišta ubrajamo slijedeće:

UK, Švedska, Italija, Francuska, Nizozemska, Švicarska, BiH

U tercijarna emitivna tržišta ulaze tržišta: Norveška, Finska, Belgija, Srbija...

Na primarna i sekundarna tržišta usmjeren je najveći dio promotivnih aktivnosti, od sajмова, prezentacija, oglašavanja i promotivnih kampanja, dok su tercijarna tržišta potencijal za dodatne promo aktivnosti.

5. Ciljevi turističke politike koji proizlaze iz strateških dokumentata

Turistička zajednica grada Vodica će i dalje provoditi promidžbu turističke ponude grada Vodica, poticati, koordinirati i konstantno raditi na poboljšanju općih uvjeta boravka turista, na zaštiti okoliša i promicanju kulturnih vrijednosti grada i okolice, te poticati na suradnju dionike u turizmu, povezivanje javnog i privatnog sektora, posebno u svrhu podizanja kvalitete proizvoda i usluga, produžetka turističke sezone u skladu s održivim razvojem.

TZ grada Vodica posebno će provoditi projekte istraživanja i analize tržišta, mjerenja učinkovitosti, razvoja turističkih proizvoda, destinacijski menadžment koji su u skladu sa zadaćama TZ-a, te odrednicama i smjernicama planiranja u sustavu turističkih zajednica.

Dugoročni strateški ciljevi turističke zajednice, prema SMPHT:

- povećanje dolazaka u periodu pred i postsezone i povećanje dolazaka u kontinentalnim destinacijama
- promocija identiteta hrvatskog turizma s prepoznatljivim brandom
- podizanje kvalitete proizvoda
- poticanje korištenja e-marketinga u turističkoj promidžbi Hrvatske
- poticanje osnivanja destinacijskih menadžment kompanija, te davanje potpore projektima koji stvaraju uvjete za efikasnu suradnju javnog i privatnog sektora
- pozicioniranje turističkih zajednica kao destinacijskih menadžment organizacija koje trebaju preuzeti ulogu upravljanja destinacijom,
- učinkovito trošenje sredstava cjelokupnog sustava HTZ-a
- afirmacija nacionalnog branda i brandova turističkih regija

Ciljevi Turističke zajednice grada Vodica

- nastavak afirmacije Vodica kao turistički atraktivne destinacije s posebnim naglaskom na pred i postsezoni
- ostvarenje porasta fizičkog obujma turističkog prometa u sljedećem razdoblju s tendencijom rasta u pred i posezoni
- povećanje stupnja korištenja smještajnih kapaciteta
- poticanje i razvoj događanja i sadržaja u destinaciji i drugih motiva dolaska u destinaciju za individualne i grupne goste
- razvoj turističkih proizvoda
- podizanje kvalitete turističkog proizvoda
- umrežavanje proizvoda i usluga i poticanje formiranja složenih proizvoda s fokusom na cjelogodišnju ponudu destinacije
- upravljanje kvalitetom ponude u destinaciji

- briga za očuvanje okoliša
- daljnji razvoj selektivnih oblika turizma
- optimizacija promidžbenih aktivnosti u sklopu sustava
- pozicioniranje turističkih zajednica kao destinacijskih menadžment organizacija koje preuzimaju ulogu upravljanja destinacijom,
- jačanje promotivnih aktivnosti na primarnim i sekundarnim inozemnim tržištima s posebnim naglaskom na tržišta sklona našoj destinaciji, te jačanje tercijarnih tržišta
- nastavak aktivnosti na stvaranju identiteta regije u skladu sa smjernicama Strateškog marketing plana hrvatskog turizma
- aktivnosti na realizaciji ciljeva i smjernica Strategije turističkog razvoja grada Vodica, te Plana upravljanja destinacijom Vodice za razdoblje 2025. - 2029., posebno u prioritetima :
 - nastavak poticanja razvoja organiziranog plasmana smještajnih kapaciteta građana iznajmljivača, te motiviranje iznajmljivača u smislu ulaganja u podizanje kvalitete smještajnih kapaciteta i usluge
 - stvaranje uvjeta za razvoj cjelogodišnjeg turizma i jačanje poduzetništva s fokusom na turizam, podizanje kvalitete destinacije:
 - program vjernosti, programi edukacija, poseban projekt Like home za iznajmljivače, program Kartice za iznajmljivače, IQM pass
 - poseban program cikloturističkog razvoja;
 - posebni programi razvoja aktivnog odmora
 - programi podizanja kvalitete ugostiteljstva i gastronomije:
 - programi edukacije za ugostiteljstvo, zajednički promotivni projekti s ugostiteljstvom
 - programi podizanja kvalitete ostalih djelatnosti vezanih za turizam

6. PROCJENA OBUJMA TURISTIČKOG PROMETA U 2026.G.

Do kraja studenog 2025. godine ostvareno je ukupno 247.179 turističkih dolazaka i 1.319.455 turističkih noćenja.

DOLASCI

Vrsta objekta	Procjena za 2025.	Plan za 2026.	Index 2026/2025
Komercijalni	239.000	245.000	102
nautika	3.600	4.000	112
nekomercijalni	7.400	7.400	100
Ukupno	250.000	256.400	103

NOĆENJA

Noćenja	Procjena za 2025.	Plan za 2026.	Index 2026/2025
Komercijalni	1.210.000	1.220.000	101
nautika	22.000	24.000	109
nekomercijalni	98.000	102.000	104
Ukupno	1.330.000	1.346.000	101

7. PRIHODI

1. Izvorni prihodi

1.1. **Turistička pristojba** - shodno procjeni turističkog prometa za 2026. godinu u komercijalnom dijelu procjena prihoda od turističke pristojbe iznosi 745.000 eura. Prihodi turističke pristojbe od nekomercijalnog dijela planiramo u iznosu od 25.000 eura. Prihodi turističke pristojbe od segmenta nautike planiramo u iznosu od 30.000 eura.

Ukupno turističku pristojbu za 2026.g. planiramo u iznosu od 800.000 eura.

1.2. **Turističku članarinu** planiramo za 2026. g. u iznosu od 160.000 eura.

2. Prihodi od sustava turističkih zajednica

odnosi se na sufinanciranje i potpore sustava: 15.000 eura.

3. Preneseni prihod iz prethodne godine : 110.500 eura.

4. Ostali prihodi: 60.000 eura

Ostali prihodi odnose se na prihode od zajedničkih aktivnosti s dionicima u turizmu, donacije, potpore i sl.

Ukupni planirani prihodi: 1.145.500 eura

8. AKTIVNOSTI

1. Istraživanje i strateško planiranje

1.1. Izrada strateških/operativnih dokumenata

Cilj aktivnosti: izrada Plana upravljanja destinacijom i kapaciteta nosivosti

U skladu s novim Zakonom o turizmu koji je stupio na snagu 01.01.2024. izrađen je Plan upravljanja destinacijom Vodice za razdoblje 2025. -2029. godine i sustav pokazatelja održivosti destinacije. Ovaj plan podrazumijeva praćenje realizacije plana upravljanja, pokazatelja održivosti na razini destinacije, integrirano upravljanje u smjeru održivosti, analizu pokazatelja prihvatnih kapaciteta destinacije, monitoring plana. Stavke su sadržane u sljedećim točkama.

Planirana sredstva: 0 eura

Nositelj aktivnosti: TZ

Rokovi realizacije: tijekom godine

1.2. Istraživanje i analiza tržišta

Cilj aktivnosti: Istraživanje tržišta i analiza

Opis aktivnosti:

Istraživanje, prikupljanje podataka i njihova analiza prema pojedinačnim dionicima i destinacije ukupno, te marketinških aktivnosti, online aktivnosti, te usporedba pokazatelja.

Planirana sredstva: 5.000 eura

Nositelj aktivnosti: TZ

Rokovi realizacije: tijekom godine

1.3. Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti

Cilj aktivnosti: Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti provoditi će se kontinuirano i to online, putem analiza, izvješća, anketa. Koristiti će se informacijski sustavi. Analize i izvješća promotivnih aktivnosti prezentirati će se najmanje jednom godišnje.

Planirana sredstva: 3.000 eura

Nositelj aktivnosti: TZ

Rokovi realizacije: tijekom godine

2. Razvoj proizvoda

2.1. Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda

2.1.1. Cikloturizam

Cilj aktivnosti: Razvoj cikloturizma na području destinacije u smislu posebnog oblika aktivnog odmora, te općenito razvijanje svijesti o općoj dobrobiti aktivnog i rekreacijskog bavljenja sportom.

Opis aktivnosti:

Odnosi se na održavanje postojećih biciklističkih staza, kontinuirano ulaganje: uređenje putova u zaleđu, košnja, obnavljanje putokaza, valorizacija staza u suradnji s biciklističkim klubom i agencijom, te suradnja s TZŽ - bike & hike. Provođenje programa promotivnih besplatnih biciklističkih tura, unapređenje i digitalizacija, sukladno projektima Plana upravljanja.

Planirana sredstva: 8.000 eura

Nositelj aktivnosti: TZ, Grad, BBK, agencije, TZŽ

Rokovi realizacije: tijekom godine

2.1.2. Novi turistički proizvodi

Cilj aktivnosti: Konkretiziranje novih destinacijskih turističkih proizvoda

Opis aktivnosti:

Izrada, priprema i realizacija turističkih proizvoda. realizacija podrazumijeva unapređenje postojećih, te novih turističkih proizvoda, zatim koordinacija s dionicima, nakon čega slijedi razrada načina implementacije, a sukladno projektima iz Plana upravljanja.

Planirana sredstva: 10.000 eura
Nositelji aktivnosti: TZ, sudionici projekta - subjekti
Rokovi realizacije: tijekom godine

2.2 Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda

2.2.1. Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda - postavljanje standarda u destinaciji

Cilj aktivnosti:

Postavljanje sustava standarda u smislu podizanja kvalitete cjelokupne turističke ponude u destinaciji.

Opis aktivnosti:

Sukladno smjernicama i konceptualnim preporukama UNWTO-a, Iqm Destination standardi prilagođavaju se autentičnosti i pozicioniranju destinacije. Tijekom implementacije standarda prate se promjene u kvaliteti, održavaju se individualne i grupne koordinacije sa subjektima, proaktivno sudjelovanje u rješavanju izazova te inoviranje poslovnih rješenja individualnim pristupom i to u vidu preporuka za poboljšanje poslovanja. Koncept je prilagođen potrebama gosta, potrebama stanovnika, trendovima u turizmu, te odgovornom i održivom upravljanju destinacijom.

Planirana sredstva: 2.000 eura

Nositelj aktivnosti: TZ

Rokovi realizacije: tijekom godine

2.3. Podrška razvoju turističkih događanja

Poticanje i organiziranje kulturnih, zabavnih i sportskih manifestacija

Turistička zajednica grada Vodica i nadalje će raditi na poticanju i organiziranju kulturnih, zabavnih i sportskih manifestacija koje predstavljaju važan dio turističke ponude grada i stvaraju poseban imidž destinacije.

Programi će se odvijati tijekom cijele godine s posebnim naglaskom na projekte u predsezoni i posezoni. I ove godine ćemo organizirati i pratiti tradicionalne, dobro posjećene i prepoznatljive manifestacije, uz podršku i nastojanje uvođenja novih manifestacija.

2.3.1. Uskrsni doručak (Uskrsni ponedjeljak)

Cilj aktivnosti:

Uskrsni doručak tradicionalna je manifestacija koja je postala prepoznatljiv projekt Vodica. Održava se u predsezoni, na otvorenom - na trgu, a predstavlja zajedničko druženje domaćina i gostiju, te prikazuje tradicionalnu vodičku gostoljubivost, dio kulturne baštine i dio gastro ponude Vodica.

Opis aktivnosti:

Organizacija podrazumijeva troškove honorara, nabave materijala za izradu, troškove prijevoza materijala i opreme, troškove najma produkcije (bina, rasvjeta, razglas), promotivne troškove, troškove izrade promotivnih materijala i sl.

Planirana sredstva: 10.000 eura

Nositelji aktivnosti: TZ u suradnji s hotelijerima i KU Perlice

Rokovi realizacije aktivnosti: travanj

2.3.2. Piknik u Rakitnici

Cilj aktivnosti:

Tradicionalna manifestacija u predsezoni, poticanje valorizacije kulturne baštine (materijalne i nematerijalne), promicanje tradicionalne gostoljubivosti, gastro ponude i posebne doživljaje.

Opis aktivnosti:

Organizacija podrazumijeva troškove honorara, nabave materijala za izradu, troškove prijevoza materijala, opreme i posjetitelja, troškove pripreme i uređenja platoa u Rakitnici, troškove turističkih vodiča (kulturna tura Rakitnica- V: Mrdakovica), troškove promocije i izrade promo materijala.

Planirana sredstva: 10.000 eura

Nositelj projekta: TZ u suradnji s hotelijerima i KU Perlice

Rokovi realizacije : svibanj.

2.3.3. Večer antike - Bakanalije

Cilj aktivnosti:

Poseban program valorizacije kulturne baštine koji objedinjuje edukaciju, eno- gastro ponudu, te event u posebnom ambijentu u zaleđu Vodica podno V. Mrdakovice. Projekt je dio kulturne rute Voda - moćna stvoriteljica povijesti koji povezuje 20 atrakcija na području Županije, promiče kulturne i prirodne atrakcije, te unapređuje boravak turista.

Opis aktivnosti:

Organizacija podrazumijeva troškove honorara, nabavu materijala za izradu, uređenje i održavanje lokaliteta i prilaza lokalitetu, troškove prijevoza materijala, opreme i posjetitelja, troškove produkcije (razglas, rasvjeta), troškove osiguranja, troškove turističkih vodiča, troškove izrade promotivnih materijala i promocije eventa.

Planirana sredstva: 12.000 eura

Nositelj projekta: TZ, POU, Muzej grada Šibenika

Rok: rujan.

2.3.4. Đardin je IN

Cilj aktivnosti:

program osmišljen radi disperzije programa u manje posjećene djelove grada i radi revitalizacije dijela starog dijela grada pokrenut je 2017.g. Oživljavanjem „dijela grada u drugom redu od rive“ disperzira se pritisak na rivu, turiste se upoznaje s drugačijim ambijentom i dugačijim programom lišenim gužve na obalnoj crti. Sukladno Planu upravljanja, program rasterećuje pritisak na obalnu crtu u vršnom dijelu sezone.

Opis aktivnosti:

Program bi se odvijao u razdoblju lipanj - rujan, a sastojao bi se od: pjesničkih večeri, kantautorskih, glazbenih, kazališnih večeri (prilagođenih prostoru), umjetničkih performansa i sl. Troškovi podrazumijevaju najam opreme (bina, razglas, rasvjeta), honorari izvođačima, promotivni materijal, promotivne aktivnosti za projekt, troškove smještaja i ugostiteljske usluge za izvođače.

Planirana sredstva: 65.000 eura

Nositelj aktivnosti: TZ

Rokovi realizacije: lipanj - rujan

2.3.5. Ulični festival - Vodice Street festival

Cilj aktivnosti:

Projekt započet u 2016 .godini u smislu poboljšanja uvjeta boravka turista, stvaranja novih doživljaja, promicanja lokalnih kulturnjaka, umjetnika i kreativaca i stvaranja posebne atmosfere u starom dijelu grada. Program također obuhvaća i gostovanja artistskih skupina, glazbenih skupina, uličnih performera. Program potiče osjećaj ljetnog šušura i pozitivne atmosfere u gradu. Sukladno Planu upravljanja, program rasterećuje obalnu crtu.

Opis aktivnosti:

Program se sastoji od radionica, umjetničkih izložbi, predstava za djecu, plesnih predstava, koncerata, performera, uličnih zabavljača i dr. Podrazumijeva troškove nabave materijala za radionice i izložbe, honorare za voditelje radionica, honorare za izvođače, troškove produkcije (bine, razglas, rasvjeta), rasvjeta za izlagačke prostore, troškove izložbi, troškove prijevoza materijala i postava, te održavanja, troškove smještaja izvođača i ugostiteljske usluge za izvođače, troškove promo materijala i promo aktivnosti.

Planirana sredstva: 25.000 eura

Nositelj aktivnosti: TZ

Rokovi realizacije: početak srpnja

2.3.6. 22.Vodice jazz & blues festival

Cilj aktivnost:

Tradicionalna manifestacija okuplja eminentne glazbenike koji njeguju poseban glazbeni stil, a ujedno doprinosi kulturnom životu grada, te pruža gostima i posjetiteljima kulturno sadržajni boravak.

Opis aktivnosti:

Organizacija podrazumijeva troškove honorara,najam produkcije (razglas, rasvjeta, binska oprema), troškove smještaja izvođača i ug.usluge za izvođače, troškove prijevoza opreme, troškove promo materijala i promo aktivnosti.

Planirana sredstva: 20.000 eura

Nositelj projekta: TZ

Rokovi realizacije: srpanj

2.3.7. Vodička fešta

Cilj aktivnosti:

Vodička fešta tradicionalna je manifestacija koju održavamo svake godine uoči Dana zahvalnosti, 04. kolovoza. Privlači veliki broj posjetitelja, te utječe na ekonomske učinke cjelokupne turističke ponude.

Opis aktivnosti:

Organizacija podrazumijeva troškove honorara, najam produkcije (bine, razglas rasvjeta), smještaj i ug. usluge za izvođače, najam i prijevoz opreme, vatromet, troškove osiguranja, troškove promo materijala i promo aktivnosti i sl.

Planirana sredstva: 80.000 eura

Nositelj projekta: TZ

Rokovi realizacije: kolovoz

2.3.8 Večer dalmatinskih klapa

Cilj aktivnosti:

Večer dalmatinskih klapa tradicionalna je manifestacija kojom promičemo kulturno nasljeđe - nematerijanu baštinu - klapsko pjevanje.

Opis aktivnosti:

Organizacija podrazumijeva troškove honorara, prijevoza, produkcije (bina, razglas, rasvjeta), troškove smještaja i ugost. usluga za izvođače, troškove promo materijala i promotivnih aktivnosti za event, troškove prijevoza opreme.

Planirana sredstva: 10.000 eura

Nositelj projekta: TZ

Rokovi realizacije: kolovoz

2.3.9. Klapske večeri

Cilj aktivnosti:

Poboljšanje boravka turista, njegovanje tradicionalnih kulturnih običaja i promicanje kulturnog naslijeđa.

Opis aktivnosti:

Klupske večeri srijedom podrazumijevaju nastupe lokalnih klapa na rivi, kod bunara, ul. Mirka Zore i sl. Organizacija podrazumijeva troškove honorara i popratne troškove (zamp)

Planirana sredstva: 3.000 eura

Nositelj projekta: TZ

Rokovi realizacije: srpanj/kolovoz/rujan

2.3.10. Šaša i pulenta

Cilj aktivnosti:

Promicanje eno-gastronomije - tradicionalne i izvorne lokalne gastronomije i običaje u smislu poboljšanja uvjeta boravka turista i posebnih doživljaja, te čuva i njeguje nematerijalno kulturno naslijeđe.

Opis aktivnosti:

Organizacija podrazumijeva troškove honorara, produkcije (razglas, rasvjeta), prijevoz materijala i opreme, promotivne materijale i promo aktivnosti.

Planirana sredstva: 6.000 eura

Nositelj projekta: TZ u suradnji s hotelijerima i KU Perlice

Rokovi realizacije: kolovoz

2.3.11. Koncerti, Predstave, plesne predstave

Cilj aktivnosti:

programi i događaji koji pridonose atmosferi i šušuru, promiču kulturu, utječu na poboljšanje boravka turista i stvaranja pozitivnih doživljaja destinacije.

Opis aktivnosti:

Organizacija podrazumijeva troškove honorara, najma produkcije (bina, razglas, rasvjeta), troškove materijala, prijevozne troškove materijala i opreme, troškove smještaja i ug. usluge za izvođače, troškove promotivnih materijala, promo aktivnosti i sl.

Planirana sredstva: 50.000 eura

Nositelj projekta: TZ

Rokovi realizacije: tijekom godine

2.3.12. Srimarska fešta

Cilj aktivnosti:

Tradicionalna manifestacija u naselju Srima. Poboljšanje uvjeta boravka turista, promicanje ponude, posebno lokalne eno-gastro ponude. Doprinosi posebnom ugođaju ljetnih večeri i doživljaju kod gostiju. Program se organizira u suradnji s MO Srima

Opis aktivnosti:

Organizacija podrazumijeva troškove honorara, smještaj i ug. usluge izvođača, produkcija (bina, razglas, rasvjeta), vatromet, troškovi osiguranja, promo aktivnosti, prijevoz i najam opreme i sl.

Planirana sredstva: 10.000 eura

Nositelj projekta: TZ u suradnji s MO Srima i udrugama

Rokovi realizacije: kolovoz

2.3.13. Prvić - Fešte

Cilj aktivnosti:

Tradicionalne lokalne fešte u Luci i Šepurini utječe na poboljšanje uvjeta boravka turista, promicanje ponude, posebno lokalne eno-gastro ponude, Doprinosi posebnom ugođaju doživljaja turista.

Opis aktivnosti:

Fešte na otoku Prviću organiziraju se u suradnji s MO otoka i udrugama na otoku.

Planirana sredstva: 7.000 eura

Nositelj projekta: TZ, MO, otočke udruge

Rokovi realizacije: kolovoz

2.3.14. Srima - ostale manifestacije

Cilj aktivnosti:

Poboljšanje boravka turista, stvaranje pozitivne atmosfere doživljaja malog mjesta.

Opis aktivnosti:

Organizacija podrazumijeva koncerte, predstave za djecu, klapske i pjesničke večeri. Troškovi se odnose na honorare izvođačima, troškove smještaja i ug. usluge, troškove produkcije (bina, razglas rasvjeta), promo aktivnosti, troškove prijevoza opreme i sl.

Planirana sredstva: 25.000 eura

Nositelj projekta: TZ, MO, udruge

Rokovi realizacije: srpanj, kolovoz

2.3.15. Prvić - ostale manifestacije

Cilj aktivnosti:

Poboljšanje boravka turista, stvaranje pozitivne atmosfere doživljaja malog mjesta.

Opis aktivnosti:

Organizacija podrazumijeva koncerte, program Prvinsko kulturno lito u suradnji s MO i otočkim udrugama.

Planirana sredstva: 10.000 eura

Nositelj projekta: TZ, MO, otočke udruge

Rokovi realizacije: srpanj, kolovoz

2.3.16 Advent u Vodicama

Cilj aktivnosti:

Poboljšanje uvjeta boravka turista, stvaranje pozitivne atmosfere doživljaja, privlačenje gostiju i posjetitelja u periodu izvan ljetne sezone, podrška gospodarstvu (hoteli, ugostiteljstvo, lokalni proizvođači idr.)

Opis aktivnosti:

Organizacija podrazumijeva kulturno zabavni program (gastro ponuda, koncerti), produkcija, posebni programi za djecu (igraonica, radionica, predstave, sportske aktivnosti).

Nositelj: TZ, Grad Vodice

Planirana sredstva: 100.000 eura

Rok realizacije: prosinac

2.3.17. Ostale manifestacije

Cilj aktivnosti:

Promicanje kulturnih, zabavnih i sportskih aktivnosti u smislu poboljšanja uvjeta boravka turista, poticanja pozitivnih doživljaja destinacije različitim programima. Doprinos kulturnim, zabavnim, sportskim sadržajima grada.

Opis aktivnosti:

Ova stavka podrazumijeva razne kulturne i zabavne programe koji se tijekom godine upriliče, a tiču se gostovanja posebnih sportskih i kulturnih eventa. Jedna od ovakvih manifestacija bi bila „Aktivna Hrvatska“ u lipnju - sudjelovanje u sufinanciranju, zatim Festival hrvatskih kazališnih amatera u svibnju, sufinanciranje projekta Pogled u plavo u lipnju, dodatno sudjelovanje u sufinanciranju posebnih eventa (sportski događaji, potpore lokalnoj privredi - u vidu sajмова, skupova, prezentacija, pokladne svečanosti, suradnja s CUK... i sl.) Troškovi podrazumijevanju ugovorne odnose s pojedinim organizatorima, honorare, smještaj i ug. usluge za izvođače, troškove nabave, prijevoza materijala i opreme, troškove produkcije (bina, razglas, rasvjeta), promotivni materijali i promotivne aktivnosti i dr.

Planirana sredstva: 18.000 eura

Nositelj projekta: TZ, Grad, udruge, nositelji projekta

Rokovi realizacije: tijekom godine

2.3.18. Sufinanciranje manifestacija u organizaciji drugih subjekata

Cilj aktivnosti:

Poboljšanje uvjeta boravka turista, suradnja s lokalnim udrugama i organizatorima programa s posebnim naglaskom na pred i posezonu. Poticanje organizacije evenata koji svojim programom privlače turiste i posjetitelje, dopunjuju kulturno, zabavne i sportske sadržaje grada.

Opis aktivnosti:

Turistička zajednica grada Vodica podržava brojne projekte i manifestacije koje organiziraju kulturne i sportske udruge, fizičke i pravne osobe. Stoga predlažemo daljnju suradnju s pravnim, fizičkim osobama i udrugama, koje već nekoliko godina organiziraju tradicionalne programe. Raspisuje se natječaj za kulturne i sportske udruge za dodjelu sredstava, te Vijeće određuje što će se sufinancirati i u kojim iznosima. Predlažemo da se uzmu u obzir tradicionalni projekti i oni koji direktno utječu na turističke učinke. Posebno je bitno podržati projekte koji doprinose turističkoj ponudi našeg grada, a iste su ugrađene u ciljeve i zadaće turističke zajednice kao što su poticanje i razvoj selektivnih oblika turističkih proizvoda. Ovdje ulazi CMC, biciklizam, jedrenje, ronjenje, ribolov, tradicionalni običaji, kulturni programi i sl.. Prednost programima u pred i posezoni.

Planirana sredstva ukupno: 45.000 eura

Sredstva se raspoređuju prema odluci TV.

Rokovi realizacije: tijekom godine

2.3.19. CMC festival

CMC festival održava se u lipnju. Festival traje dva dana i privlači veliki broj posjetitelja.

Cilj aktivnosti: poboljšanje uvjeta boravka turista, privlačenje dodatnih turista i stvaranje pozitivne atmosfere uoči glavnog dijela sezone.

Planirana sredstva: 75.000 eura

Nositelj: CMC TV, TZ, Grad

Rokovi realizacije: lipanj

2.3.20. Svjetski dan turizma

Svjetski dan turizma održava se u rujnu. Predlaže se obilježiti u Vodicama u suradnji s partnerima na području grada Vodice.

Cilj projekta: poboljšanje uvjeta boravka turista prigodnim programom uz kulturni-eno-gastro program i promociju turističkih sadržaja. Podrazumijeva uključenje dionika u turizmu u projekt, te marketinške aktivnosti.

Planirana sredstva: 1.000 eura

Nositelj: TZ

Rokovi realizacije: rujan

2.3.21. Dalmatinska marenda TZŽ - TZ Vodice - Gastro

Novi projekt TZŽ Šibensko-kninske u koji su uključene lokalne TZ je promocija dalmatinske marende kao posebnog brenda. Odrediti će se točni termini - jednom mjesečno ili će se projekt revidirati u mjesec dalmatinske marende, odnosno prenamjena u gastro događaj koji će se odvijati u Đardinu u suradnji s TZŽ, ugostiteljima i udrugama.

Planirana sredstva: 5.000 eura

Nositelj: TZŽ Šibensko-kninske, TZG Vodice
Rokovi realizacije: svibanj/listopad

2.4. Podrška turističkoj industriji

2.4.1 Upravljanje i transformacija privatnog smještaja

Cilj aktivnosti:

Sukladno Planu upravljanja destinacijom za razdoblje 2025. - 2029. g. provoditi će se projekt usmjeren na podizanje kvalitete smještajnih kapaciteta, posebnim edukativnim programima, sustavom certificiranja, čime podižu kvalitetu cjelokupne ponude, proizvoda i usluga destinacije.

Opis aktivnosti:

Provođenje edukacija i radionica s iznajmljivačima na području destinacije, nagrađivanje najuspješnijih, certificiranje najboljih.

Planirana sredstva: 4.000 eura

Rokovi realizacije: tijekom godine

2.4.2. Unapređenje ugostiteljske djelatnosti i gastronomske ponude

Cilj aktivnosti:

Poticaj dionicima turističke industrije na ulaganje u podizanje kvalitete usluga u turizmu, dodatnim edukacijama ugostiteljskih djelatnika, sukladno Planu upravljanja i koordinaciji s ugostiteljskim sektorom. Umrežavanje i poticanje sustava lanca opskrbe npr. od polja do stola, od mora do stola.

Opis aktivnosti:

U suradnji s ugostiteljskom djelatnošću na području destinacije provoditi će se edukacije i stručne radionice, radi unapređenja kvalitete:

Planirana sredstva: 7.000 eura

Rokovi realizacije: tijekom godine

2.4.3. Vodice aktiv HUB/Vodice cjelogodišnja destinacija

Cilj aktivnosti:

Poticati će se umrežavanje, posebno u dijelu sportskih i pratećih sadržaja s ciljem objedinjavanja ponude i brendiranja Vodica kao sportsko-rekreativne destinacije.

Opis aktivnosti:

Kreiranje godišnjeg kalendara sportskih i outdoor aktivnosti, te digitalizacija sustava informiranja.

Planirana sredstva: 4.000 eura

Nositelji aktivnosti: dionici turističke industrije, Grad, TZ

Rokovi realizacije: tijekom godine

3. Komunikacija i oglašavanje

3.1. Definiranje brending sustava i brend arhitekture

3.2. Oglašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda

3.2.1. Online oglašavanje i društvene mreže

Cilj aktivnosti:

Promotivne aktivnosti u cilju podizanja vidljivosti i promocije destinacije

Opis aktivnosti:

Podrazumijeva izradu promo materijala samostalno i zajednički u suradnji s dionicima u turizmu destinacije, promotivne aktivnosti na najvećim platformama prema Media planu, te Google, Tripadvisor, Facebook, Instagram, online kampanje, advertorijali, oglašavanja MIDAS(Hr), Linker(Hr), Clicktag, lokalni portali zatim izrada materijala i aktivnosti na društvenim mrežama s proizvodima na ciljano tržišta (Austrija, Slovenija, Njemačka, Poljska, Češka, Skandinavija, Italija).

Planirana sredstva: 60.000 eura

Nositelj aktivnosti: TZ, dionici u turizmu Vodica

Rokovi realizacije: tijekom godine

3.2.2. Offline oglašavanje

Cilj aktivnosti:

Promotivne aktivnosti u cilju podizanja vidljivosti i prepoznatljivosti te promocije destinacije

Opis aktivnosti:

Podrazumijeva izradu materijala samostalno i zajednički u suradnji s dionicima u turizmu destinacije, prezentacije i promocije u offline izdanjima - (npr: specijalizirani časopisi, turistički vodiči, turističke karte, posebna promotivna izdanja tiska: Vikend van Zagreba, Fokus, Turizmoteka, Turizamhr, Tip travel, Inyourpocket i Svet24 za slovensko i hrvatsko tržište, oglasi u Fokus plus za slovensko tržište i sl.), turističkim vodičima (Croatiaexplore, Dalmatiaexplore, In your pocket...), TV, radioi sl.

Planirana sredstva: 10.000 eura

Nositelji aktivnosti: TZ, dionici u turizmu Vodica

Rokovi realizacije: tijekom godine

3.3. Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR

Cilj aktivnosti:

Promotivne aktivnosti u cilju podizanja informiranosti, vidljivosti i prepoznatljivosti te promocije destinacije.

Opis aktivnosti:

Podrazumijeva izradu i plasiranje priopćenja, promocije programa i aktivnosti na lokalnim, regionalnim ili nacionalnim medijima (radio, TV, časopisi)

Planirana sredstva: 1.000 eura

Nositelj aktivnosti: TZ, Grad, dionici u turizmu destinacije

Rokovi realizacije: tijekom godine

3.4. Marketinške i poslovne suradnje - Udruženo oglašavanje

Cilj aktivnosti:

Zajedničke promotivne aktivnosti u cilju podizanja informiranosti, vidljivosti i prepoznatljivosti te promocije destinacije.

Opis aktivnosti:

Podrazumijeva izradu materijala zajednički u suradnji s dionicima u turizmu, TZŽ. Udruženo oglašavanje provodi se na ciljanim emitivnim tržištima (Austrija, Slovenija, Njemačka, Češka, Poljska, UK, Francuska...) sukladno dogovoru: Jet2Holiday, Wanderlust, Petite fute, Tltravel, te partneri hotelijera koji će biti uključeni u udruženo oglašavanje. Osim hotelijera, udruženo oglašavanje provodit će se u suradnji s TZŽ, NP, drugim T.zajednicama i ustanovama, na nivou regije Šibenik, na glavnim emitivnim tržištima i najposjećenijim portalima.

Planirana sredstva: 40.000 eura

Nositelji aktivnosti: TZ, TZŽ, dionici u turizmu destinacije

Rokovi realizacije: tijekom godine

3.5. Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice

3.5.1 Nastupi na sajmovima

Cilj aktivnosti:

Aktivnosti na prezentaciji, promociji destinacije (u skladu sa zakonskim propisima i propisanim pravilima za sustav TZ)

Opis aktivnosti:

Shodno strukturi tržišta i potrebama turističkih subjekata, pripremiti će se promo materijali za nastupe na sajmu ili na prezentaciji sukladno dogovoru s TZ Županije. U koordinaciji s drugim turističkim zajednicama i subjektima na zajedničkom prostoru na sajmovima će se shodno interesu i mogućnostima pripremiti promo materijali i prezentacija. Također ovisno o potrebama dionika u turizmu Vodica pripremiti će se prezentacija, materijali i prostor na tržištu od posebnog interesa. Troškovi podrazumijevaju sufinanciranje dijela najma prostora, prijevozni troškovi, smještaj i sl.

Planirana sredstva: 20.000 eura

Nositelji aktivnosti: TZ, TZŽ, dionici u turizmu destinacije

Rokovi realizacije: tijekom godine

3.5.2. Organizacija i sudjelovanje na posebnim prezentacijama

Cilj aktivnosti:

Posebne prezentacije ponude destinacije u suradnji s TZŽ, dionicima u turizmu, DMK u cilju podizanja vidljivosti i prepoznatljivosti destinacije. Planirane su radionice u suradnji s TZŽ, hotelijerima i predstavništvima u Poljskoj u veljači 2026., te radionica SAD u travnju 2026. (sukladno interesu hotelijera - suradnja 2 županijske TZ).

Opis aktivnosti:

Priprema i izrada promotivnih materijala, programa zajednički u suradnji s dionicima u turizmu destinacije, te ovisno o mjestu prezentacije podrazumijevaju se troškovi prezentacije i radionice, prijevoza, smještaja i sl.

Planirana sredstva: 5.000 eura

Nositelji aktivnosti: TZ, TZŽ, dionici u turizmu destinacije

Rokovi realizacije: tijekom godine

3.6. Suradnja s organizatorima putovanja - studijska putovanja (TZŽ, HTZ)

Cilj aktivnosti:

Prezentacija i promocija destinacije sadržajima, programima, ponudom.

Opis aktivnosti:

Priprema, izrada i realizacija programa za sudionike - agente, novinare - koje TZ prihvaća od strane HTZ-a i TZŽ-a, a koji posjećuju destinaciju Vodice na studijskom putovanju.

Planirana sredstva: 1.000 eura

Nositelji aktivnosti: TZ, TZŽ, dionici u turizmu

Rokovi realizacije: tijekom godine

3.7. Kreiranje promotivnog materijala

Cilj aktivnosti:

Informiranje i prezentacija sadržaja, programa i projekata na području destinacije za turiste i posjetitelje.

Opis aktivnosti:

U smislu informiranja gostiju o ponudi, sadržajima i programima na destinaciji, TZ će izvršiti pripremu materijala za tisak kako slijedi:

Image brošura (7.000 kom) 5 jezičnih verzija : 5.000 eura

Brošura Doživi Vodice (5 000 kom) - 3 jezične verzije: 6.000 eura

Plakati poster (prema programima): 3.000 eura

Suveniri i drugi promo materijali : 3.000 eura

Produkcija video materijala: 2.000 eura

Nositelj aktivnosti: TZ

Rokovi realizacije: tijekom godine

3.8. Internetske stranice

Cilj aktivnosti:

Informiranje i prezentacija sadržaja, programa i projekata na području destinacije

Opis aktivnosti:

Konstantno ažuriranje, dopunjavanje, unapređenje; održavanje web stranice.

Planirana sredstva: 6.000 eura

Nositelj aktivnosti: TZ

Rokovi realizacije: tijekom godine

3.9. Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka

3.9.1. Otkup fotografija

Cilj aktivnosti:

Konstantna dopuna kvalitetnim materijalima za promotivne aktivnosti

Opis aktivnosti:

Otkup i ažuriranje fotografija za promotivne aktivnosti.

Planirana sredstva: 1.000 eura

Nositelj aktivnosti: TZ

Rokovi realizacije: tijekom godine

3.10. Turističko informativne aktivnosti

3.10.1 TIC

Cilj aktivnosti

Pravovremene i ispravne informativne aktivnosti za turiste, posjetitelje i građane.

Opis aktivnosti:

Podrazumijeva poslove turističko informativnog centra. Prikupljanje, sortiranje i diseminacija informacija o ponudi, sadržajima i projektima destinacije. Poslovi vezani za e-visitor, pružanje informacija turistima, pružanje informacija građanima iznajmljivačima i gospodarskim subjektima,

pružanje podrške pružateljima usluga smještaja pri korištenju e visitor sustava, vođenje dnevne, tjedne i mjesečne statistike i obrada podataka, koordinacija s izdvojenim podružnicama
Troškovi podrazumijevaju plaće i naknade djelatnika, najamnine, materijalne troškove i dr.

Plaće i naknade: 45.000 eura

najamnina i održavanje: 8.000 eura

ostali materijalni troškovi : 7.000 eura

Rokovi realizacije: tijekom godine

3.10.2. Turistička signalizacija

Cilj aktivnosti:

Poboljšanje uvjeta boravka turista i poticanje gospodarskih djelatnosti na području destinacije.

Opis aktivnosti:

Izrada novih i popravak oštećenih tabli signalizacije, prema prethodno definiranom planu po pozicijama. Izrada i postavljanje novih tabli za staze koje njoš nisu označene. Troškovi podrazumijevaju izradu, prijevoz i postavu tabli signalizacije.

Planirana sredstva: 2.500 eura

Nositelj aktivnosti: TZ, Grad

Rokovi realizacije: tijekom godine

3.10.3. Info table

Cilj aktivnosti:

Poboljšanje uvjeta boravka turista. Označavanje i dodatna vidljivost atrakcija.

Opis aktivnosti:

Popravak postojećih info tabli te izrada i postavljanje novih za atrakcije koje nisu označene. Također, sukladno Planu upravljanja, dodatno označavanje Camino rute.

Planirana sredstva: 4.000 eura

Nositelj aktivnosti: TZ, Grad

Rokovi realizacije: tijekom godine

4. Destinacijski menadžment

4.1 Turistički informacijski sustavi i aplikacije

Destination Loyalty program - IQM pass

Cilj aktivnosti: Osnaživanje destinacijskog menadžmenta

Opis aktivnosti:

Umrežavanje dionika posebnim informacijskim sustavom, promoviranje destinacijskih proizvoda, upravljanje cijenama, loyalty program i poticanje podizanja kvalitete. Aktivnosti podrazumijevaju stalnu suradnju i koordinaciju s dionicima u turizmu i poticaj na izvrsnost. Izrada posebnih programa, informacijski sustav, promo aktivnosti.

Planirana sredstva: 2.000 eura

Nositelj aktivnosti: TZ, dionici u projektu, suradnici

Rokovi realizacije: tijekom godine

4.2. Upravljanje kvalitetom u destinaciji

4.2.1. Upravljanje kvalitetom

Cilj aktivnosti: Upravljanje kvalitetom u destinaciji

Opis aktivnosti:

Koordinacija svih dionika u projektu lqm, koji se temelji na održivom razvoju i odgovornom turizmu. Praćenje standarda kvalitete. Koordinacija i razvijanje novih proizvoda i stvaranje nove ekonomske vrijednosti. Osnaživanje zajedničke suradnje, sinergije u destinaciji. Integralno upravljanje kvalitetom radi se prema metodologiji UNWTO-a. Praćenje i mjerenje rezultata.

Planirana sredstva: 10.000 eura

Nositelji aktivnosti: TZ, Grad, dionici u projektu

Rokovi realizacije: kontinuirano

4.2.2. Podizanje konkurentnosti destinacije

Cilj: Implementacija edukacija u smislu podizanja konkurentnosti

Opis aktivnosti:

Individualne i grupne edukacije. Postavljanje mjerenja učinkovitosti implementacije edukacija i znanja, izrada audit izvješća s implementacijom u praksi. Podrazumijeva troškove edukacije, edukatora, smještaja, materijala i sl.

Planirana sredstva: 2.000 eura
Nositelji aktivnosti: TZ, dioinci u turizmu
Rokovi realizacije: kontinuirano

4.2.3. Nagrade i priznanja

Cilj aktivnosti: poticanje na kvalitativan iskorak i stvaranje prepoznatljivog proizvoda
Opis aktivnosti: koordinacije s predstavnicima turističke ponude, suport na brendiranju, izradi promo materijala i promo aktivnosti.
Planirana sredstva: 1.000 eura
Nositelji aktivnosti: predstavnici ponude, TZ
Rokovi realizacije: kontinuirano

4.3. Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša

Cilj aktivnosti: očuvanje i uređenje okoliša
Opis aktivnosti:
Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša u suradnji s Gradom, komunalnim poduzećem i ekološkim udrugama.
Planirana sredstva:
Tuševi i WC i oprema : 10.000 eura;
Nositelji aktivnosti: TZ, Grad, komunalno poduzeće, ekološke udruge
Rokovi realizacije: kontinuirano

5. Administrativni poslovi

Skupština Turističke zajednice grada Vodica održati će dvije sjednice. Na prvoj sjednici koja će se održati u ožujku raspravljati će se o Izvješću o izvršenju Programa rada, Financijskom izvješću, Izvješću o radu Turističkog vijeća. Na drugoj sjednici Skupštine koja će se održati do kraja godine razmatrati će se prijedlog godišnjeg Programa rada, Financijskog plana.

Turističko vijeće Turističke zajednice grada Vodica održati će najmanje 4 sjednice. Na svojim sjednicama Turističko vijeće će: izraditi prijedlog godišnjeg Plana i programa i financijskog plana; razmatrati Izvješće o radu direktora i ureda, te donijeti odluku o njegovom prihvatanju ili neprihvatanju; razmatrati tekuću problematiku, tijek turističke sezone i statističke pokazatelje; raspravljati i donositi mišljenja, zaključke i odluke o svim bitnim pitanjima iz domene ciljeva i zadaća TZ grada Vodica u skladu sa Zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma.

Turistički ured - ured direktora obavljati će slijedeće poslove: provoditi zadatke utvrđene Godišnjim programom rada i Financijskim planom TZ-a; obavljati stručne i administrativne poslove u svezi pripremanja sjednica tijela TZ-a; obavljati stručne i administrativne poslove u svezi s izradom i izvršavanjem akata tijela TZ-a; obavljati pravne, financijske i knjigovodstvene poslove, kadrovske i opće poslove, voditi evidenciju i statističke podatke utvrđene propisima i aktima TZ-a; izrađivati analize, informacije i druge materijale za potrebe tijela TZ; davati tijelima TZ-a kao i drugim zainteresiranim stručna mišljenja o pitanjima iz djelokruga TZ-a; koordinirati rad TIC-a i podružnica; obavljati kompletnu pripremu za marketinške aktivnosti, pripremu i realizaciju svih planom predviđenih projekata.

5.1. Plaće i naknade

5.1.1. Plaće : 120.000 (osnovica koja je vezana za minimalnu plaću se povisila odlukom vlade RH)

5.1.2. Naknade 2.000 (regres, božićnica, dar djeci)

5.2. Materijalni troškovi: 18.700 eura

5.2.1. najam i održavanje poslovnog prostora 3.500 eura

5.2.2. režijski troškovi 1.000 eura

5.2.3. uredska oprema i materijal 2.000 eura

5.2.4. prijevoz, telefon, poštarina 1.500 eura

5.2.5. stručno usavršavanje 2.000 eura

5.2.6. dnevnice i putni troškovi 1.000 eura

5.2.7. revizorske usluge 4.200 eura

5.2.8. troškovi platnog prometa 1.000 eura

5.2.9. ostali materijalni izdaci 2.500 eura

5.3. Tijela turističke zajednice 4.000 eura

6. Rezerva 20.000 eura

7. Višak prihoda za prijenos u sljedeću godinu: 96.300 eura

Sredstva za prijenos u sljedeću godinu koristiti će se za troškove u prvom dijelu godine za redovne aktivnosti prema programu rada.

Sveukupno: 1.049.200 eura

GODIŠNJI PROGRAM RADA

ZA 2026. GODINU

		PRIHODI	Plan 2025. (u €)	Plan 2026. (u €)	Udio % 2026	Indeks '26/'25
1.		Izvorni prihodi	960.000	960.000	84%	100
	1.1.	Turistička pristojba	810.000	800.000	70%	99
	1.2.	Članarina	150.000	160.000	14%	107
2.		Prihodi od sustava turističkih zajednica	7.900	15.000	1%	190
3.		Preneseni prihod iz prethodne godine	4.000	110.500	10%	2763
4.		Ostali prihodi	64.000	60.000	5%	94
		SVEUKUPNO	1.035.900	1.145.500	100%	111

		AKTIVNOSTI	Plan 2025. (u €)	Plan 2026. (u €)	Udio % 2026	Indeks '26/'25
1.		ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE	8.500	8.000	1%	94
	1.1.	Izrada strateških/operativnih dokumenata	8.500		0%	0
	1.2.	Istraživanje i analiza tržišta	0	5.000	0%	#DIJ/0!
	1.3.	Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti	0	3.000	0%	0
2.		RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA	579.600	622.000	59%	107
	2.1.	Identifikacija i vrednovanje resursa te strukt. tur. proizvoda	3.700	18.000	2%	486
		Cikloturizam	2.200	8.000	1%	364
		Novi turistički proizvodi	1.500	10.000	1%	667
	2.2.	Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda	0	2.000	0%	#DIJ/0!
	2.3.	Podrška razvoju turističkih događanja	572.900	587.000	56%	102
		Uskrсни doručak	9.100	10.000	1%	110
		Piknik u Rakitnici	9.100	10.000	1%	110
		Večer antike - Bakanalije	11.800	12.000	1%	102
		Đardin je IN	63.700	65.000	6%	102
		Vodice Street Festival	24.500	25.000	2%	102
		20. Vodic Jazz&Blues Festival	17.800	20.000	2%	112

		Vodička fešta	78.800	80.000	8%	102
		22. Večer dalmatinskih klapa	9.700	10.000	1%	103
		Klupske večeri	2.700	3.000	0%	111
		Šaša i pulenta	5.100	6.000	1%	118
		Koncerti, predstave, plesne predstave	54.400	50.000	5%	92
		Srimarska fešta	2.700	10.000	1%	370
		Srima - ostale manifestacije	24.100	25.000	2%	104
		Prvić - fešte	7.000	7.000	1%	100
		Prvić - ostale manifestacije	7.800	10.000	1%	128
		Ostale manifestacije	16.000	18.000	2%	113
		Advent u Vodicama	110.000	100.000	10%	91
		CMC	70.200	75.000	7%	107
		Sufinanciranje projekata u organizaciji drugih subjekata	43.000	45.000	4%	105
		Svjetski dan turizma	400	1.000	0%	250
		Dalmatinska marenda TZŽ /TZ Vodice	5.000	5.000	0%	100
	2.4.	Podrška turističkoj industriji	3.000	15.000	1%	500
		Upravljanje i transformacija privatnog smještaja	150	4.000	0%	2667
		Unapređenje ugostiteljske djelatnosti i gastronomske ponude	0	7.000	1%	#DIJ/0!
		Vodice aktiv HUB / Vodice cjelogodišnja destinacija	2.850	4.000	0%	140
3.		KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE	184.700	229.500	22%	124
	3.1.	Definiranje <i>branding</i> sustava i <i>brend</i> arhitekture	0	0	0%	0
	3.2.	Oglašavanje destinacijskog branda, tur. ponude i proizvoda	45.000	70.000	7%	156
		Online oglašavanje i društvene mreže	40.000	60.000	6%	150
		Offline oglašavanje	5.000	10.000	1%	200
	3.3.	Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR	500	1.000	0%	200
	3.4.	Marketinške i poslovne suradnje - Udruženo oglašavanje	36.000	40.000	4%	111
	3.5.	Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice	13.000	25.000	2%	192
		Nastupi na sajmovima	12.000	20.000	2%	167
		Nastupi na sajmovima - za refundaciju od sustava TZ-a	0	0	0%	0
		Organizacija i sudjelovanje na posebnim prezentacijama	1.000	5.000	0%	0
	3.6.	Suradnja s org. putovanja - studijska putovanja (TZŽ, HTZ)	1.500	1.000	0%	67
	3.7.	Kreiranje promotivnog materijala	13.600	19.000	2%	140
		Image brošura	5.150	5.000	0%	97
		Brošura Doživi Vodice	0	6.000	1%	0
		Plan grada	2.650	0	0%	0
		Plakati i poster	2.800	3.000	0%	107
		Suveniri i drugi promo materijali	3.000	3.000	0%	100
		Produkcija video materijala	0	2.000	0%	0
	3.8.	Internetske stranice	6.000	6.000	1%	100
	3.9.	Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka	3.000	1.000	0%	33

		Otkup fotografija	3.000	1.000	0%	33
		Priprema i slanje podataka o ponudi destinacije	0	0	0%	0
	3.10.	Turističko-informativne aktivnosti	66.100	66.500	6%	101
		TIC	61.000	60.000	6%	98
		TIC - plaće i naknade	46.000	45.000	4%	98
		TIC - najamnina i održavanje	8.000	8.000	1%	100
		TIC - ostali materijalni troškovi	7.000	7.000	1%	100
		Turistička signalizacija	1.500	2.500	0%	167
		Info table	3.600	4.000	0%	111
4.		DESTINACIJSKI MENADŽMENT	20.200	25.000	2%	124
	4.1.	Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor		2.000	0%	0
	4.2.	Upravljanje kvalitetom u destinaciji	10.200	13.000	1%	127
		Upravljanje kvalitetom	8.000	10.000	1%	125
		Podizanje konkurentnosti destinacije	2.000	2.000	0%	100
		Nagrade i priznanja	200	1.000	0%	
	4.3.	Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša	10.000	10.000	1%	100
		Održavanje tuševa i WC-a na plaži	10.000	10.000	1%	100
5.		ADMINISTRATIVNI POSLOVI	132.400	144.700	14%	109
	5.1.	Plaće i naknade	112.000	122.000	12%	109
		Plaće	110.000	120.000	11%	109
		Naknade	2.000	2.000	0%	100
	5.2.	Materijalni troškovi	16.400	18.700	2%	114
		Najam i održavanje poslovnog prostora	3.500	3.500	0%	100
		Režijski troškovi	1.000	1.000	0%	100
		Uredska oprema i materijal	2.000	2.000	0%	100
		Prijevoz, telefon, poštarina	1.500	1.500	0%	100
		Stručno usavršavanje	1.000	2.000	0%	200
		Dnevnice i putni troškovi	1.000	1.000	0%	100
		Revizorske usluge	3.200	4.200	0%	131
		Troškovi platnog prometa	1.000	1.000	0%	100
		Ostali materijalni izdaci	2.200	2.500	0%	114
	5.3.	Tijela turističke zajednice	4.000	4.000	0%	100
6.		REZERVA	0	20.000	2%	0
7.		POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE	0	0	0%	0
		SVEUKUPNO	925.400	1.049.200	100%	113
		VIŠAK PRIHODA ZA PRIENOS U SLJEDEĆU GODINU	110.500	96.300	10%	

Zaključne odredbe

Ovaj Godišnji program rada izrađen je prema jedinstvenoj metodologiji i obveznim uputama Ministarstva turizma i sporta.

Tijekom godine TZ grada Vodica može mijenjati i dopunjavati Program rada, a ako dođe do odstupanja u obujmu većem od 5%, TZ obvezno donosi izmjene odnosno dopune Programa rada na način i prema postupku kojim se donosi Program rada.

Ovaj Godišnji program rada usvojen je na 4. sjednici Skupštine održanoj 15.12.2025. godine.

TZ grada Vodica
Turističko vijeće
Predsjednik:
Ante Cukrov v.r.