



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

Ur.broj: 5/2022

IZVJEŠĆE O IZVRŠENJU PROGRAMA RADA TZ GRADA VODICA ZA 2021.GODINU

U skladu s odredbama članka 57. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/19 i 42/20) izrađuje se Izvješće o izvršenju programa rada, a sukladno jedinstvenoj metodologiji i obveznim uputama Ministarstva turizma i sporta.

Izvješće o izvršenju programa rada za 2021.g. obvezno sadržava sljedeće:

- izvršenje programom rada pojedinačno utvrđenih zadataka
- izdatke izvršenja programom rada pojedinačno utvrđenih zadataka
- izdatke o poslovanju turističkog ureda i rad tijela turističke zajednice
- ostvarenje prihoda po izvorima
- finansijski rezultat poslovanja
- usporedbu finansijskog plana i njegova ostvarenja s obrazloženjem odstupanja
- analiza i ocjena izvršenja programa te procjena učinka poduzetih aktivnosti na razvoj turizma

Također Izvješće o izvršenju programa rada za 2021.g. sadržava i tekstualni dio u kojem se iskazuje opis pojedinačno ostvarenih prihoda, planiranih i izvršenih aktivnosti, podatke o ostvarenju ciljeva, podatke o ostvarenom turističkom prometu te tablični dio koji prikazuje usporedbu realiziranih aktivnosti s pojedinačno planiranim aktivnostima.

Ciljevi marketinške politike u turizmu grada Vodica u 2021.g., te analiza i procjena učinaka

2021. g. druga je godina koja se odvijala u posebnim okolnostima nastalim uslijed pandemije covid-19. U svakom pogledu posebna je godina, koja je utjecala na turizam, te odredila prioritete u marketinškoj politici u turizmu grada Vodica. S obzirom na činjenicu da je predsezona bila neizvjesna, aktivnosti su se usmjerile na što kvalitetnije osmišljavanje novih proizvoda, marketinških aktivnosti, pripremu za sezonu koja je uslijedila u gotovo punom obimu u srpnju i kolovozu, zatim u nastavku sezone - posezone, koja se unatoč nepovoljnoj situaciji realizirala u smanjenom obimu, za razliku od prethodne kad je promet u potpunosti izostao.

Elementi marketinške politike poput : ostvarenje fizičkog obujma turističkog prometa najmanje na razini povećanja od 60% od 2019. s tendencijom rasta u pred i postsezoni je u 2021. godini premašen - 71% , što je rezultat izvanrednog prometa u špici sezone; ostvareno je povećanje stupnja korištenja smještajnih kapaciteta. Povećanje prihoda iz ukupnih aktivnosti vezanih za turizam ni ove 2021. godine nisu prešli 3 mil. kn iz razloga smanjenja obveza za turističku pristojbu i članarainu za 50%, donesenih uslijed pandemije.

I ovu godinu emitivna tržišta bila su ograničena lockdownima, izostankom avio prometa (tek krajem srpnja i u kolovozu u manjem obimu su otvorene avio linije), posebnim mjerama donesenih na razini pojedinih emitivnih zemalja. Poseban naglasak stavljen je i ove godine na emitivna tržišta koja ulaze u lako dostupna - auto destinacije, te na domaće tržište.

Stoga, je poseban naglasak u 2021.g. stavljen na činjenicu da su Vodice sigurna destinacija za turiste, da je zdravlje turista i građana na prvom mjestu, da su Vodice destinacija koja posebno vodi brigu o stvaranju najboljih uvjeta za boravak turista. Osim toga, u 2021.g. bez obzira na okolnosti vezane za pandemiju, smanjenih finansijskih sredstava, shvaćajući da je u izvanrednim okolnostima uz zdravlje i sigurnost, kvaliteta destinacije najbitnija za privlačenje turista, TZ je radila na projektima koji su u skladu s ciljevima marketinške politike u turizmu grada Vodica i to:

podizanje kvalitete turističkog proizvoda

- nastavak poticanja razvoja organiziranog plasmana smještajnih kapaciteta građana iznajmljivača, te motiviranje iznajmljivača u smislu ulaganja u podizanje kvalitete smještajnih kapaciteta i usluge
- umrežavanje proizvoda i usluga i poticanje formiranja složenih proizvoda
- poticanje e-marketinga u turističkoj promociji i izravnoj prodaji usluga

- optimizacija promidžbenih aktivnosti u sklopu sustava
- zadržavanje pozicije privlačne, očuvane i sigurne destinacije u koju se gosti rado vraćaju
- pozicioniranje turističkih zajednica kao destinacijskih menadžment organizacija koje preuzimaju ulogu upravljanja destinacijom,

Zatim aktivnosti na realizaciji ciljeva i smjernica Strategije turističkog razvoja grada Vodica, posebno u prioritetima :

- podizanje kvalitete destinacije:
- program vjernosti, programi edukacije za iznajmljivače, poseban projekt Like home za iznajmljivače, programi potpora i sufinanciranja marketinskih aktivnosti za ugostiteljski sektor, te za sektor usluga, zatim za usluge u domaćinstvu, program Kartice za iznajmljivače,
- IQM Destination Vodice;

Tablica 1. Podaci o ostvarenom turističkom prometu 2021/2020

Vrsta objekta	Dolasci 2021	Dolasci 2020	Indeks dolasci	Noćenja 2021	Noćenja 2020	Indeks noćenja
Komercijalni objekti	150.655	87.489	172	899.601	558.300	161
Nautika	5.050	3.523	143	34.992	25.756	136
Nekomercijalni objekti	7.869	5.868	134	150.263	157.274	96
Ukupno:	163.574	96.880	169	1.084.856	741.330	146

izvor:e-visitor

Tablica 2. Statistika 2021/2020 prema emitivnim tržištima - komercijalni

Država	Dolasci 2021	Dolasci 2020	Indeks dolasci	Noćenja 2021	Noćenja 2020	Indeks noćenja	Udio noćenja 2021	Udio noćenja 2020
Hrvatska	44.949	28.992	155	204.798	149.849	137	22,8%	26,8%
Njemačka	19.095	11.230	170	147.883	94.541	156	16,4%	16,9%
Poljska	15.343	11.074	139	117.205	84.589	139	13,0%	15,2%
Češka	10.831	7.530	144	75.990	53.176	143	8,4%	9,5%
Slovačka	9.934	3.849	258	70.242	26.649	264	7,8%	4,8%
Slovenija	10.606	7.330	145	65.775	48.468	136	7,3%	8,7%
Austrija	9.353	4.027	232	51.863	23.692	219	5,8%	4,2%
Mađarska	7.565	3.943	192	44.381	24.490	181	4,9%	4,4%
Bosna i Hercegovina	6.190	2.269	273	30.516	12.387	246	3,4%	2,2%
Nizozemska	2.258	521	433	12.227	3.533	346	1,4%	0,6%
Švicarska	1.778	1.167	152	8.143	6.909	118	0,9%	1,2%
Francuska	1.788	553	323	7.925	3.032	261	0,9%	0,5%
Švedska	1.166	360	324	7.645	2.455	311	0,8%	0,4%
Italija	1.324	526	252	7.595	3.551	214	0,8%	0,6%
Srbija	1.049	500	210	7.175	3.477	206	0,8%	0,6%
Ukrajina	968	450	215	6.714	3.313	203	0,7%	0,6%
Ujedinjena Kraljevina	1.017	235	433	5.624	1.441	390	0,6%	0,3%
Belgija	808	318	254	4.680	2.114	221	0,5%	0,4%
Rumunjska	606	321	189	2.995	1.814	165	0,3%	0,3%
SAD	952	86	1107	2.906	402	723	0,3%	0,1%
Rusija	475	104	457	2.728	838	326	0,3%	0,2%
Danska	323	141	229	2.290	1.202	191	0,3%	0,2%

Norveška	270	16	1688	2.053	36	5703	0,2%	0,0%
Makedonija	153	93	165	1.249	691	181	0,1%	0,1%
Litva	228	40	570	1.071	239	448	0,1%	0,0%
Letonija	106	40	265	689	190	363	0,1%	0,0%
Španjolska	167	33	506	653	132	495	0,1%	0,0%
Australija	115	78	147	633	496	128	0,1%	0,1%
Ostale afričke zemlje	104	44	236	605	262	231	0,1%	0,0%
Estonija	119	20	595	585	66	886	0,1%	0,0%
Ostale azijske zemlje	93	21	443	560	141	397	0,1%	0,0%
Kosovo	57	117	49	468	741	63	0,1%	0,1%
Kanada	96	20	480	379	143	265	0,0%	0,0%
Irska	77	24	321	347	119	292	0,0%	0,0%
Luksemburg	51	29	176	290	148	196	0,0%	0,0%
Ostale zemlje Južne i Srednje Amerike	57	29	197	288	149	193	0,0%	0,0%
Turska	51	49	104	270	345	78	0,0%	0,1%
Bjelorusija	38	9	422	246	36	683	0,0%	0,0%
Bugarska	42	62	68	196	278	71	0,0%	0,0%
Izrael	60	2	3000	175	16	1094	0,0%	0,0%
Portugal	42	15	280	149	92	162	0,0%	0,0%
Crna Gora	46	45	102	148	148	100	0,0%	0,0%
Brazil	24	18	133	133	113	118	0,0%	0,0%
Finska	36	6	600	128	30	427	0,0%	0,0%
Ostale zemlje Oceanije	15	3	500	116	13	892	0,0%	0,0%
Tajland	16	93	17	108	114	95	0,0%	0,0%
Kazahstan	13	30	43	99	255	39	0,0%	0,0%
Ostale europske zemlje	15	13	115	76	165	46	0,0%	0,0%
Ostale zemlje Sjeverne Amerike	19	2	950	76	6	1267	0,0%	0,0%
Albanija	32	18	178	52	90	58	0,0%	0,0%
Tunis	11	0	0	52	0	0	0,0%	0,0%
Japan	11	7	157	50	23	217	0,0%	0,0%
Grčka	18	12	150	46	45	102	0,0%	0,0%
Čile	6	0	0	39	0	0	0,0%	0,0%
Kina	16	58	28	34	72	47	0,0%	0,0%
Indija	8	0	0	33	0	0	0,0%	0,0%
Meksiko	10	2	500	23	7	329	0,0%	0,0%
Argentina	8	2	400	22	2	1100	0,0%	0,0%
Novi Zeland	6	2	300	22	2	1100	0,0%	0,0%
Maroko	5	4	125	21	30	70	0,0%	0,0%
Cipar	4	0	0	16	0	0	0,0%	0,0%
Južnoafrička Republika	5	1	500	14	1	1400	0,0%	0,0%
Indonezija	4	1	400	13	10	130	0,0%	0,0%
Island	2	0	0	13	0	0	0,0%	0,0%
Lihtenštajn	4	1	400	13	1	1300	0,0%	0,0%
Jordan	2	3	67	12	12	100	0,0%	0,0%
Koreja, Republika	6	278	2	10	278	4	0,0%	0,0%

Hong Kong, Kina	1	0	0	9	0	0	0,0%	0,0%
Kuvajt	6	0	0	9	0	0	0,0%	0,0%
Tajvan, Kina	1	617	0	7	617	1	0,0%	0,1%
Ujedinjeni Arapski Emirati	1	3	33	1	14	7	0,0%	0,0%
Malta	0	3	0	0	10	0	0,0%	0,0%
Strani turisti:	105.706	58.497	181	694.803	408.451	170	77,2%	73,2%
Domaći turisti:	44.949	28.992	155	204.798	149.849	137	22,8%	26,8%
UKUPNO:	150.655	87.489	172	899.601	558.300	161	100,0%	100,0%

U 2021. g. ukupno je ostvareno 69% više dolazaka u odnosu na 2020.g., te 46% više noćenja u odnosu na 2020. godinu. Realizirani promet najvećim dijelom se odnosi na razdoblje srpanj- kolovoz, iako je pozitivna činjenica da je u pred i posezoni također ostvaren promet (u posezoni više nego u predsezoni i to pretežno na domaćem tržištu), za razliku od 2019. godine kada je pred i posezona izostala.

U komercijalnom dijelu ostvareno je 72% više u dolascima i 61% više u noćenjima nego 2020.g.

Najzastupljenija tržišta u 2021.g. su: hrvatsko, njemačko, poljsko, češko, slovensko, slovačko, austrijsko i mađarsko. Struktura emitivnih tržišta nije promijenjena u odnosu na prethodna razdoblja, tradicionalno su autom dostupna tržišta iz okruženja. Iako bilježimo poraste na svim emitivnim tržištima osim udaljenih poput azijskog, vidljivo je da je oporavak s tržišta skandinavskih zemalja, Italije, UK, Belgije, Francuske, Nizozemske ide sporije iz razloga posebnih mjera uvedenih u tim zemljama, te izostanak ili puno manji broj avio letova. Otvaranjem avio linija u sezoni, ova tržišta su u tom periodu bilježila vidljiv rast.

Udaljena (azijska) tržišta ni ove godine nisu bilježila promet, iz razloga nemogućnosti putovanja- nedostatak avio linija, grupna putovanja još uvijek su predstavljala rizik (autobuseri, turinzi).

Segment nautike ostvario je zavidan porast, čak više nego 2019.g., i pokazalo se da je nautički turizam baziran više na individualnost, izoliranost i odmor u prirodnom okruženju bez gužvi i grupiranja većeg broja ljudi (što uzrokuje širenje virusa). Nautika je u 2021.g. ostvarila 43% više u dolascima i 36% u noćenjima u odnosu na 2020.g., čime su premašeni rezultati iz 2019.g.

Također, nekomercijalni turizam manje se pokazao osjetljivim na okolnosti pandemije, pa je tako u 2021.g. ostvario 34% više dolazaka, ali i 4% noćenja manje u odnosu na 2020.g., što je razumljivo s obzirom na promjenu načina registriranja (prijava).

Tablica 3. Statistika 2021/2020 prema vrsti smještaja - komercijalni objekti

Vrsta objekta	Dolasci 2021	Dolasci 2020	Indeks dolazaka	Noćenja 2021	Noćenja 2020	Indeks noćenja
Objekti u domaćinstvu	78.742	52.742	149	572.840	390.444	147
Hoteli	58.048	25.067	232	243.911	106.522	229
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj	7.064	6.380	111	44.842	40.205	112
Kampovi	6.643	3.228	206	36.887	20.638	179
Objekti na OPG-u	158	72	219	1.121	491	228
Ukupno:	150.655	87.489	172	899.601	558.300	161

izvor:e-visitor

Promatrajući statistiku prema vrsti objekata, objekti u domaćinstvu u 2020.g. ostvarili su 49% dolazaka više i 47% noćenja više u odnosu na 2020.g. I ove godine obiteljski smještaj je ostvario dobre rezultate.

Hoteli su ostvarili 132% više dolazaka u odnosu na 2020.g. i 129% više noćenja u odnosu na 2020.g. Hotelski smještaj ostvario je najveći pomak u odnosu na 2020.g., a posebno se to osjetilo u srpnju i kolovozu kada je dostignut promet iz 2019. Isto tako i u posezoni je zabilježen dobar promet, za razliku od 2020. kada je taj promet bio izostao.

Hotelijeri su sukladno donesenim mjerama i preporukama prilagodili svoje poslovanje, međutim i dalje nedostaje organizirani turistički promet u pred i posezoni, te možemo reći da je i ova godina u znaku individualnog turističkog prometa.

Tablica 4. Statistika po naseljima - komerijalni smještaj 2021/2020

Naselje	Dolasci 2021	Dolasci 2020	Indeks dolazaka	Noćenja 2021	Noćenja 2020	Indeks noćenja
Vodice	125.792	69.815	180	705.506	417.848	169
Srima	21.441	15.372	139	166.848	121.930	137
Prvić Luka	1.736	1.088	160	12.281	8.152	151
Prvić Šepurine	1.128	848	133	10.204	7.644	133
Čista Velika	300	203	148	2.294	1.298	177
Gaćezezi	134	94	143	1.320	790	167
Čista Mala	68	44	155	602	323	186
Grabovci	56	25	224	546	315	173
Ukupno	150.655	87.489	172	899.601	558.300	161

Statistika prema naseljima pokazuje također da je 2021.g. bila godina oporavka. U odnosu na 2020.g sva naselja bilježe poraste i u dolascima i u noćenjima.

U svakom slučaju, s obzirom na okolnosti, predviđanja s početka godine, razvoja situacije tijekom godine, može se utvrditi da je 2021. g pokazala da je turizam kao gospodarska grana prilagodljiv i u određenom vremenskom razdoblju smanjenja ili prestanka sigurnosnih i zdravstvenih opasnosti brzo oporavlјiv. U kratkom periodu realizacije turističkog prometa, postignuti rezultati bili su iznad očekivanja s obzirom na predviđanja u godini pandemije.

Tablica 5. Statistika - 2021-2019

Vrsta objekta	Dolasci 2021	Dolasci 2019	Indeks dolasci	Noćenja 2021	Noćenja 2019	Indeks noćenja
Komerijalni objekti	150.655	246.240	61	899.601	1.273.132	71
Nautika	5.050	5.067	100	34.992	31.611	111
Nekomerijalni objekti	7.869	8.884	89	150.263	218.287	69
Ukupno:	163.574	260.191	63	1.084.856	1.523.030	71

Uspoređujući realizirani turistički promet 2021/2019 možemo biti zadovoljni ostvarenim. 2021. godina je na razini 61% u dolascima 2019., te na razini 71% u noćenjima 2019. S obzirom na planiranih 60% prometa, te unatoč nezvjesnog prvog dijela godine, ostvareni promet je iznad očekivanja.

Tablicva 6. Statistika po državama - komerijalni objekti - 2021-2019

Država	Dolasci 2021	Dolasci 2019	Indeks dolasci	Noćenja 2021	Noćenja 2019	Indeks noćenja	Udio noćenja 2021	Udio noćenja 2019
Hrvatska	44.949	50.307	89	204.798	216.010	95	22,8%	17,0%
Njemačka	19.095	21.527	89	147.883	160.446	92	16,4%	12,6%
Poljska	15.343	20.390	75	117.205	137.137	85	13,0%	10,8%
Češka	10.831	15.930	68	75.990	111.348	68	8,4%	8,7%
Slovačka	9.934	17.265	58	70.242	119.837	59	7,8%	9,4%
Slovenija	10.606	19.316	55	65.775	111.012	59	7,3%	8,7%
Austrija	9.353	12.446	75	51.863	66.150	78	5,8%	5,2%
Mađarska	7.565	11.316	67	44.381	66.964	66	4,9%	5,3%
Bosna i Hercegovina	6.190	13.072	47	30.516	58.929	52	3,4%	4,6%

Nizozemska	2.258	3.229	70	12.227	17.108	71	1,4%	1,3%
Švicarska	1.778	3.652	49	8.143	14.872	55	0,9%	1,2%
Francuska	1.788	5.634	32	7.925	17.220	46	0,9%	1,4%
Švedska	1.166	3.252	36	7.645	21.072	36	0,8%	1,7%
Italija	1.324	3.922	34	7.595	20.271	37	0,8%	1,6%
Srbija	1.049	1.481	71	7.175	8.845	81	0,8%	0,7%
Ukrajina	968	1.049	92	6.714	7.691	87	0,7%	0,6%
Ujedinjena Kraljevina	1.017	3.549	29	5.624	18.383	31	0,6%	1,4%
Belgija	808	1.584	51	4.680	8.765	53	0,5%	0,7%
Rumunjska	606	755	80	2.995	3.729	80	0,3%	0,3%
SAD	952	2.782	34	2.906	5.070	57	0,3%	0,4%
Rusija	475	673	71	2.728	4.740	58	0,3%	0,4%
Danska	323	563	57	2.290	3.435	67	0,3%	0,3%
Norveška	270	1.598	17	2.053	12.042	17	0,2%	0,9%
Makedonija	153	239	64	1.249	1.577	79	0,1%	0,1%
Litva	228	458	50	1.071	2.556	42	0,1%	0,2%
Letonija	106	213	50	689	1.047	66	0,1%	0,1%
Španjolska	167	1.664	10	653	4.920	13	0,1%	0,4%
Australija	115	690	17	633	2.925	22	0,1%	0,2%
Ostale afričke zemlje	104	222	47	605	1.205	50	0,1%	0,1%
Estonija	119	117	102	585	314	186	0,1%	0,0%
Ostale azijske zemlje	93	3.111	3	560	3.496	16	0,1%	0,3%
Kosovo	57	89	64	468	741	63	0,1%	0,1%
Kanada	96	585	16	379	2.446	15	0,0%	0,2%
Irska	77	317	24	347	1.779	20	0,0%	0,1%
Luksemburg	51	48	106	290	274	106	0,0%	0,0%
Ostale zemlje Južne i Srednje Amerike	57	121	47	288	500	58	0,0%	0,0%
Turska	51	62	82	270	330	82	0,0%	0,0%
Bjelorusija	38	151	25	246	998	25	0,0%	0,1%
Bugarska	42	338	12	196	710	28	0,0%	0,1%
Izrael	60	120	50	175	393	45	0,0%	0,0%
Portugal	42	110	38	149	358	42	0,0%	0,0%
Crna Gora	46	189	24	148	409	36	0,0%	0,0%
Brazil	24	63	38	133	311	43	0,0%	0,0%
Finska	36	1.680	2	128	10.898	1	0,0%	0,9%
Ostale zemlje Oceanije	15	30	50	116	114	102	0,0%	0,0%
Tajland	16	922	2	108	964	11	0,0%	0,1%
Kazahstan	13	25	52	99	174	57	0,0%	0,0%
Ostale europske zemlje	15	60	25	76	295	26	0,0%	0,0%
Ostale zemlje Sjeverne Amerike	19	12	158	76	45	169	0,0%	0,0%
Albanija	32	459	7	52	1.872	3	0,0%	0,1%
Tunis	11	6	183	52	30	173	0,0%	0,0%
Japan	11	175	6	50	222	23	0,0%	0,0%
Grčka	18	388	5	46	734	6	0,0%	0,1%
Čile	6	10	60	39	93	42	0,0%	0,0%

Kina	16	2.841	1	34	2.990	1	0,0%	0,2%
Indija	8	270	3	33	333	10	0,0%	0,0%
Meksiko	10	6	167	23	14	164	0,0%	0,0%
Argentina	8	46	17	22	137	16	0,0%	0,0%
Novi Zeland	6	30	20	22	82	27	0,0%	0,0%
Maroko	5	9	56	21	51	41	0,0%	0,0%
Cipar	4	1	400	16	2	800	0,0%	0,0%
Južnoafrička Republika	5	44	11	14	106	13	0,0%	0,0%
Indonezija	4	35	11	13	44	30	0,0%	0,0%
Island	2	72	3	13	359	4	0,0%	0,0%
Lihtenštajn	4	10	40	13	34	38	0,0%	0,0%
Jordan	2	3	67	12	13	92	0,0%	0,0%
Koreja, Republika	6	8.003	0	10	8.113	0	0,0%	0,6%
Hong Kong, Kina	1	150	1	9	265	3	0,0%	0,0%
Kuvajt	6	10	60	9	18	50	0,0%	0,0%
Tajvan, Kina	1	6.740	0	7	6.751	0	0,0%	0,5%
Ujedinjeni Arapski Emirati	1	1	100	1	1	100	0,0%	0,0%
Katar	0	2	0	0	12	0	0,0%	0,0%
Malta	0	1	0	0	1	0	0,0%	0,0%
Strani turisti:	105.706	195.933	54	694.803	1.057.122	66	77,2%	83,0%
Domaći turisti:	44.949	50.307	89	204.798	216.010	95	22,8%	17,0%
UKUPNO:	150.655	246.240	61	899.601	1.273.132	71	100,0%	100,0%

izvor: e-visitor

Podaci zorno prikazuju koja tržišta se brže oporavljuju, što je usko povezano s načinom dolaska, epidemiološkom situacijom i mjerama na emitivnim tržištima. Isto tako potvrđuju da je i prošla 2021. godina bila u znaku individualnih gostiju, dok se organizirani način dolaska turista još uvijek nije oporavio (donja tablica). I prošlu je godinu organizirani vid turizma zastupljen u manjem obimu, što se najviše odražava na udaljenim tržištima (npr. azijsko), ali i tržišta poput Češke, Slovačke, Slovenije.

Tablica 7. Statistika po vrsti objekta - komercijalni objekti - 2021-2019

Vrsta objekta	Dolasci 2021	Dolasci 2019	Indeks dolazaka	Noćenja 2021	Noćenja 2019	Indeks noćenja
Objekti u domaćinstvu	78.742	106.491	74	572.840	742.577	77
Hoteli	58.048	112.386	52	243.911	383.930	64
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj	7.064	19.375	36	44.842	102.206	44
Kampovi	6.643	7.933	84	36.887	44.050	84
Objekti na OPG-u	158	55	287	1.121	369	304
Ukupno:	150.655	246.240	61	899.601	1.273.132	71

izvor: e-visitor

Objekti u domaćinstvu su na razini 74 odnosno 77% prometa iz 2019. (ovaj vid smještaja je u 2020.g. imao manji pad prometa od hotela). Hoteli su napravili veliki pomak u 2021., te su ukupno na 52%, odnosno na 64% prometa iz 2019.g. Kampovi također bilježe izvrsne rezultate - 84% od 2019.g. OPG-i u u 2021.g. zabilježili porast od 187% u dolascima, odnosno 204% više u noćenjima, što jako veseli, iako se radi o malim kapacitetima i malim apsolutnim brojkama.

Tablica 8. Statistika po naseljima - komercijalni objekti - 2021-2019

Naselje	Dolasci 2021	Dolasci 2019	Indeks dolazaka	Noćenja 2021	Noćenja 2019	Indeks noćenja
Vodice	125.792	212.779	59	705.506	1.028.628	69
Srima	21.441	29.513	73	166.848	214.578	78
Prvić Luka	1.736	2.185	79	12.281	15.494	79
Prvić Šepurine	1.128	1.219	93	10.204	10.635	96
Čista Velika	300	384	78	2.294	2.374	97
Gaćezezi	134	82	163	1.320	750	176
Čista Mala	68	35	194	602	325	185
Grabovci	56	43	130	546	348	157
Ukupno	150.655	246.240	61	899.601	1.273.132	71

Na razini naselja, pomaci u odnosu na 2019. vidljivi su u svim naseljima. Naselja u zaleđu bilježe veći promet nego 2019.g., i predstavljaju potencijal za razvoj turizma u posebnim vidovima kapaciteta (OPG-i, vile). Otok Prvić je gotovo na razini 2019.godine (turistički promet se ostvaruje u ljetnim mjesecima), dok je u Vodicama i Srimi vidljiv oporavak (posebno u segmentu hotela), uz napomenu da je u predsezoni bio bitno manji promet, te da se posezona oporavlja.

Tablica 9. Statistika nekomercijalni 2021/2020

Država	Dolasci 2021	Dolasci 2020	Indeks dolasci	Noćenja 2021	Noćenja 2020	Indeks noćenja
Hrvatska	2.382	2.209	108	76.705	97.846	78
Slovenija	1.202	1.125	107	19.148	22.348	86
Njemačka	868	716	121	12.734	11.445	111
Bosna i Hercegovina	1.282	454	282	10.827	4.895	221
Mađarska	368	213	173	4.969	3.499	142
Srbija	304	145	210	4.734	2.707	175
Poljska	217	187	116	3.190	2.559	125
Švedska	147	65	226	2.886	1.066	271
Austrija	299	202	148	2.793	2.600	107
Češka	205	157	131	2.657	2.108	126
Slovačka	147	69	213	2.264	835	271
Švicarska	55	100	55	1.071	1.568	68
Norveška	41	19	216	893	283	316
Italija	39	48	81	772	754	102
Danska	68	37	184	708	322	220
Belgija	23	14	164	691	618	112
SAD	36	5	720	586	302	194
Rusija	13	10	130	505	389	130
Nizozemska	48	39	123	471	421	112
Francuska	41	15	273	429	160	268
Ujedinjena Kraljevina	27	16	169	356	195	183
Ukrajina	14	6	233	290	151	192
Makedonija	4	0	0	111	0	0
Rumunjska	5	0	0	101	0	0
Ostale europske zemlje	1	0	0	80	0	0
Albanija	1	2	50	61	41	149

Španjolska	5	1	500	43	14	307
Luksemburg	3	0	0	36	0	0
UAE	4	1	400	34	12	283
Crna Gora	6	3	200	29	42	69
Litva	3	0	0	21	0	0
Kosovo	2	0	0	16	0	0
Kanada	2	4	50	12	29	41
Turska	1	2	50	11	17	65
Australija	2	0	0	8	0	0
Bugarska	1	0	0	8	0	0
Island	1	0	0	6	0	0
Ostale azijske zemlje	1	1	100	5	14	36
Irska	1	0	0	4	0	0
Indija	1	0	0	2	0	0
Izrael	1	0	0	2	0	0
Argentina	0	1	0	0	4	0
Bjelorusija	0	0	0	0	0	0
Brazil	0	0	0	0	0	0
Cipar	0	0	0	0	0	0
Čile	0	0	0	0	0	0
Estonija	0	0	0	0	0	0
Finska	0	0	0	0	0	0
Grčka	0	0	0	0	0	0
Hong Kong, Kina	0	0	0	0	0	0
Indonezija	0	0	0	0	0	0
Japan	0	0	0	0	0	0
Jordan	0	0	0	0	0	0
JAR	0	0	0	0	0	0
Katar	0	0	0	0	0	0
Kazahstan	0	0	0	0	0	0
Kina	0	1	0	0	14	0
Koreja, Republika	0	0	0	0	0	0
Kuvajt	0	0	0	0	0	0
Letonija	0	0	0	0	0	0
Lihtenštajn	0	0	0	0	0	0
Makao, Kina	0	0	0	0	0	0
Malta	0	0	0	0	0	0
Maroko	0	0	0	0	0	0
Meksiko	0	0	0	0	0	0
Novi Zeland	0	0	0	0	0	0
Oman	0	0	0	0	0	0
Ostale afričke zemlje	0	1	0	0	16	0
Ostale zemlje Južne i Srednje Amerike	0	0	0	0	0	0
Ostale zemlje Oceanije	0	0	0	0	0	0
Ostale zemlje Sjeverne Amerike	0	0	0	0	0	0
Portugal	0	0	0	0	0	0
Tajland	0	0	0	0	0	0
Tajvan, Kina	0	0	0	0	0	0
Tunis	0	0	0	0	0	0
Strani turisti:	5.489	3.659	150	73.564	59.428	124
Domaći turisti:	2.382	2.209	108	76.705	97.846	78
UKUPNO:	7.871	5.868	134	150.269	157.274	96

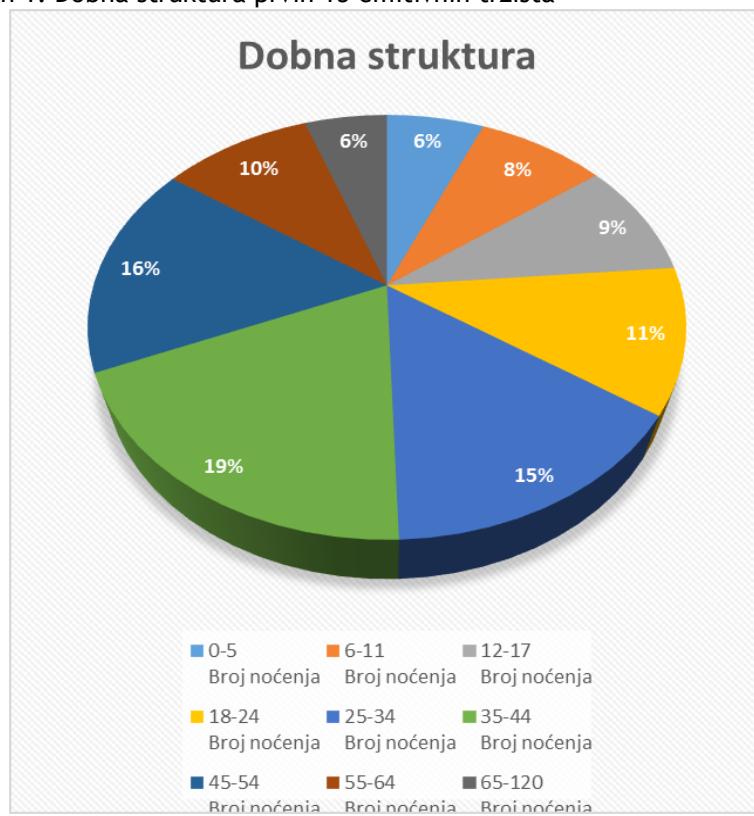
Izvor: e-visitor

Nekomercijalni dio turističkog prometa u 2021.g. bilježi porast dolazaka, te manji pad u noćenjima, a zbog promjene prilikom prijava.

Tablica 10. Statistika -dobna struktura prvih 15 emitivnih tržišta

Turist država prebivališta DZS naziv	0-5 Broj noćenja	6-11 Broj noćenja	12-17 Broj noćenja	18-24 Broj noćenja	25-34 Broj noćenja	35-44 Broj noćenja	45-54 Broj noćenja	55-64 Broj noćenja	65-120 Broj noćenja	UKUPNO
Hrvatska	12.075	14.145	16.738	32.444	33.784	40.127	29.993	16.544	8.948	204.798
Njemačka	8.605	12.160	15.646	16.142	18.352	24.470	25.511	17.506	9.491	147.883
Poljska	8.276	14.420	13.001	6.457	15.086	31.528	18.496	6.952	2.989	117.205
Češka	6.969	8.189	7.149	4.842	9.554	15.501	12.727	7.050	4.009	75.990
Slovačka	5.930	6.934	5.341	5.435	11.216	14.530	11.253	6.719	2.884	70.242
Slovenija	4.950	5.921	5.171	8.427	10.812	11.774	10.278	5.744	2.698	65.775
Austrija	2.633	3.173	4.154	7.858	7.227	6.893	8.589	7.041	4.295	51.863
Mađarska	2.402	3.392	4.499	3.858	6.479	8.937	8.985	3.790	2.039	44.381
BiH	2.420	2.531	1.904	2.613	5.554	6.965	4.239	2.892	1.398	30.516
Nizozemska	359	573	958	2.110	2.574	1.377	1.799	1.592	885	12.227
Švicarska	315	676	579	1.144	1.436	1.115	1.210	873	795	8.143
Francuska	281	544	796	811	1.202	1.044	1.369	931	947	7.925
Švedska	454	694	841	494	895	1.113	1.496	1.094	564	7.645
Italija	209	236	567	678	747	1.004	1.678	1.472	1.004	7.595
Srbija	475	521	361	629	1.536	1.370	1.242	568	473	7.175
Ukupno	56.353	74.109	77.705	93.942	126.454	167.748	138.865	80.768	43.419	859.363

Grafikon 1. Dobna struktura prvih 15 emitivnih tržišta



Izvor: evisitor

Dobna struktura djelomično odstupa od 2020.g. iz razloga posebnih okolnosti uslijed pandemije, posebno 2020.g. nije bila ni po čemu uobičajena i stoga teško usporediva.

Ovogodišnja struktura pokazuje da se u dvije pandemijske godine smanjio udio populacije 55+ i 65+, što je logično s obzirom da ove skupine ulaze u rizične skupine. 50% udjela čini populacija od 25-54 g, a najviše je zastupljena populacija od 35-44 g., što je konstanta i nema promjena u odnosu na prijašnja razdoblja.

Tablica 11. Prosječna popunjenošć prema vrsti smještaja 2021/2020

Prosječna popunjenošć	Hoteli 2021	Hoteli 2020	Kampovi 2021	Kampovi 2020	Objekti na OPG-u 2021	Objekti na OPG-u 2020	Objekti u domaćinstvu 2021	Objekti u domaćinstvu 2020	Ostali 2021	Ostali 2020
Vodice	29,33%	13,27%	14,52%	8,00%	10,81%	5,14%	13,50%	8,88%	2,90%	3,33%
Srima	14,64%	5,17%	12,40%	7,28%	0,00%	0,00%	15,26%	11,30%	11,34%	8,85%
Prvić Šepurine	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	11,58%	9,49%	4,42%	2,75%
Prvić Luka	15,09%	4,18%	2,19%	0,00%	0,00%	0,00%	9,80%	7,72%	5,02%	3,89%
Čista Velika	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	11,74%	9,85%	0,00%	0,00%
Gaćezezi	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	15,79%	10,93%	13,63%	5,12%
Grabovci	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	9,35%	5,38%	0,00%	0,00%
Čista Mala	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	18,90%	15,71%	12,71%	5,68%	0,00%	0,00%
Ukupno	28,72%	12,91%	13,92%	7,83%	13,96%	6,10%	13,76%	9,38%	5,11%	4,67%

izvor: e-visitor

Prosječna popunjenošć prema vrsti smještaja u 2021.g. vidljivo je povećana u svim vidovima smještaja, što je očekivano s obzirom na oporavak turističkog prometa.

Prosječna ukupna popunjenošć prema vrsti smještaja:

Hoteli:	105 dana	(2020.g. 47 dana)
Kampovi:	51 dan	(2020.g. 28 dana)
OPG-i:	51 dan	(2020.g. 22 dana)
Smještaj u domaćinstvu:	50 dana	(2020.g. 34 dana)
Ostali smještaj:	19 dana	(2020.g. 17 dana)

Tablica 12. Komercijalni kapaciteti na dan 31.12.2021.

Naselje	Ležajevi	Hoteli 2021	Hoteli 2020	Kampovi 2021	Kampovi 2020	Objekti na OPG-u 2021	Objekti na OPG-u 2020	Objekti u domaćinstvu 2021	Objekti u domaćinstvu 2020	Ostali ug. objekti za smještaj 2021	Ostali ug. objekti za smještaj 2020	UKUPNO 2021	UKUPNO 2020
Vodice	osnovni	2.229	2.157	549	549	20	20	8.540	8.570	1.543	1.491	12.881	12.787
	pomoćni	17	17	0	0	4	4	1.304	1.148	202	194	1.527	1.363
Srima	osnovni	71	71	171	171	0	0	2.383	2.378	546	546	3.171	3.166
	pomoćni	12	12	0	0	0	0	457	427	272	272	741	711
Prvić Šepurine	osnovni	0	0	0	0	0	0	228	210	35	35	263	245
	pomoćni	0	0	0	0	0	0	33	14	8	8	41	22
Prvić Luka	osnovni	27	27	6	0	0	0	162	138	270	270	465	435
	pomoćni	0	0	0	0	0	0	28	24	6	6	34	30
Čista Velika	osnovni	0	0	0	0	0	0	49	36	0	0	49	36
	pomoćni	0	0	0	0	0	0	5	0	0	0	5	0
Gaćezezi	osnovni	0	0	0	0	0	0	16	16	8	8	24	24
	pomoćni	0	0	0	0	0	0	0	0	2	2	2	2
Grabovci	osnovni	0	0	0	0	0	0	16	16	0	0	16	16
	pomoćni	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Čista Mala	osnovni	0	0	0	0	2	2	10	10	0	0	12	12
	pomoćni	0	0	0	0	0	0	4	4	0	0	4	4
	osnovni	2.327	2.255	726	720	22	22	11.404	11.374	2.402	2.350	16.881	16.721
	pomoćni	29	29	0	0	4	4	1.831	1.617	490	482	2.354	2.132
	Ukupno	2.356	2.284	726	720	26	26	13.235	12.991	2.892	2.832	19.235	18.853

Izvor: e-visitor

Tijekom godine mijenjaju se kapaciteti ovisno o odjavama i prijavama rješenja, posebno kod objekata u domaćinstvu - ove godine bilježimo 244 keveta više - osim nekoliko novih objektata, dio iznajmljivača je u 2021. odlučio reaktivirati svoja rješenja (koja su u 2020. deaktivirali). Hotelski kapaciteti povećani su za 72 ležaja -novi hotel Arancini . Zatim, nekoliko manjih objekata je kategorizirano u ostale ugostiteljske objekte (pretežno u vlasništvu firmi), te je broj kreveta u toj vrsti smještaja povećan za 60. Kampovi su narasli za 6 jedinica,dok OPG-l nisu imali promjena u odnosu na prethodnu godinu.

IZVRŠENJE PROGRAMA RADA

Ostvareni primici

1.Izvorni prihodi

TZ je za 2021.g. izvorne prihode planirala u visini od 2.800.000 kn, od čega je 2.300.000 kn od turističke pristojbe, te 500.000 kn od turističke članarine. S obzirom da je u glavnoj sezoni ostvaren pojačan turistički promet, to je donesen rebalans kojim se za 200.000 kn podiže iznos turističke pristojbe. Izvorni prihodi nakon ove promjene iznose 3.000.000 kn.

Ostvareno je ukupno 2.778.834 kn, od čega je 2.318.804 kn turistička pristojba, te 460.030 kn turistička članarina. Od naplaćene turističke pristojbe 267.943 kn odnosi se na prihode od raspodjele turističke pristojbe prikupljene u nautičkom prometu.

Odstupanja u realizaciji boravišne pristojbe je 7%, a razlog tome je nenaplaćena očekivana turistička pristojba od strane hotelijera - veće dugovanje prethodnog razdoblja.

Također su odstupanja kod članarine u odnosu na planirano iz razloga nemogućnosti praćenja stvarnog zaduženja, kojeg provodi Porezna uprava. Porezna uprava dostavlja podatke samo o uplaćenoj članarini, dok zaduženja za tekuću godinu ne dostavlja.

Realizacija izvornih prihoda: Turistička pristojba - 2.318.804 kn
Turistička članarina - 460.030 kn

2. Prihodi iz sustava turističkih zajednica

Prihodi iz sustava turističkih zajednica planirani su u visini od 50.000 kn, a nakon rebalansa umanjeni za 17.000 kn. Umanjenje prihoda po ovoj stavci učinjeno je iz razloga ukidanja poziva i natjećaja za sufinanciranje programa, odnosno realizacije u bitno manjem obimu. Nakon rebalansa prihodi od sustava TZ-a iznose 22.000 kn.

Realizacija prihoda iz sustava iznosi 21.100 kn, a odnosi se na sufinanciranje TZ županije Šibensko -kninske za programe:

Vodice Street festival i Jazz& Blues festival (ukupno 20.000 kn), te 1.100 kn refundacija za troškove studijskog putovanja čeških novinara.

3. Prijenos prihoda prethodne godine

Planirani prijenos prihoda prethodne godine je iznosio 1.000.000 kn, rebalansom je planirani iznos podignut na 1.450.000 kn, iz razloga veće uplate na ime turističke pristojbe na kraju 2020.g., koja se odnosila na višegodišnje dugovanje, te pojačane naplate od strane iznajmljivača, krajem 2020.g., a nakon odaslanih opomena i obavijesti o dugovanju.

Realizirani prijenos prihoda iz prethodne godine je 1.450.284 kn.

4. Ostali nespomenuti prihodi

Ostali nespomenuti prihodi su planirani u visini od 10.000 kn. Shodno nastaloj situaciji vezanoj za pandemiju, rebalansom je smanjena na 1.000 kn.

Realizirano je 38 kn, a odnose se na kamate.

OSTVARENE AKTIVNOSTI PROGRAMA RADA

1.Istraživanje I strateško planiranje

Planirano je 20.000 kn, a nakon rebalansa su predviđena sredstva brisana. Naime, u dijelu istraživanje I analiza tržišta TZ je konstantno radila tijekom godine u sklopu projekta IQM, upravljanje I mjerjenje kvalitetom, mjerjenje reputacije, za što nije bilo dodatnih troškova, jer su stavke uključene u stavku destinacijski menadžment.

2. Razvoj turističkog proizvoda

Razvoj turističkog proizvoda planiran je u visini 1.660.000 kn, rebalansom je iznos umanjen za 620.000 kn, te nakon promjene plan za 2021. iznosi 1.040.000 kn. Umanjenje sredstava najviše se odnosi na stavku Podrška turističkih događanja, iz razloga nemogućnosti realizacije cjelokupnog programa; zatim Stavka Podrška turističkoj industriji, radi manjeg interesa dionika; Stavka komunikacije I oglašavanje u kojoj se umanjenje pretežno odnosi na smanjenje tiskanog materijala; također smanjeni su i troškova TIC-a.

Utrošeno je 1.119.894 kn.

Pojedinačni proizvodi:

2.1. Identifikacija i vrednovanje resursa i strukture turističkih proizvoda planirano je 70.000 kn, nakon umanjenja rebalansom za 30.000 kn, plan za 2021. iznosi 40.000. Utrošeno je 41.874 kn. Realizacija se odnosi na Cikloturizam i Nove turističke proizvode:

Cikloturizam - 12.618. kn

Odnosi se na amortizaciju imovine (znakovi, table, stupovi)

Ostvareni cilj aktivnosti:

Razvoj cikloturizma jedan je od komparativnih prednosti destinacije. Ulaganjem u projekt cikloturizam, održavanjem, označavanjem i opremanjem biciklističkih staza kao i suportiranje biciklističkih programa agencija. Organizacija i potpora aktivnosti bic. klubova na realizaciji projekata bic. utrka, maratona i sl. u skladu je s marketinškim dokumentima, te uvrštavanje u biciklističke itinerare, provođenje promo aktivnosti u smislu privlačenja interesa i porasta dolazaka cikloturista u destinaciju.

Nositelj aktivnosti: TZ i partneri (Karika, hoteli, grad)

Novi turistički proizvodi - 29.256 kn

Promocija u elektronskim medijima	3.800
Usluge prijevoda, prijepisa i sl.	1.561
Usluge tur. vodiča	11.100
Ostale intelektualne usluge	3.000
Usluge tiska	7.688
Usluge smještaja	2.107



TURISTIČKA ZAJEDNICA
GRADA VODICE



Upiši pojam...

O VODICAMA

DOGAĐANJA

DOŽIVJETI VODICE

SMJEŠTAJ

IQM TOP QUALITY

MULTIMEDIJA

Početna » Doživjeti Vodice » Inspirirano Faustom

INSPIRIRANO FAUSTOM

Faust Vrančić, rođen 1551. g. bio je veliki filozof, povjesničar, leksikograf, a najviše od svega izumitelj i veliki vizionar. Boravak na otoku Prviću oblikovao je njegovo djetinjstvo i nadahnuo ga radoznašću i inventivnošću. Svoje izume nadahnute načinom života na otoku, kasnije je opisao u knjizi *Machinae novae*.

Mlinovi za masline, preše za grožđe i sunčani sat tek su dio strojeva koji su označavala Faustova promišljanja na koji način dobiti ono najbolje od prirode: maslinovo ulje, vino, vrijeme... Najpoznatiji izumi poput mostova, mlinova, preša, satova, padobrana i danas svojom funkcionalnošću plijene pozornost i preteča su modernim strojevima. Inspirirani njegovim izumima, načinom života i vremenom u kojem je živio, pozivamo vas da izadete iz svakodnevice, doživite nešto novo i drukčije.

Podstranica Inspirirano Faustom (www.vodice.hr)

Ostvareni cilj aktivnosti:

Osmišljena su dva nova proizvoda: Inspirirano Faustom i U Vodice po zdravlje. Proizvodi su pripremljeni i realizirani u pred i posezoni s ciljem privlačenja gostiju i posjetitelja posebnim programima i uslugama: valorizaciji F. Vrančića kao posebne turističke priče koja povezuje turističku ponudu: od smještaja, lokalnih proizvoda, ugostitelja, kušaonica vina i ulja, wellnessa, suvenira, MC F. Vrančić, posebnih turističkih tura, složenih proizvoda i paket aranžmana. Isto tako i novi proizvod U Vodice po zdravlje osmišljen i realiziran u posezoni s ciljem privlačenja gostiju posebnom ponudom i uslugama u složenim paket aranžmanima - trip planerima. Novi proizvodi nadograđuju se novim sadržajima, ovisno o dijelu godine i dio su stalne ponude destinacije.

Nositelji aktivnosti: TZ i partneri (hoteljeri, iznajmljivači, agencije, ugostitelji, OPG-i, usluge u turizmu, suvenirnice, lokalni umjetnici i kreativci)

2.2. Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda planirani su u visini od 30.000 kn, a utrošeno je 32.144 kn. Razlika se odnosi na dodatne grafičke usluge izrade certifikata i rollup-a projekta.

Ostale intelektualne usluge	30.000
Grafičke usluge	2.144

0.2021. održan je 3. IQM Destination Vodice Day na kojem su nerim u projektu svečano uručeni certifikati integralnog ravljanja kvalitetom. I certifikat potvrđuje poštovanje i implementaciju visokih standarda itete te neprestano ulaganje u znanje i poticanje na izvrsnost. Stamo svima! 🎉

October 21, the 3rd IQM Destination Vodice Day was held, at which project partners were solemnly awarded certificates of integrated L. Prikazi više



Ostvareni cilj aktivnosti:

Izrađeni posebni operativni standardni procesi (SOP) za sve grupe dionika u turizmu i projektu IQM. Prije implementacije SOP-ova izrađene su online početne reputacije za sve dionike, što je temelj u postupanju i pripreme za označavanje kvalitete proizvoda. Pripremljeni su, izrađeni i dodjeljeni certifikati IQM-a za sve dionike uključene u projekt. 118 dionika je udovoljilo kriterijima za dodjelu certifikata na području grada Vodica. Ovime se utječe na podizanje kvalitete proizvoda i usluga svakog pojedinačnog dionika i destinacije u cjelini.

Nositelj aktivnosti: TZ, IQM, partneri

2.3. Podrška razvoju turističkih događanja

za 2021.g za manifestacije je planirano 1.520.000 kn. Shodno nastaloj situaciji vezanoj za pandemiju, dio programa nije bilo moguće realizirati, te je rebalansom smanjen plan na 955.000 kn.

Na realizaciju manifestacija utrošeno je 1.030.554 kn, što je više od predviđenog.. Razlog odstupanja je realizacija novog (dodatnog) programa Božić na poljani, koji je trajao ukupno devet dana. S obzirom na potrebu realizacije posebnog eventa, uloženo je u dodatnu izradu i nabavu materijala i usluga (ukrase, produkcija, program, izrada i postavljanje kućice za radionice, dodatnih obilježja i uređenja prostora i sl.). Dio izrade i nabave materijala koristiti će se dugoročno.

Primjeri događanja:



Quartet [20.08.]



Klana Buzari [03.09.]



co Šaba [21.08.] A. Čulinia





Uskrsni doručak 1.941 kn

Namirnice	394
Roba	1.547

Uskrsni doručak nije održan u standarnom obliku, već je pripremljena prezentacija za potrebe TV emisije o običajima u Vodicama za vrijeme Uskrsa.

Ostvareni cilj aktivnosti: promotivne aktivnosti

Piknik u Rakitnici 700 kn

Trošak se odnosi na amortizaciju imovine.

Đardin je IN - 98.815 kn

Zakupnine i najamnine za opremu	11.250
Glazbene i dr. umjetničke izvedbe i usluge	48.853
Grafičke usluge	2.200
Usluge razglosa, rasvjete i dr. usluge produkcije	33.525
Ugostiteljske usluge i usluge cateringa	1.575
Namirnice	55
ZAMP - naknada za javno izvođenje glazbe	1.357

Ostvareni cilj aktivnosti:

Program osmišljen radi disperzije programa u manje posjećene djelove grada i radi revitalizacije starog dijela grada i parka pokrenut je 2017.g. Program se odvijao u razdoblju srpanj - kolovoz, a sastojao se od: kantautorskih , glazbenih, kazališnih večeri , izložbe(prilagođenih prostoru).i sl. Privlači veliki broj posjetitelja. Nositelj aktivnosti: TZ

Vodice Street festival	120.915 kn
Usluge prijevoza (oprema, materijal i sl.)	7.375
Ostale usluge promidžbe i informiranja	3.875
Glazbene i dr. umjetničke izvedbe i usluge	50.315
Glazbene izvedbe i usluge	18.750
Ostale intelektualne usluge	3.600
Usluge tiska	1.719
Usluge razglosa, rasvjete i dr. usluge produkcije	25.281
Ugostiteljske usluge i usluge cateringa	2.375
Usluge smještaja	3.021
Roba	2.948
ZAMP - naknada za javno izvođenje glazbe	1.656

Ostvareni cilj aktivnosti:

Projekt započet 2016., ove je godine trajao sedam dana, iako održan u posebnim uvjetima, privukao veliki broj posjetitelja. U projektu su sudjelovali umjetnici i umjetničke udruge koje su vodile radionice, umjetničke izložbe, zatim gostovanje glazbenih skupina, uličnih performera i svirača, predstava za djecu. Festival se održava u starom dijelu grada - na tri pozicije, pridonosi revitalizaciji i disperziji programa van obalne crte čime oživljava uske kamene uličice i kulturne vrijednosti grada.

Nositelj aktivnosti: TZ

19. Vodice Jazz& Blues festival	- 71.687 kn
Glazbene i dr. umjetničke izvedbe i usluge	31.341
Ostale intelektualne usluge	1.347
Grafičke usluge	1.500
Usluge razglosa, rasvjete i dr. usluge produkcije	26.563
Ugostiteljske usluge i usluge cateringa	3.781
Usluge smještaja	5.598
Namirnice	75
ZAMP - naknada za javno izvođenje glazbe	1.482

Ostvareni cilj aktivnosti:

Vodice Jazz i blues festival - festival okuplja eminentne glazbenike koji njeguju poseban glazbeni stil, a ujedno doprinosi kulturnom životu grada. Festival se održava na otvorenom, besplatan je za posjetitelje i rado posjećen. Sama organizacija podrazumijeva je maksimalno pridržavanje preporučenih mjera vezanih za pandemiju.

Nositelj aktivnosti: TZ

Vodička fešta	90.040
Usluge razglosa, rasvjete i dr. usluge produkcije	4.000
Usluge smještaja	3.164
Ostale nespomenute usluge	82.876

Ostvareni cilj aktivnosti:

Unatoč otkazivanju programa Vodičke fešte radi okolnosti vezanih za pandemiju, organizacijom vatrometa s mora i posebne rasvjete na obali, veliki broj posjetitelja je uživalo u večeri, a ujedno je pružila dio atmosfere tradicionalne Vodičke fešte.

Nositelj aktivnosti: TZ

Klapske večeri srijedom	- 10.914 kn
Glazbene i dr. umjetničke izvedbe i usluge	10.914

Ostvareni cilj aktivnosti:

Klapske večeri srijedom podrazumijevaju nastupe lokalnih klapa - od kantuna do kantuna - na rivi, kod bunara, ul.Mirka Zore i sl. Klapske srijede predstavljaju dio tradicije i nematerijalne baštine, koja je posebno primljena kod turista i posjetitelja. Program je održan u manjem obimu sukladno situaciji i epidemiološkim mjerama.

Nositelj aktivnosti: TZ

Koncerti, predstave...	- 125.878 kn
Glazbene i dr. umjetničke izvedbe i usluge	62.349
Usluge razglosa, rasvjete i dr. usluge produkcije	54.625

Ugostiteljske usluge i usluge cateringa	4.051
Ostale nespomenute usluge	2.063
Namirnice	100
ZAMP - naknada za javno izvođenje glazbe	2.690

Ostvareni cilj aktivnosti:

realizacija programa koncerata, predstava i sl. događaji su koji pridonose atmosferi i šušuru, odvijaju se na rivi - Ob. V: Nazora, besplatni su za turiste i posjetitelje, te posebno rado posjećeni, jer pružaju poseban doživljaj. Kod realizacije programa posebno se vodilo računa o epidemiološkim mjerama.

Nositelj aktivnosti: TZ

Srima ostale manifestacije - 18.137 kn	
Glazbene i dr. umjetničke izvedbe i usluge	12.981
Usluge tiska	156
Usluge razglosa, rasvjete i dr. usluge produkcije	5.000

Ostvareni cilj aktivnosti:

Uz posebne mјere vezane za pandemiju, manji dio programa je realiziran (koncert i 3 dječje predstave). Programi doprinose sadržajima destinacije, namijenjeni su gostima i posjetiteljima koji borave u destinaciji i doprinose doživljaju boravka.

Nositelj aktivnosti: TZ

Prvić - ostale manifestacije - 34.481 kn	
Glazbene i dr. umjetničke izvedbe i usluge	3.500
Ugostiteljske usluge i usluge cateringa	981
Tekuće donacije drugim neprof. organizacijama	30.000

Ostvareni cilj aktivnosti:

Uz smanjen obim realizacije programa, na otoku Prviću posebnim programom privlaćimo veći broj posjetitelja. Realizacija se odnosi na predstavu, regatu Buriž, Kreativne dane Fausta Vrančića (suporti).

Ostale manifestacije - 27.293 kn	
Ostale usluge promidžbe i informiranja	15.000
Glazbene izvedbe i usluge	10.000
Usluge razglosa, rasvjete i dr. usluge produkcije	1.688
Ostale nespomenute usluge	0
Roba	606

Ostvareni cilj aktivnosti

Ova stavka podrazumijeva razne kulturne i zabavne programe koji se tijekom godine upriliče, a tiču se posebnih sportskih i kulturnih eventa. Jedna od ovakvih manifestacija je bila „Aktivna Hrvatska“ u lipnju - zajednička sufinanciranje projekata, te sufinanciranju posebnih eventa (jazz kamp - koncert mentora). Ovakvim programima dodatno se promiče destinacija posebno u pred i posezoni u cilju privlačenja gostiju i produženja sezone.

Nositelj aktivnosti: TZ, Grad, udruge

Božić na Poljani - 251.688 kn	
Prijevoz na službenom putu u zemlji	240
Usluge prijevoza (oprema, materijal i sl.)	7.875
Ostale usluge promidžbe i informiranja	7.600
Zakupnine i najamnine za opremu	1.875
Glazbene i dr. umjetničke izvedbe i usluge	78.914
Ostale intelektualne usluge	8.700
Usluge izrade, montaže i popravka opreme	16.949
Usluge razglosa, rasvjete i dr. usluge produkcije	68.050
Ugostiteljske usluge i usluge cateringa	2.629
Ostale nespomenute usluge	6.678
Materijal za higijenske potrebe i njegu	261
Namirnice	10.623
Roba	37.100
Ostali materijal i sirovine	1.500
ZAMP - naknada za javno izvođenje glazbe	2.695

Ostvareni cilj aktivnosti

Novi projekt Božić na poljani realiziran je za vrijeme Adventa, te je osim pred Božić program pripremljen u dane pred Novu godinu. Cilj programa je privlačenje posjetitelja i dodatno produženje sezone, a posebno pružanje doživljaja i atmosfere za goste koji u to vrijeme borave u Vodicama. Program se odvijao ukupno 9 dana, uz 4 glazbene večeri, gastro ponudu i gastro program, te poseban program za djecu. Projekt je podrazumijevao i dodatno uređenje, izradu kućice, obilježja blagdana Božića (jaslice, sanjke, sobove, orašare, lukove za klupe za foto pointe) kao i dodatno ukrašavanje cijelog prostora.

Nositelj aktivnosti: Grad, TZ

Sufinanciranje manifestacija u organizaciji drugih subjekata- 178.064 kn

Usluge razglosa, rasvjete i dr. usluge produkcije	14.063
Usluge smještaja	49.488
Roba	501
Tekuće donacije pravnim osobama -	
poduzetnicima	512
Tekuće donacije drugim neprof. organizacijama	113.500

Realizirani programi:CMC (50.000), Ljetna glazbena akademija (15.000 + produkcija 8.750); Jazz kamp (15.000 + produkcija 5.000); Mažoretkinje GV (3.000), Odbojkaški turnir (10.000), Regata Jabuka (15.000), Glazbarski trgovci (15.000), 60 godina rukometa (7.000), Mensa -sudoku (5.000), HFKA (5.000), Gabrin maraton (5.000), Vodičke mažoretkinje (4.500), ŠRK Mali porat(11.000 ribarske+501 eko akcija)

Ostvareni cilj aktivnosti

Turistička zajednica grada Vodica podržava brojne projekte i manifestacije koje organiziraju kulturne i sportske udruge, posebno suradnju s udrugama koje već nekoliko godina organiziraju tradicionalne programe i oni koji direktno utječu na turističke učinke. Podrazumijeva podršku projektima 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, a posebna prednost se daje programima u pred i posezoni. Cilj je produženje sezone i privlačenje većeg broja gostiju.

Nositelj aktivnosti: TZ , Grad, udruge

Planom predviđeni programi: Bakanalije, Prvić - fešte, Šaša i pulenta, 20. Večer dalmatinskih klapa, Srimarska fešta nisu realizirani zbog epidemiološke situacije, te su rebalansom brisane iz plana.

2.4. Podrška turističkoj industriji

Planirano je 40.000 kn, a nakon rebalansa je izmjenjen plan na 15.000 kn.

U neizvjesnim okolnostima pandemije, privatni sektor je u manjem obimu realizirao mogućnosti potpora (odgoda realizacije).

Ukupno utrošeno 15.322 kn

Potpore za podizanje kvalitete privatnog smještaja	4.998 kn
Ostale računalne usluge	98
Sufinanciranje zajedničkih projekata	4.900
Potpore za ostale dionike -	10.324 kn
Glazbene i dr. umjetničke izvedbe i usluge	8.324
Sufinanciranje zajedničkih projekata	1.000
Tekuće donacije građanima i kućanstvima	1.000

Ostvareni cilj aktivnosti:

Projekt se odnosi na sufinanciranje marketinških aktivnosti iznajmljivača (fotografije)- u cilju podizanja kvalitete smještajnih kapaciteta. Zatim, potpore suvenirnicama za marketinške aktivnosti, potpore hoteljerima prilikom realizacije kongresa (otvorenje kongresa I seminara). Cilj aktivnosti je podizanje kvalitete ponude i usluge.

Nositelj aktivnosti: TZ s partnerima (hoteljeri, ugostitelji, obrti, iznajmljivači)

3. Komunikacija i oglašavanje

Komunikacija i oglašavanje planirano je 962.500 kn, a nakon rebalansa ova stavka je umanjena na 829.000 kn. Ukupno je realizirano 774.403 kn.

3.2.Oglašavanje destinacijskog brenda, tur.ponude i proizvoda je planirano u visini od 260.000 kn, rebalansom je povećan na 330.000 kn. Ukupno je utrošeno 322.826 kn, prema stavkama kako slijedi:

Online oglašavanje i društvene mreže 289.040 kn

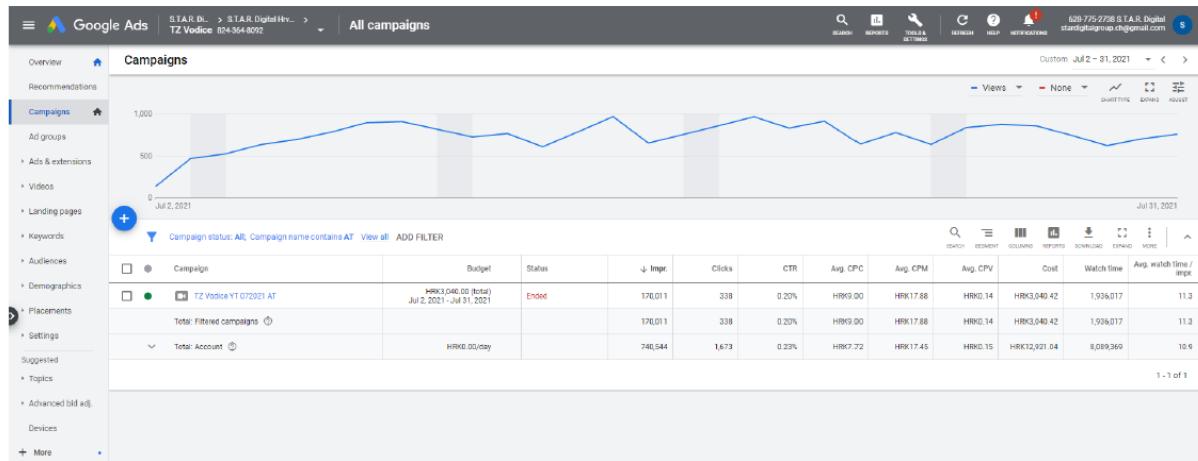
Promocija u elektronskim medijima	283.071
Ostale računalne usluge	775
Bankarske usluge i usluge platnog prometa	5
Negativne tečajne razlike	181
Rashodi za PDV	5.009

ADVERTISING / Facebook

Ad set name	Budget	Schedule	Results	Reach	Impressions	CPM (cost per 1,000 impressions)	Cost per result	Amount
SI	€200.00	9 Jul 2021 – 1 Aug 2021 Lifetime 23 days	33,641 ThruPlay	108,834	264,333	€0.76	€0.01	Cost per ThruPlay
CZ	€300.00	9 Jul 2021 – 1 Aug 2021 Lifetime 23 days	47,007 ThruPlay	150,368	273,193	€1.10	€0.01	Cost per ThruPlay
PL	€500.00	9 Jul 2021 – 1 Aug 2021 Lifetime 23 days	112,451 ThruPlay	378,820	739,381	€0.68	€0.04	Cost per ThruPlay
AT	€650.00	9 Jul 2021 – 1 Aug 2021 Lifetime 23 days	45,024 ThruPlay	156,641	392,280	€1.66	€0.01	Cost per ThruPlay
DE	€1,200.00	9 Jul 2021 – 1 Aug 2021 Lifetime 23 days	91,405 ThruPlay	370,821	680,861	€1.76	€0.01	Cost per ThruPlay
> Results from 5 ad sets			329,528 ThruPlay	1,167,116 People	2,350,048 Total	Per 1,000 Impressions	€1.21	€0.01
								Cost per ThruPlay

Report - fb ukupno za sva tržišta - doseg 1,16 mil., 329.528 pregleda, 2,35 mil. impresija - primjer

ADVERTISING / YouTube (AT)



Report: youtube AT -170.011 impresija, 22.136 pregleda - primjer



Država	Doseg	Broj posjeta	Učestalost	Potrošeni iznos (USD)
PL	306.928	471.520	1,54	385,99
HR	235.448	738.742	3,14	668,80
CZ	100.431	136.152	1,36	120,63
HU	94.538	185.594	1,96	274,50
DE	86.083	95.016	1,10	157,26
SK	62.769	118.386	1,89	128,11
AT	21.777	25.665	1,18	48,38
SI	11.785	38.522	3,27	95,74
FR	5.124	6.192	1,21	18,52
BE	4.398	4.398	1,00	14,21
SE	3.843	4.008	1,04	13,07
NL	1.537	2.011	1,31	7,72
GB	583	583	1,00	3,19
CH	512	1.408	2,75	3,54
NO		33		0,26
unknown		157		0,29
UKUPNO:	936.157	1.828.387	1,95307732	1940,22

VisitVodice fb, instagram report - prema državama

Offline oglašavanje 33.785 kn

Promocija u tisku	28.392
Ostale usluge promidžbe i informiranja	3.000
Bankarske usluge i usluge platnog prometa	3
Negativne tečajne razlike	34
Rashodi za PDV	2.357

Ostvareni cilj aktivnosti

Sukladno smjernicama Operativnog marketing plana turizma Hrvatske, posebno je pojačano on line oglašavanje, prisutnost na društvenim mrežama, poboljšanje pozicioniranja internet stranica na pretraživačima. Shodno nastaloj situaciji i mogućnostima izvršeno je oglašavanje na portalima, posebna dopuna stranica. Zatim, izrada i oglašavanje na Tripadvisoru, FB-u, Instagramu i Youtube - vlastiti kanali.

Online kampanje izrada i oglašavanje u suradnji sa Star digital marketinškom agencijom za njemačko, austrijsko, slovensko, poljsko i češko tržište (advertorijali na vodećim portalima tih zemalja, FB, Instagram, Youtube), Midas(HR), Linker(Hri SI), Clicktag (HR), lokalni portalni i sl.

Offline oglašavanje odnosi se na promotivne aktivnosti objava oglasa u: Svet24 (SI) Fokus plus I , Avtomedia (SI), Tip travel časopis (3 jezične verzije I tržišta), In Your Pocket vodič, Explore Adriatic, Sailing Guide, Radio emisije - Sunčani sat.

Osnovni cilj je postizanje veće vidljivosti i prepoznatljivosti destinacije, prisutnost na značajnim emitivnim tržištima i privlačenje gostiju.

Nositelj aktivnosti: TZ

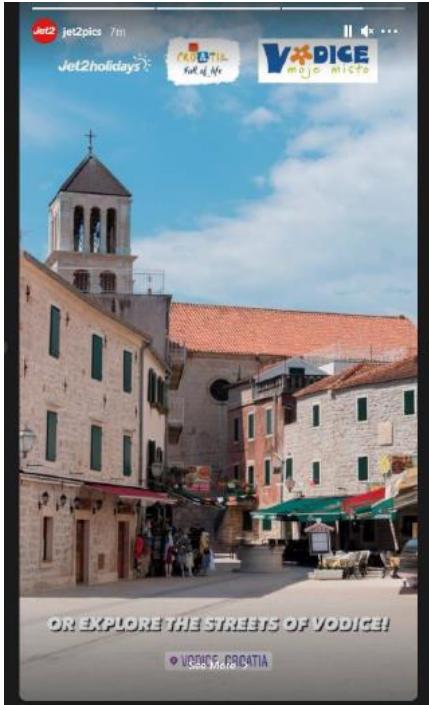
3.3. Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR planirani u iznosu 10.000 kn, rebalansom su brisani iz programa. Odnosi se na gostovanja u TV emisijama (HTV, NOVA), zatim na radiju (Ritam, Šibenik, Dalmacija), za koja nije bilo troškova.

3.4. Udržano oglašavanje planirano je u visini od 50.000 kn, realansom je iznos podignut na 65.000 kn, shodno ugovorenim aktivnostima tijekom godine.

Utrošeno je ukupno 63.388 kn

Promocija u elektronskim medijima 63.388

Posebna zajednička kampanja u suradnji sa županijskom TZ, NP Krka i Kornati, Tvrđavom kulture i TZ Šibenik i suradnji sa Star digital agencijom realizirana je na ciljanim tržištima (AT,, SI, DE,CZ , PL), kao i zajednička kampanja na Jet2.com -turopot (avio, agencija) sa TZ Ž Šibensko-kninske i TZ Šibenik.



Ostvareni cilj aktivnosti:

Pojačano online oglašavanje u cilju postizanja veće vidljivosti, pozicioniranja na tržištu, prepoznatljivosti destinacije, sadržaja, ponude i privlačenje gostiju.

Nositelj aktivnosti: TZ

3.5. Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice planirani su u visini od 90.000 kn, shodo situaciji i otkazivanju predviđenih sajmova, rebalansom je plan smanjen na 10.000 kn.

Utrošeno je 0 kn.

Ovogodišnji sajmovi mahom su otkazivani radi epidemiološke situacije. TZ je sudjelovala na online radionici za poljsko tržište, prezentirajući nove proizvode destinacije Vodice.

Nositelj aktivnosti: TZŽ, TZ

3.6. Studijska putovanja planirana su u visini od 20.000 kn. Realizirano je 10.219 kn.

Usluge tur. vodiča		3.000
Ugostiteljske usluge i usluge cateringa		2.519
Ostale nespomenute usluge		4.340
Reprezentacija		360

Novinari poljske TV u razdoblju od 21.-22.05., na području Vodica uz pratnju vodića snimali su prilog prikazan na poljskim TV. Prilog je sadržavao program: obilazak zaleđa, degustacije u Vinariji Birin, Uljari Sv. Ivan, otok Prvić i MC Faust Vrančić, te gastro ponuda.

Gledanost na TVP Krakow, TVP Polonia, TVP3 - primjer

Day Part group	Date\Channel	Viewers	Share %
Day Part group	Date\Channel	TVP Krakow	TVP Krakow
6:00:00 -19:59:59	3.4 and 5.06.2021	EPISODE-SYBENIK 2.560.670	18,25%
	10,11 and 12.06.2021	EPISODE-VODICE 2.310.500	17,80%

Day Part group	Date\Channel	Viewers	Share %
7:00:00 - 09:59:59	5.06.2021	SYBENIK 2.860.670	19,25%
	12.06.2021	VODICE 2.740.350	18,85%

Play Part group	Date\Channel	TVP3 [National broadcast - all of Poland]	TVP3 [National broadcast - all of Poland]
6:00:00 - 09:59:59	5.06.2021	SYBENIK 2.445.500	16,95%
	12.06.2021	VODICE 2.510.040	17,02%

Ukrajinski novinari (Dey Olena Nacionalna TV, Kyiv Diplomatic časopis, bloger Shandor Fedara, te 4 predstavnika agencije Sun Valley (02. - 03.06.) - snimanje intervjeta, razgled grada, hotela. Nakon povratka ustupili su snimku kratkog priloga za ukrajinsku nacionalnu TV.

Novinari Nautique magazina i nautique.nl - Maththijs Goes sa suradnicima posjetio je ACI marinu Vodice, otok Prvić i razgled grada.

Češki novinari (seznam.cz; Dnes/Idnes; Aktualne.cz) s direktorom predstavnista HTZ-a u Pragu posjetili su Vodice 12. - 13.10. - organizirani razgled grada, zaleđa, otoka Prvića, uz degustaciju proizvoda OPG-ova, uljara Sv. Ivan i Vinarije Birin.

Također, za potrebe putovanja studenata EFZG-a na Expo Dubai na kojem su prezentirali projekt IQM dostavili smo materijale. U sklopu prezentacije, predstavili su i IQM Destination Vodice s 2 videa (po 30 sec) kao dio projekta dobre prakse u turizmu hrvatske, uz M. Lošinj i Liku.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Prihvati novinara, agencija i prezentacija destinacije posebnim proizvodima i ponudama destinacije na najbolji način se očituje u pr tekstovima, blogovima, impresijama istih, sve u cilju povećanja vidljivosti, promocije destinacije i posebnih sadržaja dionika u destinaciji.

Nositelj aktivnosti: HTZ, TZŽ, TZ

3.7. Kreiranje promotivnog materijala planirano je u visini od 170.000 kn, rebalansom je iznos smanjen na 116.000 kn. Realizirano je 106.009 kn.

Image brošura: 41.650 kn (usluge tiska)

Plakati i posteri: 7.700 kn (grafičke usluge)

Suveniri i drugi promo materijali: 11.477 kn

Usluge dostave i logistike	100
----------------------------	-----

Promotivni materijali	3.075
-----------------------	-------

Grafičke usluge	2.500
-----------------	-------

Usluge tiska	1.800
--------------	-------

Roba	4.002
------	-------



Producija video materijala 45.182 kn

Ostale intelektualne usluge	20.000
-----------------------------	--------

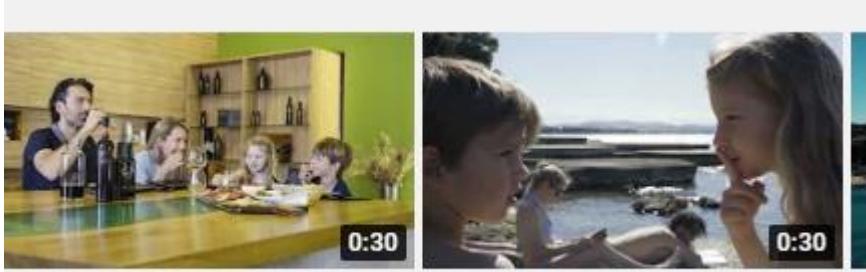
Izrada fotografija, filma, video materijala	12.300
---	--------

Usluge razglosa, rasvjete i dr. usluge produkcije	3.600
---	-------

Ugostiteljske usluge i usluge cateringa	3.300
---	-------

Usluge smještaja	4.132
------------------	-------

Ostale nespomenute usluge	1.850
---------------------------	-------



Together Away - Taste Vodice

Together Away

Vi

Ostvareni cilj aktivnosti

Izrada i tisak brošura kontinuirano odražava vidljivost i prezentaciju destinacije. Posebno image brošura koja je tiskana radi dostave za potrebe predstavnštava i sajmova. Promo materijal redovno se prikuplja i diseminira turistima, dionicima u turizmu, čime potičemo turiste na aktivnosti i konzumaciju programa, pružamo informacije o turističkoj ponudi i promoviramo dionike.

Napravljena su dva video materijala za potrebe promotivnih aktivnosti.

Cilj je postizanje veće vidljivosti i prepoznatljivosti destinacije.

Nositelj aktivnosti: TZ

3.8. Internetske stranice planirane su u visini od 6.000 kn, s obzirom na pojačan rad na stranicama, rebalansom je iznos podignut na 31.000 kn. Utrošeno je 30.978 kn.

Web hosting, održavanje weba i emaila	30.000
---------------------------------------	--------

Ostale računalne usluge	978
-------------------------	-----

The screenshot shows the homepage of VisitVodice. At the top left is the logo "VODICE moje mjesto TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA VODICE". To the right are two safety seals: "Safe travels Croatia" and "Safe travels". A search bar with the placeholder "Upiši pojam..." and a magnifying glass icon is also present. Below the header is a green navigation bar with links: "O VODICAMA", "DOGAĐANJA", "DOŽIVJETI VODICE", "SMJEŠTAJ", "IQM TOP QUALITY", and "MULTIMEDIJA". The main content area features a large photograph of a harbor with many boats and buildings in the background. In the bottom right corner of the image, the text "web str" is visible.

Ostvareni cilj aktivnosti: Web hosting stranica VisitVodice, održavanje, dopune, izmjene, kreiranje novih sadržaja (podstranice za nove proizvode, energet croatia, covid info...) i sl. Doprinosi vidljivosti, atraktivnosti ponude, novim sadržajima, informacijama i sl.

Nositelj aktivnosti: TZ

3.9. Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka planirano je u visini od 25.000 kn, rebalansom je smanjeno na 5.000 kn. Utrošeno je 3.000 kn.

Izrada fotografija 3000

Priprema i slanje podataka o ponudi destinacije za HTZ, TZŽ, za promotivne aktivnosti, tekstove, oglase i dr. je bez naknade.

Ostvareni cilj aktivnosti: otkup foto materijala i kreiranje promo materijala od velike važnosti za promotivne aktivnosti u svim vidovima oglašavanja.

Nositelj aktivnosti: TZ

3.10. Turističko-informativne aktivnosti planirane su u visini od 331.500 kn, rebalansom je iznos smanjen na 252.000 kn. Utrošeno je 237.985 kn. Smanjenje se odnosi na plaće (manji broj sezonskih djelatnika), te manji materijalni troškovi.

TIC - plaće i naknade 130.067 kn

Plaća za radnike	63.795
------------------	--------

Doprinos za obvezno zdravstveno osiguranje	4.711
--	-------

Usluge studentskih i učeničkih servisa 61.561

TIC najamnina i održavanje - 68.847 kn	
Tekuće i investicijsko održavanje postrojenja i opreme	1.063
Ostale usluge tekućeg i investicijskog održavanja	5.000
Zakupnine za građevinske objekte	55.146
Usluge tiska	5.625
Usluge čišćenja, pranja i sl.	1.792
Materijal i sredstva za čišćenje i održavanje	222

TIC ostali materijalni troškovi - 25.392 kn	
Usluge telefona i interneta	5.297
Usluge mobilnih mreža	200
Usluge prijevoza (oprema, materijal i sl.)	17
Opskrba vodom	244
Odvoz smeća	1.513
Komunalna i vodna naknada	1.270
Ostale računalne usluge	375
Uredski materijal	2.422
Materijal i sredstva za čišćenje i održavanje	44
Materijal za higijenske potrebe i njegu	566
Roba	610
Električna energija	9.760
Sitni inventar	1.218
Amortizacija DI	1.854
Zatezne kamate iz poslovnih odnosa i drugo	2

Turistička signalizacija - 13.680 kn	
Usluge izrade, montaže i popravka opreme	3.300
Amortizacija DI	10.380

ALP TS dim. 125x25cm
podloga: refl. folija 1.kl. 3M EGP
natpis: EC film

natpis: EC film

Vinarija Birin  2 kom

AL osmerokutni stup
dim. fi85x3000 mm sa
AL kuglom

3 kom

Uljara Sv.Ivan  1 kom

 Uljara Sv.Ivan 1 kom

 Vinarija Birin 2 kom

Vinarija Birin  1 kom

 Vinarija Baraka 1 kom

 Vinarija Baraka  1 kom tur.signalizacija



Tabla na rodnoj kući I. Brešana

Ostvareni cilj aktivnosti:

Troškovi TIC-a odnose se na troškove sezonskih djelatnika, zatim 70% materijalnih troškova i troškova najamnine i održavanja, usluga, energije, te tekuće materijalne troškove. TIC je info punkt dostupan svim gostima,

turističkom sektoru i građanima za sve informacije. Osnovni dio poslovanja je prikupljanje informacija, sadržaja i diseminiranje podataka, zatim suport građanima pri korištenju programa e-visitor , prikupljanje, obrada i analiza podataka i sl. Osim toga, djelatnici TIC-a su i suport pri organizaciji programa tijekom ljeta. U Vodicama je tijekom sezone 2021.g. bilo zaposleno 3 djelatnika, a u izdvojenim TIC-evima na Srimi i otoku Prviću po jedan djelatnik.

Turistička signalizacija podrazumijeva ovogodišnju nabavu i postavu dodatnih znakova za sadržaje: Vinarija Birin, Uljara Sv. Ivan i Vinarija Baraka (sa Srime) u cilju informiranja turista i posjetitelja.

Nositelj aktivnosti: TZ

IV. Destinacijski menadžment

Planirano je ukupno 610.000 kn, rebalansom je iznos podignut na 691.000 kn. Utrošeno je 675.859. Promjena se odnosi na veći trošak održavanja plaža (pojačano čišćenje plaža u noćnim i ranojutarnjim satima), troškove popravaka i održavanja tuševa i WC-a na plaži (dodatni popravci i izmjene cijevi) i dodatnu nabavu vrećica za smeće (dodatna potrošnja u glavnoj sezoni).

4.1. Turistički informacijski sustavi i aplikacije/eVisitor planirano je 30.000 kn, a utrošeno 30.000 kn.

Putem Reviewpro programa prate se ocjene, recenzije i reputacija svakog pojedinog dionika i destinacije ukupno. Praćenje ocjena i zadovoljstva gostiju putem ovog programa prati se kvaliteta usluga i proizvoda, osnova je takoder za usporedbu s prethodnim razdobljima. Postavljeni cilj razine kvalitete proizvoda, usluga i cijele destinacije Vodice je 80/100. U 2021.g. osim 150 dionika koji su u IQM Destination projektu, pratili smo i dodatne subjekte (283) koji nisu u projektu radi usporedbe i privlačenja novih subjekata u projekt.

Rezultati IQM DESTINATION 2021 (1.01. - 01.09. 2021)



Primjer rezultata destinacije - izvor: Reviewpro

Rezultati 2021



Objects	Index		Reviews	
Attractions	93,14	+2,96	70	+13
Beaches	90,11	+1,07	263	+97
Cafes	83,0	-5,05	376	-35
Camps	93,33	+7,52	51	+20
Hotels	88,3	-3,96	596	-21
Local Products	98,6	+10,10	15	+8
Public Facilities	93,8	+4,44	26	-25
Restaurants	91,54	-0,80	858	+90
Souvenir shops	100	0	5	-5
Travel Agencies	100	+3,33	9	+3
Privatni smještaj	90,5	-3,64	85	+33

Izvor: Reviewpro

Također, u sustavu e-visitor konstantno se dopunjavaju podaci, prati i analiziraju statistički podaci, te se disemeniraju analize (nema troška).

Ostvareni cilj aktivnosti:

Provodenje projekta Integralno upravljanje kvalitetom u destinaciji Vodice, u smislu razvijanja odgovorne, održive turističke destinacije, te korištenje posebnih sustava i dopuna turističkih sustava

Nositelj aktivnosti: TZ, Partneri

4.2. Upravljanje kvalitetom u destinaciji planirano je 75.000 kn, a nakon rebalansa smanjen je iznos na 50.000 kn. Utrošeno je 49.983 kn.

Upravljanje kvalitetom - 48.490 kn:

Promotivni materijali	763
Ostale intelektualne usluge	42.500
Ugostiteljske usluge i usluge cateringa	1.870
Usluge smještaja	1.122
Roba	2.235

Provđba projekta IQM Destination Vodice - četvrta godina provedbe. Podrazumijeva stalnu komunikaciju i edukaciju dionika u projektu, umrežavanje ponude i usluga, stvaranje posebnih složenih proizvoda, kreiranje paket aranžmana, trip planera i promotivne aktivnosti sadržaja i dionika. Ove godine su umjesto planiranih fizičkih edukacija, konferencija, radionica i individualnih audit-a, iste održavane online (zoom konferencije) i to za hotele, iznajmljivače, agencije, opg-e, pružatelje usluga i dr. Online radionice vode suradnici IQM-a - Đurđica Šimić - Feel IQM, Ana Marija Ciccarelli - Interlico i konzultant za hotelijerstvo i ugostiteljstvo - Pero Matić kao moderatori i predavači, te gosti panelisti. Tako smo u 2021. godini održali 19 edukacija s različitim temama, te dvije dodatne radionice za iznajmljivače (marketinške aktivnosti).

IQM - edukacije (19):

- 31.03.2021. Priprema objekata za fotografiranje (Đ. Šimić -IQM, A. Cicarelli- IQM, Interlico)
- 07.04.2021. Trendovi u hotelskom smještaju (P. Matić - IQM, Dokumentalist)
- 13.04.2021. Trendovi u privatnom smještaju & protokoli Safe Stay in Croatia (Đ.Šimić -IQM, A. Cicarelli- IQM,Interlico, A. Franin P. TZ Vodice)
- 15.04.2021. Oznake kvalitete lokalnih proizvoda: Lika Quality i Vrhunsko vukovarsko (Đ. Šimić- IQM, P. Kovačević klaster Lika Destination, V. Barić- Zadruga Vrhunsko vukovarsko)
- 21.04.2021. Kulturni turizam - lider destinacijske ponude (M. Markušić -Lošinjski muzej, D. Bilandžić -Muzej vučedolske kulture, I. Skočić - MC F. Vrančić, A. Šolaja - MC N. Tesla)
- 28.04.2021. Može li izvrsno vino bez izvrsnog marketinga (V. Štajner - Iločki podrumi, D. Orešić - Vinarija Krauthaker, E. Mehdin - Vinarija Stina, A. Mikulić - Vinarija Mikulić, N. Birin - Vinarija Birin)
- 05.05.2021 Sportski turizam kao vrhunska destinacijska ponuda - pješačke, planinarske i biciklističke staze (M. Rizner-TZ Novalja, M. Čotar - Bike&outdoor istarske županije, I. Cvitanović - TZ M.Lošinj)
- 12.05.2021. Sportski turizam - aktivni i pustolovni turizam (I.Bencun - Zajednica pustolovnog turizma HGK, L. Koločrat -TZ Imota, K. Rogož - Croatia Open Land DMC)
- 19.05.2021. Zdravstveni turizam - izazovi i prilike (A. Franković -Kvarner Health, M.Medak - Zajednica za zdravstveni turizam HGK, D. Plavec - dr.med. specijalist medicine rada i sporta)
- 26.05.2021. Aromaterapija i zdravlje - primjena aromaterapije u poslovnom i privatnom životu (A. Pažin Morović - Laurus Spa studio, S. Nicolich - Miomirisni otočni vrt, R. Macan - Bioeterica)
- 02.06.2021. Mali hoteli i trendovi u hotelijerstvu (S.Mikulić - hotel Adriatic, R.Spišić - hotel Manora, I.Lončar - hotel Degenija)
- 09.06.2021. Eko smještaj kao atrakcija za goste i način života vlasnika (V. Plazonja - villa Perka, A.Cicarelli, Đ.Šimić)
- 20.10.2021. Google maps (A.Cicarelli)
- 27.10.2021. Razvoj novog proizvoda - CAMINO kroz Hrvatsku - vjerski turizam (N.Jurina - TZ Krk, V. Pražen - Bratovštian Sv.Jakov, L.Koločrat - TZ Imota)
- 03.11.2021. Događanja inspirirana kulturom i tradicijom (I.Matušin - TZ Rab, D.Cvitković - TZ M.Lošinj)
- 10.11.2021. Poslovni put iznajmljivača- kako to rade najbolji (I.Salak - Montis Aurea)
- 17.11.2021. Dizajnom i fotografijom do uspješne prodaje (H. Serdar-art serdar, D.Orešić- Light komunikacije)
- 24.11.2021. Eko turizam i trendovi u smještaju (P.Hrg - TZ Gorski kotar, S.Seifert - Kraljica šume, A.Cicarelli)
- 01.12.2021. Med i turizam u sinergiji kao vrhunski turistički proizvod (D. Lušić - Medicinski fakultet,A.Bulat - obiteljsko pčelarstvo Bulat, B.Čubrić - OPG Čubrić, A.Pažin Morović - Laurus Spa studio, M.Novosel - Mary's Sweets, I.Vlainić - Stilanova Lika)

Radionice i prezentacije (2):

Edukativna radionica za iznajmljivače (16.03.2021.) (A.Cicarelli, Đ. Šimić, A. Franin P.)

Prezentacija platforme MYRENT (02.02.2021.)- novi marketing alati - Myrent doo

U medu, i jekovitosti meda, pčelinjim proizvodima i uslugama razgovarali smo u srijedu 1. prosinca na webinaru „Med i turizam u sinergiji kao vrhunski turistički proizvod“. 😊

Svoja vrijedna iskustva i razmišljanja o medu kao turističkom proizvodu predstavili su stručnjaci, pčelari apiterapeuti i proizvođači pčelinjih proizvoda. 🌸 Gosti panela bili su izv. prof. dr. sc. Dražen Lušić, dipl.sanit.ing., Medicinski fakultet, Katedra za zdravstvenu ekologiju, Predsjednik Hrvatske u... Pričkaži više

YOUTUBE.COM
Med kao vrhunski turistički proizvod - Zoom webinar IQM Destination EDUCATION

Primjer edukacija

U listopadu 2021.g. realiziran je 3. Vodice Tourism Day, na kojem su prezentirani rezultati destinacije za 2021.g., zatim aktivnosti iz 2021.g. i plan aktivnosti za 2022. g. dionicima IQM-a. Dodijeljeni su certifikati IQM dionicima koji su ispunili kriterije projekta.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Projektom Integralno upravljanje kvalitetom u destinaciji pozicioniramo destinaciju u klub najboljih, podižemo kvalitetu usluga i proizvoda dionika, te kvalitetu destinacije u cjelini. Potičemo dionike na kvalitativan iskorak, na međusobno umrežavanje i stvaranje pozitivnog ozračja u destinaciji, kako za goste, tako i za građane u smislu podizanja kvalitete života. U tom smislu mjerjenje kvalitete svakog pojedinog segmenta, ne samo dionika već i javnih sadržaja i usluga težimo odgovornom i održivom razvoju turizma u destinaciji.

Cilj je kvalitetno osnažiti zajednicu u segmentu turizma, osnažiti suradnju, sinergiju u destinaciji, komunikaciju i poticaj na izvrsnost. Koncept IQM Destination projekta prilagođen je potrebama turista i stanovnika, te trendovima u turizmu. Integralno upravljanje kvalitetom radi se prema metodologiji UNWTO-a.

Nositelj aktivnosti: TZ, partneri

Nagrade i priznanja - 1.493 kn

Odnosi se na Program Vjernosti - priznanje i nagrada za dugogodišnje goste grada Vodica.

4.3. Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša planirano je 505.000 kn, a nakon rebalansa iznos je podignut na 611.000 kn. Utrošeno je 595.877 kn

Čišćenje i održavanje plaža - 491.371 kn

Održavanje i čišćenje plaža	484.952
Amortizacija DI	6.419

(klupe na Srimi)

Održavanje tuševa i WC-a na plaži - 53.827 kn

Ostale usluge tekućeg i investicijskog održavanja	31.481
Opskrba vodom	20.997
Materijal za higijenske potrebe i njegu	1.349

Sadnice za cvjetne aleje - 37.332 kn

Roba	36.237
Amortizacija (vaze)	1.095

Vrećice za smeće - 13.348

Materijal i sredstva za čišćenje i održavanje	13.348
---	--------

Ostvareni cilj aktivnosti: Turistička zajednica sudjeluje u očuvanju i uređenju okoliša, sudjeluje u čišćenju plažnih prostora, održavanju tuševa, WC-a na plaži, podmiruje troškove vode za tuševe, nabavlja sadnice cvijeća za uređenje gradskih površina, te vrećica za kante na plažama.

Nositelj: TZ, Grad, Leć



IQM Destination education

Mali hoteli i trendovi u hotelijerstvu
Srijeda 02.06.2021.u 17.00.



Vlasnik Hotela Degenija
Ivan Lončar



Vlasnica Hotela Adriatic
Sabina Mikulić



Vlasnik i direktor
Hotela Manora
Ronald Spišić



Moderatorica,
Durdica Šimić
IQM Destination



Moderator,
Pero Matić
IQM Destination

5.Administrativni poslovi

U 2021.g. planirano je 607.500 kn, a nakon rebalansa plan je iznosio 618.000 kn.

Realiziranoje 601.303 kn

5.1. Plaće I naknade planirano je 480.000 kn, a utrošeno 478.981 kn.

plaće: 404.962 kn,

božićnice/regres - 6.000;

dar djeci - 1.200;

doprinosi za obvezno zdravstveno osiguranje - 66.819.

5.2. Materijalni troškovi planirani su u visini od 117.500, nakon rebalansna iznose 128..000 kn, a utrošeno je 119.994 kn.

Dio materijalnih troškova poput najma I održavanja poslovnog prostora, režijske troškove, uredska oprema I material dijele se na ured I TIC. Na ured se odnosi 30% navedenih troškova.

Najam I održavanje poslovnog prostora 27.718 kn, od čega:

tekuće I investicijsko održavanje opreme - 2.125;

zakupnine za poslovni prostor - 25.184;

material I sredstva za čišćenje I održavanje - 409.

Režijski troškovi - 5.140 kn, od čega:

opskrba vodom 218

odvoz smeća 649

komunalna I vodna naknada 544

električna energija 3.729

Uredska oprema I material - 12.788 kn

uredski material 5.942

arhivski material 72

material za higijenske potrebe 350

amortizacija 6.424

Prijevoz, telefon, poštarija - 5.340 kn

usluge telefona I interneta 358

usluge mobilnih mreža 4.024

poštarija 957

zatezne kamate iz poslovnih odnosa 1

Stručno usavršavanje - 12.249 kn

dnevnice za službeno putovanje u zemlji 800

smještaj na služb.putovanju u zemlji 1.878

prijevoz na služb.putovanju u zemlji 3.313

ostali rashodi 1.060

seminari, savjetovanja, simpoziji 4.200

stručna literatura 998

Revizorske usluge 20.000 kn

Troškovi platnog prometa 3.940 kn (fina certifikat 63; bankarske usluge 3.877)

Ostali materijalni izdaci 32.821 kn

Tekuće i investicijsko održavanje postrojenja i opreme 121

Ostale usluge tekućeg i investicijskog održavanja 363

Opskrba vodom 1.382

Usluge odvjetnika i pravnog savjetovanja 25.000

Ostale računalne usluge 643

Materijal za higijenske potrebe i njegu 1.009

Premije osiguranja radnika 2.594

Tuzemne članarine 500

FINA certifikat 688

Amortizacija 523

5.3. Tijela turističke zajednice planirana u visini od 10.000 kn, a

utrošeno je 2.328 kn.

Rent-a-car i taxi prijevoz 200

Ugostiteljske usluge i usluge cateringa 2.128

Planirani ukupni prihodi za 2021. godinu su 3.860.000, a nakon rebalansa iznose 4.473.000 kn

Planirani ukupni rashodi za 2021. godinu su 3.860.000, a nakon rebalansa iznose 3.178.000 kn.

Planirani prijenos viška prihoda za sljedeću godinu, nakon rebalansa iznosi 1.295.000 kn.

U 2021.g. ukupno realizirani prihodi su 4.250.256 kn, a ukupno realizirani rashodi su 3.171.459 kn. Razlika prihoda i rashoda je 1.078.797 kn, koja se prenose u sljedeću godinu za troškove poslovanja pretežno u prvom dijelu godina za marketinške aktivnosti i pripremu turističke sezone.

U razdoblju siječanj - prosinac 2021.g. pripremljene su, odrđene i arhivirane 2 sjednice Skupštine, te 8 sjednica Turističkog vijeća od kojih je jedna sjednica održana elektronskim putem. Za sve sjednice tijekom 2021. g. smo pripremili materijale (evidencije, statistiku, analize).

Tijekom godine ured je odradio sve administrativne, knjigovodstvene, računovodstvene poslove koje se odnose na glavnu knjigu, pomoćne knjige, kao i pomoćne evidencije za boravišnu pristojbu, turističku članarinu, statističke evidencije, godišnji obračun te korespondenciju.

Također, redovno i kontinuirano se vrši ažuriranje podataka u e-visitor.

Redovno i ažurno putem svojih web stranica i u e-visitoru plasirali smo informacije o mjerama protiv epidemije, upute za postupanje u slučajevima zaraze, zatim zakonske promjene, uvjete koje trebaju ispunjavati strani gosti prilikom prelaska granice. Osim toga bili smo na raspolaganju tokom cijele godine za sve koji su trebali informacije, pomoć pri ispunjavanju obrazaca (prijava u enter croatia) i sl. , a za građane- putem web stranica i e-visitoru pružali informacije o novim zakonskim propisima, obavijesti o pogodnostima, natječajima za sufinanciranje, ispunjavanju novih obrazaca, prijave i sl. Tokom cijele godine djelatnici TZ-a su poslove izvršavali u uredu, nije bilo potrebe za rad od kuće.

U prvom dijelu godine održeni su svi poslovi pripreme turističke sezone, od nabave sadnica, priprema i popravci za tuševe i wc na plaži, ugovorili čišćenje i održavanje plažnih prostora, nabava vrećica za smeće, te priprema i popravke izdvojenog TIC-a u Srimi.

Zatim, pripreme za reprint Image brošure, priprema tekstova i banneru za oglašavanje, prijevoda za promotivne kampanje u tisku, vodičima, časopisima, na web-u, objave na društvenim mrežama i portalima. Također, suport i organizacija studijskih putovanja za novinare i predstavnike agencija.

Zatim, pripreme promotivnih online kampanja (tekstovi, fotografije, video), pripreme i realizaciju programa i manifestacija tijekom godine, pripreme za natječaje, realizaciju 4. faza projekta IQM Destination Vodice.

Pripremili smo sva Izvješća (statistike, analize, finansijska, izvješća o radu vijeća i zajednice, te periodična izvješća o aktivnostima tijekom godine i za prethodnu godinu, rebalans za 2021. programa i finacijskog plana, zatim Program rada za sljedeću 2022. godinu.

U 2021. godini u uredu rade 2 djelatnika, zatim u TIC-u sezonski djelatnici: 2 djelatnika u TIC-u Vodice za razdoblje od 01.06. do 30.09/15.10., te još jedan djelatnik od polovice srpnja do kraja rujna; zatim 1 djelatnik u izdvojenom TIC-u u Srimi od 15.06. do 15.9.; te 1 djelatnik u izdvojenom TIC-u na otoku Prviću od 01.07. do 31.08.

Sezonski djelatnici obavljaju poslove prijave i odjave gostiju, obračuna i naplate boravišne pristojbe, prikupljanje i ažuriranje statističkih podataka, pružanje informacija građanima i gostima i drugim turističkim subjektima, te suport pri korištenju sustava e-visitor. Na početku sezone svi sezonski djelatnici prolaze obuku za upoznavanje s radom u Turističkoj zajednici, aktualnim propisima i radom na programima, posebno na sustavu e-visitor. Turističko informativni centar na raspolaganju je građanima i gostima do kraja turističke sezone od 8 - 20 sati. Izdvojeni TIC u Srimi radio je svaki dan 7 sati, subotom 5 sati. Isto tako izdvojeni TIC na Prviću radio je svaki dan 7 sati i subotom 4 sata.

Analiza i ocjena izvršenja programa rada za 2021.g.

Programi i zadaci planirani Planom i programom rada i finansijskim planom za 2021.g., shodno situaciji vezanoj za pandemiju virusom (Covid-19), smanjenja izvornih prihoda (smanjen obim turističkog prometa, umanjenje turističke pristojbe i turističke članarine koja se odnosi na usluge u domaćinstvu, kampove, OPG-ove), izvršeni su u obujmu i visini planiranih veličina (plan nakon rebalansa). Aktivnosti poduzete u ostvarenju Programa rada ispunile su glavne ciljeve marketinške politike u turizmu grada Vodica za 2021.g, a sve u skladu sa Zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/19 i 42/20) i Strategijom turističkog razvoja grada Vodica do 2025.

**IZVJEŠĆE O IZVRŠENJU GODIŠnjEG PROGRAMA RADA
ZA 2021. GODINU**

		PRIHODI	Plan 2021.	Plan 2021. nakon izmjena i dopuna	Relizacija 2021	Udio % u realizaciji	Indeks realizacija / rebalans
1.		Izvorni prihodi	2.800.000	3.000.000	2.778.834	65	93
	1.1.	Turistička pristojba	2.300.000	2.500.000	2.318.804	55	93
	1.2.	Članarina	500.000	500.000	460.030	11	92
2.		Prihodi od sustava turističkih zajednica	50.000	22.000	21.100	0	96
3.		Preneseni prihod iz prethodne godine	1.000.000	1.450.000	1.450.284	34	100
4.		Ostali prihodi	10.000	1.000	38	0	4
SVEUKUPNO		3.860.000	4.473.000	4.250.256	100	95	

		AKTIVNOSTI	Plan 2021.	Plan 2021. nakon izmjena i dopuna	Relizacija 2021	Udio % u realizaciji	Indeks realizacija / rebalans
1.		ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE	20.000	0	0	0	0
	1.1.	Izrada strateških/operat./komun. dokumenata	0	0	0	0	0
	1.2.	Istraživanje i analiza tržišta	20.000	0	0	0	0
	1.3.	Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti	0	0	0	0	0
2.		RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA	1.660.000	1.040.000	1.119.894	35	108
	2.1.	Identifikacija i vredn. Resursa i struktur. tur. proizvoda	70.000	40.000	41.874	1	105
		Cikloturizam	20.000	10.000	12.618	0	126
		Novi turistički proizvodi	50.000	30.000	29.256	1	98
	2.2.	Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda	30.000	30.000	32.144	1	107
	2.3.	Podrška razvoju turističkih događanja	1.520.000	955.000	1.030.554	32	108
		Uskrsni doručak	30.000	2.000	1.941	0	97
		Piknik u Rakitnici	30.000	1.000	700	0	70
		Bakanalije	80.000	0	0	0	0
		Đardin je IN	120.000	100.000	98.815	3	99
		Vodice Street Festival	80.000	121.000	120.915	4	100
		19. Vodice Jazz&Blues Festival	80.000	72.000	71.687	2	100
		Vodička fešta	250.000	90.000	90.040	3	100
		20. Večer dalmatinskih klapa	30.000	0	0	0	0
		Klapske večeri srijedom	30.000	11.000	10.914	0	99

	Šaša i pulenta	20.000	0	0	0	0
	Koncerti, predstave, plesne predstave	100.000	126.000	125.878	4	100
	Srimarska fešta	50.000	0	0	0	0
	Srima - ostale manifestacije	100.000	20.000	18.137	1	91
	Prvić - fešte	20.000	0	0	0	0
	Prvić - ostale manifestacije	50.000	42.000	34.481	1	82
	Ostale manifestacije	200.000	30.000	27.293	1	91
	Božić na Poljani	0	140.000	251.688	8	180
	Sufinanciranje manifestacija u org. drugih subjekata	250.000	200.000	178.064	6	89
2.4.	Podrška turističkoj industriji	40.000	15.000	15.322	0	102
	Potpore za podizanje kvalitete privatnog smještaja	10.000	5.000	4.998	0	100
	Potpore za ugostitelje, OPG-ove, programe u kulturi	10.000	0	0	0	0
	Potpore za ostale dionike	20.000	10.000	10.324	0	103
3.	KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE	962.500	829.000	774.403	24	93
3.1.	Definiranje <i>brending</i> sustava i <i>brend</i> arhitekture	0	0	0	0	0
3.2.	Oglašavanje dest. branda, tur. ponude i proizvoda	260.000	330.000	322.826	10	98
	Online oglašavanje i društvene mreže	200.000	290.000	289.040	9	100
	Offline oglašavanje	60.000	40.000	33.785	1	84
3.3.	Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR	10.000	0	0	0	0
3.4.	Udruženo oglašavanje	50.000	65.000	63.388	2	98
3.5.	Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice	90.000	10.000	0	0	0
	Nastupi na sajmovima	80.000	10.000	0	0	0
	Organ. i sudjelovanje na posebnim prezentacijama	10.000	0	0	0	0
3.6.	Studijska putovanja (TZZ, HTZ)	20.000	20.000	10.219	0	51
3.7.	Kreiranje promotivnog materijala	170.000	116.000	106.009	3	91
	Image brošura	50.000	45.000	41.650	1	93
	Brošura Doživi Vodice	65.000	0	0	0	0
	Plan grada	15.000	0	0	0	0
	Info vodič	0	0	0	0	0
	Plakati i posteri	15.000	10.000	7.700	0	77
	Suveniri i drugi promo materijali	5.000	15.000	11.477	0	77
	Producija video materijala	20.000	46.000	45.182	1	98
3.8.	Internetske stranice	6.000	31.000	30.978	1	100
3.9.	Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka	25.000	5.000	3.000	0	60
	Otkup fotografija	25.000	5.000	3.000	0	60
	Priprema i slanje podataka o ponudi destinacije	0	0	0	0	0
3.10.	Turističko-informativne aktivnosti	331.500	252.000	237.985	8	94
	TIC	296.500	238.000	224.306	7	94
	TIC - plaće i naknade	220.000	140.000	130.067	4	93
	TIC - najamnina i održavanje	69.500	68.000	68.847	2	101
	TIC - ostali materijalni troškovi	7.000	30.000	25.392	1	85

	Turistička signalizacija	20.000	14.000	13.680	0	98
	Info table	15.000	0	0	0	0
4.	DESTINACIJSKI MENADŽMENT	610.000	691.000	675.859	21	98
	4.1. Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor	30.000	30.000	30.000	1	100
	4.2. Upravljanje kvalitetom u destinaciji	75.000	50.000	49.983	2	100
	Upravljanje kvalitetom	30.000	48.000	48.490	2	101
	Podizanje konkurentnosti destinacije	25.000	0	0	0	0
	Suradnja s predstvincima tur. ponude	10.000	0	0	0	0
	Nagrade i priznanja	10.000	2.000	1.493	0	75
	4.3. Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša	505.000	611.000	595.877	19	98
	Čišćenje i održavanje plaža	440.000	502.000	491.371	15	98
	Održavanje tuševa i WC-a na plaži	15.000	55.000	53.827	2	98
	Sadnice za cvjetne aleje	40.000	40.000	37.332	1	93
	Vrećice za smeće	10.000	14.000	13.348	0	95
	Suradnja sa subjektima javnog i privatnog sektora	0	0	0	0	0
5.	ADMINISTRATIVNI POSLOVI	607.500	618.000	601.303	19	97
	5.1. Plaće i naknade	480.000	480.000	478.981	15	100
	5.2. Materijalni troškovi	117.500	128.000	119.994	4	94
	Najam i održavanje poslovnog prostora	27.500	30.000	27.718	1	92
	Režijski troškovi	20.000	6.000	5.140	0	86
	Uredska oprema i materijal	10.000	12.000	12.788	0	107
	Prijevoz, telefon, poštارина	10.000	6.000	5.340	0	89
	Stručno usavršavanje	5.000	15.000	12.249	0	82
	Dnevnice i putni troškovi	5.000	0	0	0	0
	Revizorske usluge	20.000	20.000	20.000	1	100
	Troškovi platnog prometa	10.000	4.000	3.940	0	98
	Ostali materijalni izdaci	10.000	35.000	32.821	1	94
	5.3. Tijela turističke zajednice	10.000	10.000	2.328	0	23
6.	REZERVA	0	0	0	0	0
7.	POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE	0	0	0	0	0
	SVEUKUPNO	3.860.000	3.178.000	3.171.459	100	100

	VIŠAK PRIHODA ZA PRIJENOS U SLJEDEĆU GODINU	0	1.295.000	1.078.797		83
--	--	----------	------------------	------------------	--	-----------

Vodice, siječanj 2022.

Turistička zajednica grada Vodica
Predsjednik
Ante Cukrov