

TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA NOVALJE

TURISTIČKI URED

IZVJEŠĆE O IZVRŠENJU PROGRAMA RADA TZG NOVALJE ZA 2020.god.



NOVALJA, OŽUJAK 2020.g.

SADRŽAJ

1.UVOD.....	4
A.TURISTIČKI PROMET NA PODRUČJU TZG GRADA NOVALJE 2020.g.....	5
1.Statistički prikaz ostvarenja turističkog fizičkog prometa na području TZ grada Novalje u turističkoj sezoni 2020.godine.....	7
B.IZVJEŠĆE O IZVRŠENJU PROGRAMA RADA NA PODRUČJU TZG NOVALJE ZA 2020.g.....	20
1.Izvješće o radu Turističkog vijeća TZG Novalje.....	20
2.Izvješće o radu Skupštine TZG Novalje.....	24
3.Izvješće o radu direktorice.....	31
C.IZVJEŠĆE O RADU TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA NOVALJE ZA 2020.g.....	34
I.ADMINISTRATIVNI RASHODI.....	34
1.Turistički ured.....	34
2.Turistički informativni centar.....	34
II.DIZAJN VRIJEDNOSTI.....	35
1.Aktivnosti na poticanju sudjelovanja i uređenju Grada te uređenju i zaštiti prostora.....	35
2.Manifestacije.....	35
2.1.Kulturno-zabavne manifestacije.....	35
2.2.Potpore manifestacijama.....	36
2.3.Ostale manifestacije.....	39
3.NOVI PROIZVODI.....	41
III.KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI.....	46
1.On-line oglašavanje.....	46
2.Off line oglašavanje.....	56
IV.DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI.....	58
1.Sajmovi.....	58
V.INTERNI MARKETING.....	62
1.Edukacija.....	62

2.Nagrade i priznanja.....	62
VI.MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA.....	65
1.Proizvodnja multimedijalnih programa.....	65
VII.OSTALO.....	66

1.UVOD

U poslovnom materijalu Izvješće o izvršenju programa rada za 2020. godinu daje se osvrt na glavna obilježja turističke sezone kao i statistički prikaz ostvarenog turističkog prometa na području TZ Grada Novalje (u daljnjem tekstu Zajednica) za 2020. godinu.

Pandemija korona virusa koja nas je zatekla početkom ožujka 2020.g. pokazala je ono što smo znali i ranije, koliko Novalja, kao i druge naročito slične destinacije, isključivo ovise o turizmu. U okolnostima u kojima se je našao cijeli svijet snašli smo se i poslovali onako kako se moglo, uz uvjete neprestanih promjena smjerova turističkog kretanja. Najveći naglasak bio je na komunikaciji putem raznih digitalnih platformi sa svim našim dionicima turističkog proizvoda (gostima, iznajmljivačima, hotelijerima, kampovima, turističkim agencijama i dr.) obzirom na uvjete i ograničenja u vidu zatvorenih granica naših najvažnijih emitivnih tržišta. U navedenim okolnostima od izuzetne važnosti bila je fleksibilnost u suradnji sa partnerima, raspolaganje ažuriranim informacijama o putovanjima, epidemiološka slika, te nacionalna i međunarodna promidžba slike destinacije. S današnje točke gledišta sve su to prednosti planiranja aktivnosti, svjesni okolnosti da nećemo ući iznenađeni u novu 2021.godinu. Zajednica je u okviru svojih mogućnosti i zadaća pridonijela kvalitetnom obavljanju svojih aktivnosti pri čemu su neizvjesnost i fleksibilnost bile glavne značajke ove turističke sezone. Početkom godine Zajednica je krenula sa svojim redovnim aktivnostima i pripremi sezone a njezin tijek detaljno je objašnjen u predmetnom dokumentu.

A. TURISTIČKI PROMET NA PODRUČJU TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA NOVALJE U 2020.godini

Poznata događanja koja su nas zadesila u okviru pandemije korona virusa početkom ožujka 2020.godine, neizvjesnost i upitnost same sezone, te označavanje Hrvatske crvenom zonom sredinom kolovoza, na našim izrazito važnim emitivnim tržištima (Slovenija, Austrija) odrazilo se na brojke ovogodišnje sezone. No unatoč tome, ukupne brojke ali i poruke koje smo dobili trebale bi nas činiti zadovoljnim. Uporište prije svega treba sagledati i u prognozama s početka godine koje su varirale od promišljanja da sezone neće biti do maksimalnog ostvarenja turističkog prometa od 30%. Ono što je još značajnije procesi su koji anticipiraju godine koje dolaze, nadajući se bez ovakvih zdravstvenih ugroza. Uviđamo da smo postali privlačniji obiteljskim gostima, jer oni s festivalske scene su gotovo u potpunosti izostali ove godine, kao i činjenicu da smo vrlo uspješni u stvaranju lepeze ponude prema tipu smještaja. Uz dominantan obiteljski smještaj, apartmanski kao i onaj u kampovima, sada se možemo pohvaliti i s jako dobrim hotelskim smještajem što će u vremenima koja dolaze utjecati i na strukturu gostiju, produženje pred i posezone. Dodajmo još kako smo već u razmatranju statistike, sa značajnim brojkama pojavili se gosti s nekih tržišta kojih u godinama prije krize nismo bilježili velike brojke, prije svega poljsko i domaće tržište. To je od iznimne važnosti jer je jasno kako će se vraćanjem globalne slike vratiti Talijani, Englezi, Austrijanci, koji su jako nedostajali ovog ljeta. Novalja se tako otvorila novim tržištima, primjerice Poljacima koji su ove godine umjesto Turske ili Grčke koje inače posjećuju milijuni gostiju iz te srednje europske zemlje birali Hrvatsku kao nikad do sada. Prema reakcijama poljski turisti su bili iznimno zadovoljni te je očekivati kako će ovogodišnji posjetitelji postati i najbolji promotori novaljskog turizma kod svojih sunarodnjaka, te kako se dogodne može očekivati veći njihov broj.

Zajednica u sinergiji sa svojim turističkim dionicima marljivo slaže mozaik svoje ponude. On ne samo da uvažava datosti kao što su jedinstvene plaže, unikatna priroda, već se u njih inkorporiraju djelatnosti koje s jedne strane dio su trenda a s druge gotovo idealna nadopuna te i takve prirode. Riječ je dakako o outdooru, aktivnostima na otvorenome kojima se koristi sve veći broj ljudi i značajno širi sezonu, a samim time i implementiranje dodatnog sadržaja aktivnog Pag Summer Outdoor Weekenda. Tu je dakako gastronomija sa svojim prepoznatljivim otočnim brendovima i njezinim liderima a ovogodišnja Michellinova zvjezdica restoranu „Boškinac“ još jedna je svjetska potvrda vrhunskog turističkog proizvoda destinacije. Sve je to otok Pag, spoj tradicionalnog, modernog, budućeg, prepoznatljivog, spremnog da vas uvuče u svoj pore. Stoga u suradnji sa ostalim Turističkim zajednicama otoka predstavljamo i sve više komuniciramo jedinstvenu destinaciju, otok Pag.

U sezonu smo ušli početkom lipnja, kada naše najvažnije emitivno tržište otvara granice prema Hrvatskoj, prvo za vlasnike vikendica zatim za komercijalni turizam a 15.06.2020. to čini

Njemačka koja je zajedno sa Slovenijom ove godine ostvarile 50% od ukupno ostvarenog turističkog prometa. Prvi gosti dolaze u kampove i obiteljski smještaj u potrazi za sigurnosti od zaraze virusom. Mahom su to stariji gosti koji poznaju destinaciju, tradicionalno vezani za određeni smještajni objekt i iznajmljivača, upoznati sa svim sigurnosnim informacijama te borave nešto duže u destinaciji od uobičajenog. Samim time manja mjesta na području grada Novalje ove godine ostvarile su turistički promet gotovo na istim razinama kao i dosadašnjih godina. Nedostatak party gostiju te nemogućnost održavanja festivala skrenuli su fokus sa našeg najdominantnijeg turističkog proizvoda festivala na plaži Zrće, te ugostili neke nove goste, pretežno obiteljske. Ugostiteljskim objektima na plaži Zrće dozvoljen je rad u okviru mjera koje su bile u datim trenutcima na snazi i pod stalnim nadzorom Civilne zaštite Ličko senjske županije no sve glasnjia nagađanja da se zaraza širi upravo sa Zrća donosi nam izuzetno negativan medijski publicitet. U ovogodišnjoj borbi za dio turističkog kolača nije se prezalo ni pred čim. Emitivna tržišta nastojala su svoje sugrađane motivirati da ostanu u svojoj zemlji te raznim vaučerima pomažu potrošnji u vlastitoj zemlji pa sve do objava podmetnutih snimaka čuvene RTL medijske kuće pod nazivom „Balkanci se ponašaju onako kako se od njih očekuje - kao Balkanci“ emitirajući snimke prijašnjih vremena sa Zrća i partijanja iz Bugarske. Činjenica je da u datom trenutku Novalja bilježi 12.636 turista u komercijalnom smještaju ili 56.1% u odnosu na proteklu godinu, što jasno upućuje na nedostatak tzv. party gostiju. No unatoč pisanim demantijima, svaki negativan prilog odražavao se na booking i cijeli tijek sezone od tada do sredine 8. mjeseca nepredvidivo se mijenja i ovisi o epidemiološkoj slici Hrvatske i destinacije. Prilog i njemu slični ne samo o Zrću nego i drugim destinacijama Hrvatske došli su uoči velikog polaska Nijemaca iz dviju južnih pokrajina na godišnji odmor 24.srpnja i sigurno je pokolebao dio neodlučnih te onih koji su računali na last minute booking. Da se Njemačka tuče s Mediteranom za njemačke turiste, potvrđuju i brojne kampanje u njemačkim medijima upravo njemačkih destinacija, kakve su proteklih godina bile rezervirane samo i upravo za inozemna tržišta. Također u Njemačkoj je do kraja godine snižen pdv na smještaj za 2%, što je pojeftinilo dio turističkih usluga, kako bi se odmor u vlastitoj zemlji Nijemcima učinio što privlačnijima. Sezona gotovo u potpunosti završava početkom rujna kada nas niz emitivnih tržišta stavlja na crvenu listu zemalja te ograničava putovanja svojih sugrađana.

Nedostatak festivalskih gostiju, smanjenje paušalne turističke pristojbe za 50% te smanjena potrošnja turista, a time i poslovna aktivnost subjekata, odrazilo se na ukupno smanjene prihoda Zajednice. Zaključno brojke su manje, što više prepolovljene, ali i ove neobično teške godine uzmaca nema. No, kakve god bile aktualne statistike, Novalju s odgovornim strateškim planiranjem upravljanja destinacijom, ulaganjem u održive oblike turističkog proizvoda, ulaganjem u postojeća i otvaranje novih tržišta tek čekaju jako dobra vremena.

Trenutno raspoloživi kapaciteti na području TZ Grada Novalje iznose 28 967 kreveta/osoba ili po vrstama:

- hoteli - 1 232 osnovna kreveta (od toga „pansioni“ - 251 krevet)
- kampovi - 7 047 osoba (novo – kamp „Olea“ - 300 kreveta)
- hosteli - 676 osnovnih kreveta (novo – hostel „Vagabundo“ - 133 kreveta)
- obiteljski smještaj - oko 14 503 osnovnih i 5 509 dodatnih kreveta (brojke se svakodnevno mijenjaju uslijed novih kategorizacija, promjena u broju kreveta te prestanka obavljanja djelatnosti).

1.STATISTIČKI PRIKAZ OSTVARENJA FIZIČKOG TURISTIČKOG PROMETA NA PODRUČJU TZ GRADA NOVALJE U TURISTIČKOJ SEZONI 2020. GODINE

U ovom dijelu daje se statistički prikaz rezultata fizičkog turističkog prometa na području Zajednice u turističkoj sezoni 2020. godine, tj. za razdoblje travanj - listopad kada su kapaciteti na području grada Novalje otvoreni.

Ovdje izneseni statistički podaci preuzeti su iz sustava „eVisitor“ i odnose se isključivo na turistički promet ostvaren u komercijalnom smještaju, tj. kategoriziranim smještajnim objektima (hoteli, kampovi, obiteljski smještaj, hosteli); tzv. turistički promet u nekomercijalnom smještaju što su ga u svojim objektima ostvarili vlasnici kuća i stanova za odmor, članovi njihovih obitelji te osobe koje su boravile u njihovim objektima - „vikendaši“, nije uključen u ovu statistiku.

Iako se u podacima o turističkom prometu što ih u javnost iznose krovne hrvatske turističke institucije ubrajaju i podaci o turističkom prometu u nekomercijalnom smještaju, smatramo da se tako dobiva nerealna slika turističkog prometa (nerealno visoke veličine), jer se podatke u ovoj vrsti smještaja većim dijelom ne može smatrati vjerodostojnima, naročito kad se radi o broju noćenja (osobe se uglavnom prijavljuju na duži boravak od stvarno ostvarenoga).

Napominjemo, također, da u ovim statističkim podacima nisu sadržani podaci o turističkom prometu na području TZ mjesta Stare Novalje osim gdje je to posebno naznačeno.

Tabela 1:

Ukupni turistički promet na području TZ grada Novalje u turističkoj sezoni 2020. godine i usporedba sa sezonom 2019. godine (razdoblje travanj - listopad)

	DOLASCI			NOĆENJA		
	2019.	2020.	Index 20/19	2019.	2020.	Index 20/19
DOMAĆI	16 102	16 821	104	82 994	92 525	111
STRANI	234 644	99 346	42	1 492 080	718 799	48
UKUPNO:	250 746	116 167	46	1 575 074	811 324	52

Izvor: eVisitor

Iz tabele 1 vidimo da je u promatranom razdoblju na području Zajednice zabilježeno 116 167 dolazaka turista što je 46% od dolazaka ostvarenih 2019. godine (indeks 46), te 811 324 noćenja, odnosno 52% od noćenja ostvarenih u istom lanjskom razdoblju (indeks 52).

Dolazaka domaćih turista bilo je 16 821 ili 4% više nego lani (indeks 104), a njihovih noćenja 92 525 ili 11% više nego u sezoni 2019. (indeks 111).

Strani turisti su zabilježili značajan pad i dolazaka i noćenja. Dolazaka stranih turista bilo je 99 346 što je 42% od prošlogodišnjih dolazaka stranih turista (indeks 42), a njihovih noćenja 718 799, odnosno 48% od prošlogodišnjih noćenja stranih turista (indeks 48).

Domaći turistički promet, mjereno brojem noćenja, ove godine čini 11,4%, a inozemni 88,6% ukupnog turističkog prometa. Zbog značajnog pada ukupnog turističkog prometa ove godine uzrokovanog pandemijom, udio domaćeg turističkog prometa u ukupnom turističkom prometu je porastao, no budući da su domaći turisti zabilježili porast i u dolascima i u noćenjima u odnosu na lani, može se zaključiti kako su domaći gosti ove godine pozitivno pridonijeli ukupnim turističkim rezultatima.

Prosječna dužina boravka turista ove godine iznosi 7 dana dok je lani iznosila 6,3 dana (kod domaćih turista je 5,5 dana, a kod stranih je 7,2 dana).

U ukupnom broju turista pojedina dobna skupina čini:

- do 15 godina - 21% (24 423 turista)
- od 16 do 30 godina - 32,2% (37 393 turista)
- od 31 do 60 godina - 42,6% (49 524 turista)
- iznad 60 godina - 4,2% (4 827 turista).

Ovogodišnja turistička sezona u uvjetima pandemije i izostanak većeg broja mladih značajno su izmijenili uobičajenu dobnu strukturu naših posjetitelja u kojoj su posljednjih godina prevladavali mladi turisti (16 - 30 godina) – prošle godine 50,9%, dok je ove godine njihov udio u ukupnom broju turista 32,2%. Do povećanja udjela je došlo u dobnim skupinama od 31 do 60 godina, ove godine je 42,6%, a lani 31,5%, te kod djece do 15 godina čiji je udio ove godine 21%, a prošle godine je iznosio 12,8%. To dovodi do zaključka kako su ove godine prevladavali obiteljski turisti. Najstarija dobna skupina iznad 60 godina ima udio od 4,2%, lani 4,8%, odnosno samo 4 827 dolazaka turista, čemu je sigurno pridonio povećan rizik obolijevanja od korona virusa.

NAPOMENA: Pribrojimo li ovdje podatke o turističkom prometu na području TZ mjesta Stare Novalje za isto razdoblje (travanj – listopad) – 9 331 dolazak turista i 76 570 njihovih noćenja, proizlazi da je na području Grada Novalje ove sezone registrirano ukupno 125 498 dolazaka turista, što je 47% od prošlogodišnjih dolazaka, te 887 894 njihovih noćenja, a to je 53% od ukupnog broja noćenja ostvarenih u istom prošlogodišnjem razdoblju.

U tabeli 2 prikazan je ovosezonski turistički promet na području Zajednice po mjesecima.

Tabela 2:

Turistički promet na području TZ grada Novalje u sezoni 2020. godine po mjesecima

	DOLASCI			NOĆENJA		
	Domaći	Strani	Ukupno	Domaći	Strani	Ukupno
Mjesec						
TRAVANJ	8	12	20	515	768	1 283
SVIBANJ	324	702	1 026	993	2 342	3 335
LIPANJ	2 973	13 136	16 109	10 990	73 819	84 809
SRPANJ	5 210	42 531	47 741	30 201	306 529	336 730
KOLOVOZ	7 082	39 430	46 512	44 598	300 029	344 627
RUJAN	1 107	3 342	4 449	4 912	34 045	38 957
LISTOPAD	117	193	310	316	1 267	1 583
UKUPNO:	16 821	99 346	116 167	92 525	718 799	811 324

Izvor: eVisitio

Na temelju podataka iz tabele 2., udio pojedinih mjeseci u ukupnim noćenjima iznosi:

travanj	0,2%,
svibanj	0,4%,
lipanj	10,4%,
srpanj	41,5%,
kolovoz	42,5%,
rujan	4,8%,
listopad	0,2%.

Mjesečna razdioba turističkog prometa u turističkoj sezoni uvjetovanoj pandemijom svela se uglavnom na dva središnja ljetna mjeseca – srpanj i kolovoz, kada je ostvareno 84% ukupnog turističkog prometa na području Zajednice. Udio travnja i svibnja u ukupnom turističkom prometu je vrlo mali, a uslijed postupnog otvaranja granica unutar Europske unije u lipnju je došlo do značajnijeg porasta, da bi se glavnina ovogodišnjeg turističkog prometa ostvarila u srpnju i kolovozu. Zbog ponovnog zatvaranja pojedinih zemalja već u drugoj polovici kolovoza, udio rujna se značajno smanjio, a listopada je vrlo mali. Usporedba turističkog prometa po mjesecima ove i prošlogodišnje sezone prikazana je u narednoj tabeli.

Mjesečna usporedba turističkog prometa na području TZ grada Novalje u sezonama 2020. i 2019. godine

	D O L A S C I			N O Ć E N J A		
	2019.	2020.	Index	2019.	2020.	Index
<i>Mjesec</i>						
TRAVANJ	3 378	20	0,6	10 934	1 283	11,7
SVIBANJ	13 357	1 026	7,7	46 544	3 335	7,2
LIPANJ	44 759	16 109	36	237 122	84 809	35,8
SRPANJ	84 522	47 741	56,5	567 474	336 730	59,3
KOLOVOZ	87 839	46 512	53	593 140	344 627	58
RUJAN	15 437	4 449	28,8	113 344	38 957	34,4
LISTOPAD	1 454	310	21,3	6 516	1 583	24,3
UKUPNO:	250 746	116 167	46,3	1 575 074	811 324	51,5

Izvor: eVisitor

Podaci iz gornje tabele pokazuju već naglašenu karakteristiku ovogodišnje turističke sezone u kojoj je glavnina turističkog prometa ostvarena u srpnju i kolovozu kada je broj noćenja bio gotovo 60% u odnosu na prošlogodišnji srpanj i kolovoz. Travanj i svibanj su ostvarili vrlo mali broj dolazaka i noćenja, a lipanj s 36% dolazaka i noćenja u odnosu na prošlu godinu je potaknuo pozitivna očekivanja od glavne sezone. Ponovna ograničenja putovanja već u drugoj polovici kolovoza dovela su do ponovnog pada broja dolazaka i noćenja u rujnu i listopadu.

U tabeli 3 prikazan je ovosezonski turistički promet na području Zajednice po vrstama smještaja uz usporedbu s lanjskom sezonom.

Tabela 3:

Turistički promet na području TZ Grada Novalje po vrstama smještaja u sezoni 2020. i usporedba sa sezonom 2019. godine

	DOLASCI			NOĆENJA		
	2019.	2020.	Index 20/19	2019.	2020.	Index 20/19
<u>Vrsta smještaja</u>						
a) HOTELI	21 518	9 538	44	86 159	36 529	42
b) KAMPOVI	71 751	41 005	57	573 285	340 144	59
c) OBITELJ. SMJEŠTAJ	149 433	64 029	43	885 462	429 880	49
d) HOSTELI	8 044	1 595	20	30 168	4 771	16
U K U P N O:	250 746	116 167	46	1 575 074	811 324	52

Izvor: eVisitor

Podaci iz tabele 3 pokazuju da su hoteli ove sezone ostvarili 44% dolazaka turista (indeks 44) i 42% noćenja (indeks 42) od prošlogodišnjih ostvarenja. Ove smo godine u hotele uvrstili i pansionere koji se inače kategoriziraju u skupinu "hoteli", a koje smo do ove godine smještali u privatni smještaj. Na području TZ grada Novalje imamo 8 pansiona koji imaju ukupno 251 krevet, a ove su godine ostvarili 572 dolaska turista i 2 650 noćenja. Treba napomenuti da je hotel In Excelsis ostao zatvoren ove godine, kao i paviljoni hotela Liberty koji su preuređeni, te će ubuduće raditi kao zaseban hotel pod nazivom Liberty Plaza. Udio hotela u turističkom prometu ove godine iznosi 8,2% u ukupnim dolascima i 4,5% u ukupnim noćenjima. Prosječna dužina boravka gostiju u hotelima iznosi 3,8 dana što je neznatno manje nego lani.

Kampovi su ove godine ostvarili 57% dolazaka (indeks 57) i 59% noćenja (indeks 59) od prošlogodišnjih ostvarenja, te se može zaključiti kako su kampovi najbolje poslovali ove godine. Dobrim rezultatima pridonijelo je otvaranje još jednog kampa – kamp „Olea“ u Šonjevim stanim, kapaciteta 300 osoba. Udio kampova u ukupnom broju dolazaka turista iznosi 35,3%, a u ukupnom broju noćenja 41,9% što je povećanje udjela u odnosu na lani. Prosječna dužina boravka turista u kampovima iznosila je 8,3 dana i neznatno je veća nego

lani, a i nadalje je najveća među svim vrstama smještaja. Upravo ovaj podatak o prosječnoj dužini boravka turista, između ostalog, govori o visokoj kvaliteti usluga naših kampova u čemu osobito prednjači kamp Straško.

Pokazatelji kod obiteljskog smještaja govore da je u njemu ove godine ostvareno 43% dolazaka (indeks 43) i 49% noćenja (indeks 49) od prošlogodišnjih ostvarenja. Što se tiče udjela u turističkom prometu, od ukupnog broja turista u obiteljskom ih je smještaju boravilo 55,1%, a od ukupnih noćenja u njemu ih je ostvareno 53%, što znači da je u obiteljskom smještaju i ove godine ostvareno više od polovice ukupnog turističkog prometa. U obiteljskom smještaju gosti su prosječno boravili 6,7 dana što je povećanje u odnosu na lani (5,9 dana).

U hostelima je ove godine ostvareno tek 20% dolazaka turista (indeks 20) i 16% noćenja (indeks 16) od prošlogodišnjih ostvarenja. Udio hostela u ukupnim dolascima iznosi 1,4%, a u ukupnim noćenjima 0,6%. Prosječna dužina boravka turista u hostelima bila je 3 dana te je najkraća među svim vrstama smještaja. Ove godine je otvoren još jedan novi hostel u Gajcu naziva Vagabundo i kapaciteta 133 kreveta. Dio hostela je ostao zatvoren, te su ove sezone od ukupno šest hostela radili njih tri.

Prosječna popunjenost naših smještajnih kapaciteta je ove sezone bila izrazito loša i u promatranom 7-mjesečnom razdoblju (214 dana), iznosi svega 35 dana (lani 67 dana) ili 16% (lani 31%), a po pojedinoj vrsti kapaciteta bila je kako slijedi:

- hoteli (kapacitet 1 078): 34 dana ili 16% (45 dana manje i 21% lošije nego u sezoni 2019.)
Napomena: u kapacitete nije uračunat hotel In Excelsis (154 kreveta) koji je bio zatvoren.

- kampovi (kapacitet 7 047 osoba): 48 dana ili 22% (37 dana manje i 18% lošije nego 2019.);

-obiteljski smještaj (kapacitet 14 503 osnovnih kreveta): 30 dana ili 14% (28 dana manje i 13% lošije nego lani). Napomena: dio kapaciteta u obiteljskom smještaju je ostao zatvoren, ali je nemoguće procijeniti o kojem se broju radi.

- hosteli (kapacitet 365 osnovnih kreveta): 13 dana ili 6% (45 dana manje i 21% lošije nego lani). Napomena: uračunati su samo kapaciteti triju hostela koji su radili ove godine.

Tabela 4:

Turistički promet na području TZ grada Novalje po mjestima u sezoni 2020. i usporedba sa sezonom 2019. godine

	DOLASCI			NOĆENJA		
	2019.	2020.	Index 20/19	2019.	2020.	Index 20/19
<u>Mjesto</u>						
NOVALJA	193 036	79 291	41	1 206 137	542 117	4
METAJNA	6 466	4 532	70	49 173	37 488	76
ZUBOVIĆI	3 496	2 507	72	23 820	19 111	80
KUSTIĆI	4 139	3 764	91	31 313	31 314	100
VIDALIĆI	4 814	3 260	68	30 479	23 541	77
CASKA	3 442	1 588	46	21 095	10 264	49
LUN, JAKIŠNICA	11 418	6 777	59	71 175	49 299	69
POTOČNICA, VARSAN, STANI	15 047	10 603	70	87 329	73 178	84
GAJAC	8 888	3 845	43	54 553	25 012	46
UKUPNO	250 746	116 167	46	1 575 074	811 324	52

Izvor: eVisitor

Podaci iz tabele 4 pokazuju da su ove sezone u odnosu na prošlogodišnju Novalja, Gajac i Caska ostvarili najveći pad turističkog prometa čemu je uzrok izostanak mladih turista posjetitelja zabava na plaži Zrće. Ostala naselja koja su više orijentirana na obiteljski turizam i imaju stalne goste zabilježila su dolaske i noćenja koja su na razini od 60 – 100% od prošlogodišnjih ostvarenja. Posebno dobre rezultate bilježe Potočnica, Varsan i Stani koji su ostvarili čak 73 178 noćenja, čemu je pridonijela dobra popunjenost kampova, kao i otvaranje još jednog kampa na tom području.

Pojedinačno po naseljima to izgleda ovako:

- Novalja 41% dolazaka (indeks 41) i 45% noćenja (indeks 45) od prošlogodišnjih ostvarenja,
- Metajna 70% dolazaka (indeks 70) i 76% noćenja (indeks 76) od prošlogodišnjih ostvarenja,
- Zubovići 72% dolazaka (indeks 72) i 80% noćenja (indeks 80) od prošlogodišnjih ostvarenja,
- Kustići 91% dolazaka (indeks 91) i 100% noćenja (indeks 100) od prošlogodišnjih ostvarenja,
- Vidalići 68% dolazaka (indeks 68) i 77% noćenja (indeks 77) od prošlogodišnjih ostvarenja,
- Caska 46% dolazaka (indeks 46) i 49% noćenja (indeks 49) od prošlogodišnjih ostvarenja,
- Lun/Jakišnica 59% dolazaka (indeks 59) i 69% noćenja (indeks 69) od prošlogodišnjih ostvarenja,
- Potočnica/Varsan/Stani 70% dolazaka (indeks 70) i 84% noćenja (indeks 84) od prošlogodišnjih ostvarenja,
- Gajac 43% dolazaka (indeks 43) i 46% noćenja (indeks 46) od prošlogodišnjih ostvarenja.

Kako inozemni turistički promet redovito čini oko 95% našeg ukupnog turističkog prometa, u tabeli 5 prikazani su njegovi usporedni pokazatelji po našim najznačajnijim emitivnim zemljama za ovogodišnju i prošlogodišnju sezonu.

Tabela 5: Usporedni pokazatelji inozemnog turističkog prometa na području TZ grada Novalje u turističkim sezonama 2020. i 2019. godine

	DOLASCI			NOĆENJA		
	2019.	2020.	Index 20/19	2019.	2020.	Index 20/19
Zemlje:						
SLOVENIJA	33 455	26 389	79	249 099	208 995	84
NJEMAČKA	54 985	25 674	47	378 163	199 665	53
POLJSKA	10 271	12 253	119	73 491	85 746	117
ČEŠKA	13 161	10 998	84	91 365	73 228	80
ITALIJA	43 951	5 025	11	265 784	35 566	13
AUSTRIJA	19 124	4 411	23	108 190	28 794	27
SLOVAČKA	6 888	2 989	43	39 566	19 062	48
V. BRITANIJA	10 932	524	5	65 780	2 530	4
Ostale eu. i izvan eu.	41 877	11 083	26	220 642	65 213	30
UKUPNO	234 644	99 346	42	1 492 080	718 799	48

Izvor: eVisitor

Promatrajući podatke iz tabele 5, koji se odnose na naših inače 8 najjačih emitivnih zemalja (prednost u poretku ima broj noćenja pred brojem dolazaka), vidimo da su, u odnosu na prošlu godinu:

- Slovenci ostvarili 79% dolazaka (indeks 79) i 84% noćenja (indeks 84) od prošlogodišnjih ostvarenja,
- Nijemci ostvarili 47% dolazaka (indeks 47) i 53% noćenja (indeks 53) od prošlogodišnjih ostvarenja,
- Poljaci zabilježili 19% više dolazaka (indeks 119) i 17% više noćenja (indeks 117),
- Česi ostvarili 84% dolazaka (indeks 84) i 80% noćenja (indeks 80) od prošlogodišnjih ostvarenja,

- Talijani ostvarili 11% dolazaka (indeks 11) i 13% noćenja (indeks 13) od prošlogodišnjih ostvarenja,
- Austrijanci ostvarili 23% dolazaka (indeks 23) i 27% noćenja (indeks 27) od prošlogodišnjih ostvarenja,
- Slovaci ostvarili 43% dolazaka (indeks 43) i 48% noćenja (indeks 48) od prošlogodišnjih ostvarenja,
- Britanci ostvarili tek 5% dolazaka (indeks 5) i 4% noćenja (indeks 4) od prošlogodišnjih ostvarenja,

Podaci iz tabele 5 pokazuju kako su ove godine slovenski i njemački turisti značajno prednjačili pred svim ostalim stranim turistima. Pri tome su Slovenci ostvarili 79% dolazaka i čak 84% noćenja od prošlogodišnjih ostvarenja, te su takvim rezultatima zauzeli prvo mjesto i po broju dolazaka i po broju noćenja među stranim turistima. Njemačka, koja je prošle godine bila na prvom mjestu i po broju dolazaka, i po broju noćenja, ove je godine s 47% dolazaka i 53% noćenja od prošlogodišnjih ostvarenja zauzela drugo mjesto. Najveći pad, i u broju dolazaka i u broju noćenja, zabilježila je Italija koja je lani zauzimala drugo mjesto, a ove je godine tek na petom mjestu s ostvarenih 11% dolazaka i 13% noćenja od prošlogodišnjih. No, takvi rezultati ne čude budući da je Italija bila koronom najpogođenija europska zemlja na početku epidemije. Austrija je također ostvarila vrlo loše rezultate u odnosu na lani, te je s lanjskog četvrtog mjesta ove godine pala na šesto mjesto. Lošija od Austrije je bila i Slovačka, a izostankom festivala na Zrću izostali su i engleski turisti koji su ostvarili tek 5% dolazaka i 4% noćenja od prošlogodišnjih. Povećanje broja dolazaka i noćenja u odnosu na lani, ove je godine među stranim zemljama zabilježila jedino Poljska i to čak 19% više dolazaka i 17% više noćenja u odnosu na lani, te je zauzela treće mjesto u poretku stranih zemalja. Češka se je s 84% dolazaka i 80% noćenja od prošlogodišnjih smjestila na četvrto mjesto među stranim zemljama. Ostale europske i izvaneuropske zemlje su ostvarile 26% dolazaka i 30% noćenja od prošlogodišnjih ostvarenja.

Prosječna dužina boravka turista iz promatranih zemalja govori da su najduže boravili Slovenci – 7,9 dana, potom Nijemci - 7,8 dana, zatim Poljaci i Talijani – 7 dana, Česi – 6,7 dana, Austrijanci – 6,5 dana, Slovaci – 6,4 dana, te najkraće Britanci – 4,8 dana. Slovenci, Nijemci, Talijani, Austrijanci i Slovaci boravili su duže nego prošle godine.

U tabeli 5a prikazan je udio naših najznačajnijih emitivnih zemalja u ukupnom inozemnom turističkom prometu ove sezone.

Tabela 5a:

Udio najznačajnijih emitivnih zemalja u inozemnom turističkom prometu na području TZ Grada Novalje u sezoni 2020. godine

Zemlja:	DOLASCI	NOĆENJA	UDIO U UKUPNOM BROJU U %	
	TURISTA	TURISTA	Dolasci	Noćenja
SLOVENIJA	26 389	208 995	27	29
NJEMAČKA	25 674	199 665	26	28
POLJSKA	12 253	85 746	12	12
ČEŠKA	10 998	73 228	11	10
ITALIJA	5 025	35 566	5	5
AUSTRIJA	4 411	28 794	4	4
SLOVAČKA	2 989	19 062	3	3
V. BRITANIJA	524	2 530	1	0
Ostale eu.i izvan eu.				
zemlje	11 083	65 213	11	9
U K U P N O:	99 346	718 799	100	100

Napomena: zemlje su poredane prema broju ostvarenih noćenja.

Zajednički udio turističkog prometa iz 8 promatranih zemalja u ukupnom inozemnom turističkom prometu iznosi 89% u dolascima i 91% u noćenjima, pri čemu su Slovenija i Njemačka zajednički ostvarile više od 50% ukupnih dolazaka i noćenja stranih turista. Poljska i Češka su povećale svoje udjele, dok Italija bilježi najveći pad udjela, a udio Austrije je također značajno manji u odnosu na lani. Slovačka je zadržala isti udio, a udio Velike Britanije je pao ispod 1% ukupnog inozemnog turističkog prometa.

ZAKLJUČAK

Umjesto očekivane rekordne turističke sezone, ova godina je, uslijed događanja uzrokovanih pandemijom koronavirusa početkom ožujka 2020. godine, bila obilježena neizvjesnošću i upitnosti same sezone. „Zaključavanje“ zemlje i većine djelatnosti na početku epidemije doveli su do prognoza koje su varirale od najava da turističke sezone neće biti, pa do procjena maksimalnog ostvarenja turističkog prometa od 30%. No unatoč tome, ukupne ostvarene brojke su nas pozitivno iznenadile, a poruke koje smo dobili trebale bi nas činiti zadovoljnima. Uviđamo da smo postali privlačniji obiteljskim gostima, jer oni s festivalske scene su gotovo u potpunosti izostali 2020. godine. No, kakve god bile aktualne statistike, Novalju s odgovornim strateškim planiranjem upravljanja destinacijom, ulaganjem u održive oblike turističkog proizvoda, ulaganjem u postojeća i otvaranje novih tržišta tek čekaju jako dobra vremena.

B. IZVJEŠĆE O IZVRŠENJU PROGRAMA RADA TZG NOVALJE ZA 2020.god.

1. IZVJEŠĆE O RADU TURISTIČKOG VIJEĆA TZG NOVALJE

Dana 15.siječnja 2020.godina održana je izvanredna telefonska videokonferencija Turističkog vijeća TZG Novalje kojoj su nazočili: predsjednik TZ grada Novalje Ante Dabo, članovi vijeća: Zlatko Škunca, Boris Šuljić, Antonio Datković, Zvonko Vrtodušić, Marin Lončarić, Josip Šonje. Odsutni članovi vijeća bili su Martina Matušin, Ivan Dabo. Za sjednicu je predložena 1 točka dnevnog reda:

1.Donošenje Odluke o prihvaćanju prijedloga Sporazuma o zajedničkom udruživanju svih Turističkih zajednica otoka Paga na razvoju projekta Outdoora otoka Paga.

Turističko vijeće jednoglasno donosi predmetnu odluku.

Dana 18. svibnja 2020.g. održana je 14. sjednica Turističkog vijeća Turističke zajednice grada Novalje, kojoj su nazočili: predsjednik TZ grada Novalje Ante Dabo, članovi Vijeća: Zvonko Vrtodušić, Zlatko Škunca, Ivan Dabo, Antonio Datković i Marin Lončarić, te direktorica Turističkog ureda Marina Šćiran Rizner.

Odsutni su bili članovi Vijeća: Boris Šuljić, Martina Matušin i Josip Šonje.

Za sjednicu je predložen slijedeći dnevni red:

1.Verifikacija Zapisnika sa 13. sjednice Turističkog vijeća TZ grada Novalje

2.Račun prihoda i rashoda TZ grada Novalje za 2019. godinu

3.Prijedlog Izmjena i dopuna Statuta TZ grada Novalje

4.Prijedlog Poslovnika o radu Turističkog vijeća TZ grada Novalje

5.Donošenje Odluke o kratkoročnom zaduživanju TZ grada Novalje zbog pandemije uzrokovane koronavirusom

6.Donošenje Odluke o smanjenju plaća zaposlenika TZ grada Novalje

7.Razno

Turističko vijeće je na sjednici donijelo slijedeće odluke i akte:

1.Članovi Vijeća su jednoglasno prihvatili Račun prihoda i rashoda TZ grada Novalje za 2019. godinu, te će se uputiti Skupštini TZ grada Novalje na usvajanje.

2.Članovi Turističkog vijeća su jednoglasno prihvatili prijedlog Izmjena i dopuna Statuta TZ grada Novalje koji će se uputiti na usuglašavanje Ministarstvu turizma RH.

3.Turističko vijeće je jednoglasno prihvatilo predloženi Poslovnik o radu Turističkog vijeće TZ grada Novalje.

Turističko vijeće je jednoglasno donijelo Odluku kojom se ovlašćuje direktorica Turističke zajednice grada Novalje da provede postupak kratkoročnog zaduživanja, odnosno dozvoljenog minusa po poslovnom računu kod Privredne banke Zagreb. Visina dozvoljenog minusa će iznositi 500.000,00 kuna.

Članovi Turističkog vijeća su jednoglasno donijeli Odluku o umanjenju brutto plaća u visini od 10% za 2 djelatnika Turističkog ureda, voditelja TIC-a TZ grada Novalja i spremačice zbog utjecaja pandemije koronavirusa na turizam u RH. Odluka se počinje primjenjivati na plaće zaposlenika za travanj 2020. i vrijedi do opoziva, tj. do stjecanja pune tekuće likvidnosti TZ grada Novalje

Dana 28. prosinca 2020.g. održana je putem videokonferencije 1. sjednica Turističkog vijeća Turističke zajednice Grada Novalje, kojoj su nazočili: predsjednik TZ Grada Novalje Ante Dabo, članovi Vijeća: Karolina Sanković, Boris Šuljić, Grga Kodrić, Ivica Lukanović, Luka Škunca, Lukica Šuljić, Domagoj Vrtodušić i Antonio Datković, te direktorica Turističkog ureda Marina Šćiran Rizner. Odsutan nije bio nitko.

Za sjednicu je predložen slijedeći dnevni red:

Uvodna riječ predsjednika TZG Novalje

1. Izmjene i dopune Programa rada s financijskim planom TZG Novalje za 2020.godinu

2. Analiza turističke sezone TZG Novalje 2020.godine
3. Donošenje odluke o Poslovniku o radu Turističkog vijeća TZG Novalje
4. Program rada s financijskim planom TZG Novalje za 2021.godinu
5. Izvješće o radu Turističkog ureda i radu direktorice Turističkog ureda TZG Novalje za 2020.godinu
6. Imenovanje komisije za popis imovine i obveza
7. Odluka o visini osnovice usklađena s propisima donesenim 2020.godine
8. Odluka o osnivanju radne skupine TZG Novalje za provedbu projekta Pag Outdoor
9. Razno

Turističko vijeće je na sjednici donijelo slijedeće odluke i akte:

1. Turističko vijeće je jednoglasno prihvatilo Prijedlog Izmjena i dopuna Programa rada s financijskim planom TZG Novalje za 2020.godinu, te će se uputiti Skupštini TZ grada Novalje na usvajanje.
2. Turističko vijeće je prihvatilo Analizu turističke sezone 2020.godine
3. Turističko vijeće je jednoglasno prihvatilo Odluku o donošenju Poslovnika o radu Turističkog vijeća TZ grada Novalje.

4. Članovi Turističkog vijeća su jednoglasno prihvatili predloženi Program rada s financijskim planom Turističke zajednice Grada Novalje za 2021. godinu, te će se uputiti Skupštini TZ grada Novalje na usvajanje.

5. Vijeća su jednoglasno prihvatili Izvješće o radu Turističkog ureda i radu direktorice Turističkog ureda TZ Grada Novalje za 2020. godinu.

6. Turističko vijeće je jednoglasno podržalo prijedlog da se u Komisiju za popis imovine i obveza imenuju: Karolina Sanković i Lidija Šuljić.

Turističko vijeće je jednoglasno donijelo Odluku o osnivanju radne skupine TZ grada Novalje za provedbu projekta Pag Outdoor, koju čine: Dinko Škunca, Ante Dabo, Ivica Lukanović i Luka Škunca.

Turističko vijeće je jednoglasno donijelo Odluku o visini osnovice za obračun osnovne plaće zakonom o radu propisane najniže osnovice usklađene s propisima donesenim u 2020. godini. Prema toj odluci visina osnovice za obračun osnovne plaće temeljem Zakona o radu propisane najniže osnovice za obračun i plaćanje doprinosa za mirovinsko osiguranje za osobe s punim radnim vremenom, za 2020. godinu iznosi 3.488,78 kn. Novoutvrđena visina osnovice počinje se primjenjivati od obračuna plaća za stalno zaposlene radnike u Turističkom uredu TZ grada Novalje za prosinac 2020. godine koje će biti isplaćene u siječnju 2021. godine.

2. IZVJEŠĆE O RADU SKUPŠTINE TZG NOVALJE ZA 2020.godinu

Dana 29. listopada 2020. održana je 8. sjednica Skupštine Turističke zajednice grada Novalje putem videokonferencije. Sjednici su nazočili članovi Skupštine: Snježana Palada, Ivan Zubović, Petra Vidušin, Domagoj Vrtodušić, Dušan Mišković, Erika Škunca, Pavle Špelić, Tomislav Šuljić (Sito), Ivica Datković, Zoran Peris, Tomislav Šuljić (soboslikar), Davor Badurina, predsjednik Skupštine Ante Dabo i direktorica Turističkog ureda Marina Šćiran Rizner.

Odsutni su bili članovi Skupštine: Mislav Oštarić, Grga Kodrić, Suzana Badurina Tomić, Martina Knežević, Iva Biskupić, Karolina Sanković, Anton Šestan, Mate Dedić, Toni Škunca, Šime Škunca, Anton Šuljić i Slobodan Trcol.

Za sjednicu je predložen slijedeći dnevni red:

1. Verifikacija Zapisnika sa 7.sjednice Skupštine TZ grada Novalje
2. Račun prihoda i rashoda za 2019.godinu
3. Donošenje Statuta TZ grada Novalje
4. Prijedlog Odluka o ukidanju Turističkih društava Lun i Metajna
5. Razno

Skupština TZ je na sjednici donijela slijedeće odluke:

Članovi Skupštine TZ su jednoglasno i bez rasprave usvojili Račun prihoda i rashoda TZ grada Novalje za 2019. godinu.

Članovi Skupštine TZ su jednoglasno i bez rasprave usvojili prijedlog odluka o ukidanju Turističkih društava Lun i Metajna.

Članovi Skupštine TZ su jednoglasno i bez rasprave usvojili prijedlog novog Statuta TZ grada Novalje.

Dana 19. studenog 2020. održana je putem videokonferencije Izborna sjednica Skupštine Turističke zajednice grada Novalje.

Za sjednicu je predložen slijedeći dnevni red:

1. Uvodna riječ predsjednika TZ grada Novalje
2. Izbor:
 - a) zapisničara i 2 ovjervitelja zapisnika
 - b) Verifikacijske komisije
3. Izvješće Verifikacijske komisije o utvrđivanju sastava i potvrđivanju mandata članova Skupštine TZ grada Novalje
4. Izbor članova Turističkog vijeća TZ grada Novalje
5. Donošenje Poslovnika o radu Skupštine TZ grada Novalje
6. Izbor predstavnika TZ grada Novalje u Skupštinu TZ Ličko-senjske županije
7. Razno

Skupština TZ je na sjednici donijela slijedeće odluke:

Predsjednik TZ Ante Dabo je predložio, a nazočni su jednoglasno izabrali:

- a) za zapisničara Eriku Škunca, a za ovjervitelje zapisnika Suzanu Badurina Tomić i Tomislava Šuljića.
- b) za članove Verifikacijske komisije: predsjednika Dinka Škuncu i članove Tonija Škuncu i Luciju Dabo.

U izvješću o utvrđivanju sastava i potvrđivanju mandata članova Skupštine Turističke zajednice Grada Novalje se navodi:

1. Predsjednik TZ grada Novalje

Prema Zakonu o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma te Statutu TZ grada Novalje, predsjednik Turističke zajednice grada je gradonačelnik. Sukladno tomu, utvrđuje se da je predsjednik TZ grada Novalje gradonačelnik Novalje Ante Dabo koji je ujedno i predsjednik Skupštine i Turističkog vijeća TZ grada Novalje. (Statut TZ grada Novalje, članak 30. točka 2. i točka 3.)

2. Članovi Skupštine TZ grada Novalje

Skupštinu TZ grada Novalje, uz predsjednika, čine 24 predstavnika fizičkih i pravnih osoba članova Zajednice s područja grada Novalje (u daljnjem tekstu: članovi Skupštine) svrstanih u skupine prema djelatnostima, a broj predstavnika pojedine skupine u Skupštini ovisi o udjelu te skupine u prihodu TZ grada Novalje u 2019. godini, s time da jedna skupina u Skupštini može imati najviše 40% predstavnika bez obzira na visinu udjela u prihodu TZ grada Novalje. Kao udio u prihodu Zajednice računaju se ukupno uplaćena članarina i 25% turističke pristojbe koju je taj član uplatio Zajednici, a koje uplate se odnose na obveze u godini koja prethodi godini u kojoj se provode izbori za Skupštinu Zajednice.

Slijedom toga, skupine i njihovi predstavnici u Skupštini TZ grada Novalje su:

1. Privatni iznajmljivači:

Ova skupina u prihodu TZ grada Novalje u 2019. godini sudjelovala je s 47,2% te ima 9 predstavnika u Skupštini TZ grada Novalje.

Skupinu predstavljaju članovi s najvišim udjelom u prihodu unutar skupine i prema prijedlogu Udruge iznajmljivača smještaja grada Novalje i to:

1. Josip Vrtodušić
2. Slobodan Trcol
3. Tomislav Šuljić - soboslikar
4. Dinko Škunca
5. Dijana Baljak
6. Nikola Kustić
7. Antonio Badurina
8. Bernardo Kocijan
9. Erika Škunca

2. Kampovi

Ova skupina u ukupnom prihodu TZ grada Novalje u 2019.godini sudjelovala je sa 29,6 % te ima 8 predstavnika u Skupštini TZ grada Novalje.

Unutar Skupštine najveći dio prihoda pripada poduzeću Hadria d.o.o. (94%), kampu Straško koja u Skupštinu imenuje 8 članova, a to su:

1. Suzana Badurina Tomić
2. Petra Vidušin
3. Antonija Lovrić Šugar
4. Dino Peranić
5. Nera Nalić
6. Lucija Dabo
7. Jelena Peranić
8. Antonia Šulj

3. Hotelijerstvo:

Ova skupina u prihodu TZ grada Novalje u 2019. godini sudjelovala je s 7,8% te ima 2 predstavnika u Skupštini TZ grada Novalje.

Unutar skupine najveći udio u prihodu ima hotel Liberty koji u Skupštinu imenuje 1 predstavnika, te hotel Olea koji imenuje 1 predstavnika, a to su:

1. Anton Šestan, hotel „Liberty“
2. Ivica Župan, hotel „Olea“

4.Hosteli

Ova skupina u prihodu TZ grada Novalje u 2019. godini sudjelovala je s 4,6% te imenuje 1 predstavnika u Skupštini a to je:

1. Margarita Matas, hostel Casa La Cha

5. Putničke agencije:

Ova skupina je u prihodu TZ grada Novalje u 2019. godini sudjelovala sa 2,3% te ima 1 predstavnika u Skupštini TZ grada Novalje kojeg, prema visini udjela u prihodu unutar skupine, daje:

1. putnička agencija „Sunturist“ čiji je predstavnik Toni Škunca

6. Ugostiteljstvo (restorani, gostionice, konobe, pizzerie, bistroi, cafe barovi, slastičarnice...) i ostale uslužne djelatnosti:

Ova skupina je u prihodu TZ grada Novalje u 2019. godini sudjelovala sa 8,5% i u Skupštini TZ grada Novalje ima 3 predstavnika, a prema visini udjela unutar skupine to su:

1. Danijel Ropuš, restoran „Antonio“ - ugostiteljstvo

2. Šime Škunca, Novalis d.o.o. – trgovina

3. Tomislav Šuljić – Sito Novalja d.o.o. – prijevoz

S obzirom da je udio privatnih iznajmljivača 47,2% u ukupnom prihodu, broj predstavnika bi premašio zakonski određenih 40% pojedine skupine, te bi umjesto 9, u Skupštini bilo 11 članova iz skupine privatnih iznajmljivača.

Stoga su preostala dva člana razmjerno preraspoređena na sljedeće dvije skupine s najvećim udjelom u prihodima, te se je skupini kampovi pridodao 1 član i skupini ugostiteljski objekti te ostale uslužne djelatnosti također 1 član.

Slijedom iznesenoga, potvrđuje se mandat navedenim članovima Skupštine TZ grada Novalje. Mandat članova Skupštine TZ grada Novalje traje 4 godine. (Statut TZG Novalja, članak 18., točka 1.) Skupštinu TZ grada Novalje čini Predsjednik i 24 člana. (Statut TZG Novalja, članak 16., točka 2.)

Sjednici je putem videokonferencije nazočilo 17 članova Skupštine, i to: Josip Vrtodušić, Erika Škunca, Dijana Baljak, Nikola Kustić, Bernardo Kocijan, Dinko Škunca, Suzana Badurina Tomić, Petra Vidušin, Antonija Lovrić Šugar, Nera Nalić, Lucija Dabo, Dino Peranić, Margarita Matas, Ivica Župan, Danijel Ropuš, Toni Škunca i Tomislav Šuljić (Sito Novalja d.o.o.), te predsjednik TZ grada Novalje Ante Dabo.

Sjednici nisu nazočili članovi Skupštine: Slobodan Trcol, Tomislav Šuljić (soboslikar), Antonio Badurina, Antonia Šulj, Jelena Peranić, Anton Šestan i Šime Škunca.

Predsjednik TZ ujedno je i predsjednik Turističkog vijeća, a ostalih 8 članova biraju se, odnosno imenuju između članova TZ.

Predsjednik Skupštine za članove Turističkog vijeća TZ grada Novalje predložio je:

1. Hoteli:

Ivica Lukanović, Antonio Datković - hotel Olea i hotel Liberty

2. Kampovi:

Grga Kodrić – kamp Straško

3. Hoteli, ugostiteljstvo i clubbing

Boris Šuljić – hotel i restoran Boškinac, klub Kalypso

4. Ugostiteljstvo

Lukica Šuljić - ugostiteljski objekti Plac, Riva, Propuh

5. Putničke agencije

Karolina Sanković i Luka Škunca - putničke agencije Aurora i Sunturist

6. Iznajmljivači

Domagoj Vrtodušić - Predsjednik Udruge Iznajmljivača smještaja grada Novalje.

Članovi Skupštine jednoglasno su prihvatili predloženih 8 članova Turističkog vijeća TZ Grada Novalje.

Članovi Skupštine su jednoglasno i bez primjedbi prihvatili predloženi Poslovnik o radu Skupštine TZ grada Novalje.

TZ Grada Novalje imat će u novom sazivu Skupštine TZ Ličko-senjske županije 6 predstavnika koje Skupština TZ Grada Novalje bira iz redova svojih članova.

Skupština je jednoglasno prihvatila predložene kandidate:

1. Margarita Matas
2. Nikola Kustić
3. Petra Vidušin
4. Tomislav Šuljić (Sito Novalja d.o.o.)
5. Danijel Ropuš
6. Nera Nalić

Dana 30. prosinca 2020. održana je putem videokonferencije 2. sjednica Skupštine Turističke zajednice Grada Novalje. Sjednici su nazočili članovi Skupštine: Josip Vrtodušić, Erika Škunca, Dijana Baljak, Nikola Kustić, Dinko Škunca, Petra Vidušin, Antonija Lovrić Šugar, Antonija Šulj, Nera Nalić, Lucija Dabo, Ivica Župan, Danijel Ropuš, Toni Škunca, predsjednik Skupštine Ante Dabo i direktorica Turističkog ureda Marina Šćiran Rizner.

Odsutni su bili članovi Skupštine: Šime Škunca, Tomislav Šuljić (Sito), Anton Šestan, Tomislav Šuljić (soboslikar), Suzana Badurina Tomić, Jelena Peranić, Dino Peranić, Margarita Matas, Bernardo Kocijan, Toni Badurina i Slobodan Trcol.

Za sjednicu je predložen slijedeći dnevni red:

1. Verifikacija Zapisnika s Izborne sjednice Skupštine TZ Grada Novalje
2. Izmjene i dopune Programa rada s financijskim planom TZG Novalje za 2020.godinu
3. Analiza turističke sezone 2020. godine
4. Program rada s financijskim planom TZ grada Novalje za 2021. godinu
5. Razno

Skupština TZ je na sjednici donijela slijedeće odluke:

Prijedlog Izmjena i dopuna Programa rada s financijskim planom TZG Novalje za 2020.godinu je prihvaćen jednoglasno i bez rasprave.

Skupština TZ je prihvatila Analizu turističke sezone 2020.godine

Članovi Skupštine su jednoglasno prihvatili predloženi Program rada s financijskim planom Turističke zajednice grada Novalje za 2021. godinu.

3. IZVJEŠĆE O RADU DIREKTORICE

Financiranje i rad Turističkog ureda tijekom 2020.godine odvijalo se u skladu sa Zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma kao i Statuta TZ Grada Novalje. Plan i program s financijskim planom za 2020.godinu zbog situacije uzrokovane pandemijom koronavirusa u svijetu nije bilo moguće ostvariti. Početak godine započeo je sa našim ustaljenim promotivnim aktivnostima sudjelovanja na nekoliko svjetskim sajmova. Kao direktorica TZG Novalje predstavljala sam, organizirala i vodila otok Pag u okviru višednevnog sudjelovanja na sajmu u Bratislavi te koordinirala prezentacijskim promotivnim aktivnostima otoka. U okviru svojih zadaća i poslova određenih Statutom TZG Novalje koordinirala TIC-om i Uredom te u suradnji sa djelatnicama izrađivala:

-Dnevne, mjesečne, polugodišnje i godišnje izvještaje a odnose se na vođenje jedinstvenog popisa turista za područje grada Novalje između ostalog i zbog kontrole vođenja i turističke pristojbe te obrade podataka.

Zatim vodila i koordinirala:

- Zajedničke nastupe na sajmovima u organizaciji regionalne Turističke zajednice Ličko senjske

županije i HTZ-a, otoka Paga

- Vršila promociju Grada kao turističke destinacije samostalno i putem udruženog oglašavanja sa dionicima turističke destinacije
- poticala i sudjelovala uređivanje Grada u cilju unapređenja uvjeta boravka turista
- Koordinirala dostavu ažuriranih informacija Stožeru Civilne zaštite grada Novalje za praćenje stanja u uvjetima pandemije koronavirusa
- povećala prisutnost na on line platformama u tijeku pandemije - društvene mreže i digitalne kampanje (prva smo Turistička zajednica u Hrvatskoj koja je pokrenula kampanju Stay Home..Travel later..)
- poticala, inicirala i organizirala kulturne i sportske ili druge priredbe koje doprinose obogaćivanju turističke ponude Grada tijekom sezone (u okviru epidemioloških mjera)

- poticala, organizirala i provodila akcije u cilju očuvanja okoliša te prirodne, povijesne, kulturne baštine Grada
- surađivala sa svim subjektima u turizmu
- organizirala rad 5 poslovnica Zajednice na području Grada (Novalja, Kustići, Zubovići, Metajna, Lun,)
- inicirala i organizirala nove turističke proizvode poput Pag Outdoor - sporazuma o zajedničkom udruživanju svih Turističkih zajednica otoka Paga
- Inicirala te predložila prijavu projektnog sporazuma na Ministarstvo turizma i sporta za financijsku potporu
- Inicirala te predložila izradu zajedničkog promotivnog video spota “No Man is an Island..Your island Pag”
- Aktivno komunicirala te koordinirala komunikaciju na društvenim mrežama tijekom pandemije koronavirusa
- surađivala sa krovnim sustavom turističkih zajednica
- prikupljala podatke o prijavi i odjavi boravka turista u cilju suradnje s nadležnim inspekcijskim tijelima u nadzoru nad obračunom, naplatom i uplatom boravišne pristojbe
- organizirala prijam novinara i studijskih grupa
- obavljala druge poslove propisane Zakonom ili drugim propisima
- Predložila te prijavila projekt Eko akcije u okviru natječaja Lagur Tramuntane

Stalno zaposleni djelatnici ureda obavljali su svoje zadaće tijekom cijele kalendarske godine kao i sezonski radnici zaposleni od početka srpnja do sredine rujna tekuće godine

Zajedničkim usklađivanjem promotivnih aktivnosti TZ Grada Novalje sa Županijskom TZ ličko senjske županije, otokom Pagom HTZ-om kao i samostalnom organizacijom smanjila je troškove promocije i povećala učinkovitost iste.

Kao predstavnik Zajednice organizirala sam dolazak inozemnih i domaćih novinara u okviru posjeta destinaciji, potencirala, dogovarala i logistički pripremala modna i filmska snimanja na

području Grada, (naročito u predsezonskom i posezonskom razdoblju), sudjelovala u izradi promotivnih filmova za nova tržišta sudjelovala na brojnim Tv nastupima lokalnih i nacionalnih televizija, surađivala sa inozemnim i domaćim novinarima u mnogobrojnim intervjuima i gostovanjima, sve u cilju što kvalitetnijeg predstavljanja destinacije mnogobrojnom širokom auditoriju.

Osim promotivnih aktivnosti, organizacije turističkih sadržaja koje su bile omogućene u okviru epidemioloških mjera, kao predstavnik Zajednice sudjelovala sam u aktivnostima uređenja prostora i javnih površina. Na tragu navedenog značajna sredstva Zajednica je uložila u oplemenjivanje prostora novim betonskim kantama na području plaže Vrtić, uređenju novog rotora na Caskinom putu te hortilukturno uredila područje Ruže Vjetrova. U okviru svojih zadaća izvršila aktivnosti nabave i zamjenu dotrajale signalizacije za plažu Babe, koordinirala održavanje postojećih biciklističkih staza, izradu morske ferrate u Metajni, obnavljanje postojeće i postavljanje nove signalizacije, nabave kemijskih wc-a za plaže Ručicu i Vidalići. Zbog dotrajalosti i pohabanosti pročelja zgrade koordinirala te naručila uređenje i obnovu iste, nadzirala radove na "krovnoj" konstrukciji zgrade te osvježavanju recepcije.

U sklopu svojih zadaća, koordinirala sam radom Turističkog ureda, TIC-a i ispostava Zajednice na području grada Novalje zajedno sa stalnim zaposlenim ureda i Tica. Pripremila i izrađivala mjesečna, kvartalna, polugodišnja i cjelogodišnja izvješća, sudjelovala na stručnim edukacijama te poticala i organizirala edukacije za turističke djelatnike sa područja Grada. Sudjelovala na velikom broju poslovnih sastanaka te svojim zalaganjem, trudom i odgovornošću doprinijela kvalitetnom rastu turističke destinacije kao njezin izabrani predstavnik.

C. IZVJEŠĆE O RADU TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA NOVALJE ZA 2020.godinu

I.ADMINISTRATIVNI RASHODI

1.TURISTIČKI URED

Ured Turističke zajednice grada Novalje, prema zakonskim zadaćama osmišljava, priprema i izrađuje, provodi i prati učinkovitost provođenja Programa rada, te vodi stručne i administrativne poslove. U Turističkom uredu je zaposlene su 2 osobe: direktorica i stručna suradnica.

2.TURISTIČKO INFORMATIVNI CENTAR

Turističko informativni centar na lokaciji Trg Brišćić 1, obavlja svoje zakonom propisane zadaće. U TIC-u su stalno zaposlena 1 osoba (voditeljica TIC-a) te u njezinim ispostavama Metajna, Jakišnica, Gajac, Kustići, Zubovići, Lun sezonski radnici (recepcioneri). U 2020.godini ispostava Jakišnica i Gajac nisu bile otvorene dok su ispostave Metajna, Kustići, Zubovići i Lun radile na pola radnog vremena zbog neizvjesnosti ljetne sezone uzrokovane pandemijom koronavirusa. U skladu s Odlukom Vlade Republike Hrvatske o proglašenju epidemije bolesti COVID-19 na području cijele Republike Hrvatske od 13. ožujka 2020. g., a s ciljem zaštite zdravlja lokalnog stanovništva i posjetitelja, Turistički informativni centar u Novalji bio je zatvoren za rad sa strankama od 14. ožujka do 10. svibnja 2020. godine. U skladu sa Statutom TZG Novalje poslovi TIC-a su: - prikupljanje, obrada i davanje informacija u cilju poticanja promidžbe turizma na području destinacije, - informiranje turista o znamenitostima i atrakcijama u destinaciji, - davanje ostalih potrebnih turističkih informacija, - suradnja s informativnim organizacijama, - suradnja s pružateljima usluga u turizmu, - prikupljanje informacija o turističkim potrebama i drugim pojavama od značaja za turizam destinacije, - ostali poslovi.

II.DIZAJN VRIJEDNOSTI

1. AKTIVNOSTI NA POTICANJU I SUDJELOVANJU U UREĐENJU GRADA TE UREĐENJU I ZAŠTITI PROSTORA

U hortikukturno uređenje zelenih površina Zajednica se uključila u okviru uređenja rotora na Caskinom putu započetom u 2019. godini, koji troškovi su najvećim dijelom plaćeni tijekom 2020. godine.

Zajednica se uključila u nabavku sadnica za Ružu vjetrova glavni trg na gradskoj rivi ali uređenje i održavanje plaža odnose te na postavljanje zaštitne mreže na plaži Lokunje, postavljene u 2019. Godini, čiji su troškovi podmireni u 2020. godini.

Kod uređenja staze za morsku VIA FERRATU na području Metajne, od uvale Donja Slana do Rta Sušac u dužini od 100 metara odvojeno je 76.237,76 kn, prema planu predviđenom Izmjenama i dopunama Programa rada i financijskog plana Zajednice s ciljem ulaganja u infrastrukturu namijenjenu poticanjem razvoja aktivnog turizma na području Metajne I grada Novalje.

2.MANIFESTACIJE

2.1.Kulturno zabavne manifestacije

U djelovanju Zajednice tijekom sezone ističemo njeno aktivno sudjelovanje u programu kulturno - umjetničkih, zabavnih, sportskih i drugih zbivanja u povodu „Antonje“- Dana Grada Novalje. Ovdje svakako spominjemo gostovanje klape BUNARI iz Vodica, gostujući povodom Dana Grada na Ruži vjetrova – 13. lipnja 2020. godine.

ZABAVNE VEČERI NA TRGU BAZILIKE I TRGU LOŽA

Sve naše posjetitelje tijekom srpnja i kolovoza svakog su utorka na Trgu bazilike oduševljavale svirke uživo odličnog banda Frequency svojim bogatim i raznovrsnim repertoarom, dok ih je svojim promenadnim koncertima (Trg bazilike i Trg Loža) svake nedjelje zabavljao trio KANTADURI.

DAN GAJCA

Zajednica je ove godine organizirala i sufinancirala troškove glazbenog nastupa banda Frequency, povodom proslave Dana Gajca nastupom na trgu sv. Magdalena.

2.2.Potpore manifestacijama

TENISKI TURNIR ANTONJA 2020

(19.- 21.06.2020.)

Teniski turnir ove se godine održao kroz obilježavanje Dana Grada - ANTONJE, te Zajednica financijski pomaže njegovu organizaciju. Novalja posjeduje 4 teniska terena sa svom potrebnom rasvjetnom opremom i postavljenom tribinom za gledatelje.

Sportska ponuda teniskih terena omogućuje ne samo posjetiteljima već i domaćem stanovništvu rekreaciju tijekom cijele godine ali i mogućnost izrade turističkih paketa kao dodatnog sportskog sadržaja koji destinacija nudi svom gostu. Neki od hotelskih aktera prepoznali su vrijednost navedenog sportskog sadržaja, te uz paket aranžmane kombiniraju i korištenje najma teniskih terena dok borave u destinaciji.

U ljetnim mjesecima organizirana je bila i škola tenisa za djecu i odrasle.

Program turnira i teniske terene održava i vodi Teniski klub „Novalja“.

Tim povodom održana su i razna sportska događanja, te je održana i manifestacija *Vridne ruke*, koju je u večernjim satima upotpunio nastup već navedene klape Bunari.

VRIDNE RUKE (13.06.2019.)

Tradicionalna manifestacija u organizaciji Udruge ovčara “Zaglava” iz Novalje, održana povodom obilježavanja Dana Grada 13.06.2020. godine, predstavlja izložbeno prodajnu manifestaciju paške ovce i sira te autohtonih proizvoda Grada Novalje.

Doživjeti i okusiti što su vrijedne ruke ovčara stvorile, kroz manifestaciju „Vridne ruke“ ima puno veći potencijal za promociju paškog sira, ovce i janjetine te je za narednu godinu potrebno uložiti veći organizacijski i financijski napor svih subjekata, kako bi postala još prepoznatljivije predsezonsko događanje.

Koncert klape INTRADE upriličen je 05.kolovoza 2020.g., povodom proslave Dana pobjede i domovinske zahvalnosti i Dana hrvatskih branitelja - „Oluje 2020“, i to na nogometnom stadionu CISSA, uz poštivanje svih epidemioloških mjera te dozvolu županijskog i lokalnog stožera.

KAZALIŠNI FESTIVAL "NOVALJSKI TRIJATAR"

Novaljski trijatar manifestacija je koja se održava već petnaest godina. Umjetnički ravnatelj festivala je hrvatski kazališni, televizijski i filmski glumac Goran Grgić.

Svečano otvorenje bilo je 26.07.2020., u Vrtovima lunjskih maslina, kada se odigrala predstava *Zov divljine* Scene Gorica.

Festival je zatvoren 23.08.2020. komedijom *Tajkuni* glumačke družine Histrion.

Predstave su se izvodile u Vrtovima lunjskih maslina. Svake nedjelje u tom vremenskom periodu, odigrala se po jedna predstava, a osim prethodno navedenih, igrale su i:

10 pjesama koje su označile kraj mog ljubavnog života u izvedbi Ivana Ožegovića,

Vla, vla vlajland cabaret Kazališta Moruzgva, te *Adam i ona* u izvedbi Adama Končića.

Interes za predstave bio je izuzetno velik, a procjenjuje se da je na svakoj predstavi bilo oko dvjestotinjak gledatelja uz pridržavanje epidemioloških mjera.

CRNKOVIĆEV DVOR

Ponuda za naše najmlađe i ove godine uključivala je organizaciju kreativno-edukativnih radionica u Crnkovićevim dvorima pod vodstvom uvaženog hrvatskog književnika, pjesnika, publicista, pripovjedača, novinara, voditelja i kreativca gospodina Mladena Kušeca, uz podršku njegove supruge Zorice Crnković Kušec, te kćeri Mihaele i sina Gorana.

Zajednica je sudjelovala u troškovima najma prostora za održavanje dječjih radionica te obilaska starinske Novaljske butige.

Naime, već desetu godinu za redom Centar za kulturu i Turistička zajednica u suradnji s udrugom Tonkica Palonkica Frrr organiziraju besplatne radionice, gdje djeca uz vrsne voditelje, jutro provode na zanimljivim i poučnim radionicama.

Ove godine zbog posebnih okolnosti održane su tri radionice za djecu uz limitiran broj polaznika: Maštaonica, Likovna radionica i Mali laboratorij.

Radionice su se održale u Crnkovićevom dvoru, dvorištu 150 godina stare kuće obitelji Crnković, u centru grada Novalje i poseban su doživljaj za djecu i roditelje. Interes za radionicama i ove se sezone bio je izuzetno velik.

IZLOŽBE NA TRGU ALOJZIJA STEPINCA

Po prvi puta Centar za kulturu Grada Novalje organizirao je izložbe na otvorenom, na Trgu Alojzija Stepinca. Postavljeni panoji su bili ručno izrađeni od bambusa, trske i ribarskih mreža što je dalo dodatni šarm atmosferi na Trgu.

Cilj izložbi na otvorenome bio je privući veći broj posjetitelja i oživjeti Trg, a sve u skladu sa epidemiološkim mjerama donesenima u ovoj godini.

Izložbe koje su se održale su: „Ćutin otok svoj“, „Osjeti mislima“, „Timbar lipote“, „Društveni šah“, „Morske dubine“, „Sjene“ i „Podražaji“.

Prvu izložbu „Ćutin otok svoj“ medijski je popratila HRT, a otvorenje je obogatila svojim nastupom i ženska klapa „Muštre“ iz Novalje, svojom izvedbama oduševivši njene posjetitelje.

Posjećenost izložbi bila je odlična, a procjenjuje se na preko dvije stotine posjetitelja tijekom trajanja izložbe.

U Gradskom muzeju, 14. kolovoza 2020. otvorena je izložba slovensko – hrvatskog slikara *Jure Crnkovića* „*Ljudi i more*“. Okupilo se pedesetak prijatelja i gostiju koji su imali priliku uživati u njegovim slikama.

-NOVALJSKO KLUTURNO LJETO – manifestacije u organizaciji CZK Novalja, a koje se održavaju tijekom ljetnih mjeseci, poput raznih koncerata, izložbi i sl.:

U 2020. godini zbog epidemioloških mjera Centar je uspio organizirati tek koncert grupe Adastra, izložbe na otvorenome te izložbu u Gradskom muzeju.

U subotu, 20. lipnja na Trgu Bazilike održao se koncert grupe Adastra. Okupilo se oko stotinjak posjetitelja koji su uživali u njejoj izvedbi.

Posjetitelji su imali prilike degustirati i kupiti autohtone otočne proizvode (paški sir, vino Boškinac, eterična ulja te razne suvenire).

2.3.Ostale manifestacije

WINE VIP EVENT (09. LIPNJA 2020.) – Međunarodna konferencija vinskih znalaca

Wine Vip Event međunarodna je konferencija vrhunskih znalaca koja se u Novalji održala drugu godinu zaredom, namijenjena novaljskim ugostiteljima i turističkim djelatnicima naslonjenim na pružanje usluga u ugostiteljstvu. Ciljevi Wine Vip Eventa je edukacija ugostitelja, podizanje kvalitete usluge te povezivanje proizvođača/ponuđača i ugostiteljsko-turističkog sektora pri čemu Zajednica sudjeluje sa nizom sličnih edukacija. Događaj je usmjeren na ugostiteljsko-turističku struku i proizvođače proizvoda koji su usmjereni na to ciljano tržište a s glavnim ciljem edukacije i međusobnog povezivanja ova dva važna segmenta: proizvođači/ ponuđači i ugostiteljsko-turistički sektor. Uzvanici su imali priliku degustirati proizvode svih izlagača i sa njima se povezati i dogovoriti suradnju.

Program događaja započeo je sa prezentacijama svih partnera događaja uz degustaciju njihovih proizvoda a radionice i prezentacije vodili su vrhunski međunarodni hrvatski predavači, sommelieri, barmeni i MasterChefovi poput Mire Šemić, Dragana Jovanovića, Suvada Zlatića SUWI-ja, Deniza Zembe, Filipa Savića, Jure Andrijaševića, Zorana Lukića, Filipa Sarilara, Darjana Urdiha, Luke Dančulovića i mnogih drugih.

Od prezentacija i održanih radionica izdvajamo:

- Težnja ka izvrsnosti i kako podići kvalitetu na viši nivo u ugostiteljskim objektima.
- Nezaustavljiv - tvoje radno mjesto, tvoja pozornica
- Principi izrade kvalitetne i održive vinske liste – mala SWOT analiza
- Summer Spritz Special by barmen.hr
- Radionice za kuhare: Sousvide kuhanje i vakumiranje moderne generacije

Program Wine Vip Eventa održan je u hotelu „Olea“ u Novalji, 9. lipnja 2020.godine s početkom u 14.00h i u trajanju do 23.00h te je Zajednica financijski i organizacijski podržala predmetnu edukativnu konferenciju.



**WINE VIP
EVENT OTOK PAG
NOVALJA**

PROGRAM
Hotel OLEA
29.06.2020. - ponedjeljak

13:30 - 14:00	Piće dobrodošlice
14:00 - 14:15	Otvaranje konferencije
14:15 - 15:15	Prezentacija partnera izlagača uz degustacije
15:15 - 16:00	Pauza i druženje sa izlagačima
16:00 - 16:50	Težnja ka izvrsnosti i kako podići kvalitetu na viši nivo u ugostiteljskim objektima, sommelierka Mira Šemić
16:50 - 17:15	Pauza i druženje sa izlagačima
17:15 - 18:15	Nezaustavljiv – tvoje radno mjesto, tvoja pozornica! sommelier Suvad Zlatić SUWI Prezentacija kako efikasno upotrijebiti retoriku i verbalnu komunikaciju.
18:15 - 18:45	Pauza i druženje sa izlagačima
(Dvorana 1)	
18:45 - 19:20	Principi izrade kvalitetne i održive vinske liste - mala SWOT analiza, sommelier i ugostitelj Jure Andrijašević
19:20 - 20:00	Summer Spritz Special by Barmen.hr, Filip Sarilar i Zoran Lukić Prestavljanje škole barmena i prezentacija Summer Splash Tour-a popraćena uz degustaciju signature koktela Summer Spritz Special by Barmen.hr
(Dvorana 2)	
18:45 - 19:30	Radionice za kuhare Sonsvide kuhanje i vakumiranje moderne generacije kuhara i vlasnik Gastro kluba Pala - Dragan Jovanović
20:00 - 20:30	Pauza i zatvaranje izlagačkog prostora i dolazak na degustacijska večeru
20:30 - 23:00	Degustacijska večera sljubljivanja hrane i vina uz prezentaciju kuhara i sommelijera U pauzama između sljedova Nagradna igra

NOVALJA CUP - MEĐUNARODNI NOGOMETNI TURNIR 2020.

(17. - 21.06.2020. i od 25.06. do 28.06.2019.)

Ovogodišnji turnir Novalja Cup 2020., uz odličnu logistiku i dodatne sadržaje,

uspio se, iako u terminima kasnijima od onih održanih prethodnih godina, organizirati i ove godine. Sudjelovalo je ukupno 80 ekipa odnosno oko 1200 djece s trenerima.

Sudionici su bili smješteni u hotelima i pansionima (puni pansion) na području Grada Novalje. Svakako je ovdje značajno istaknuti kako je organizacija ovog turnira doprinijela potpunosti smještajnih kapaciteta u specifičnom tijeku turističke sezone.

Osim u Novalji, na razini Republike Hrvatske ovakvi su se turniri održali još samo u Crikvenici i u Splitu.

3.NOVI PROIZVODI

❖ PAG OUTDOOR SUMMER WEEKEND

Turističke zajednice otoka Paga, nakon potpisanog Sporazuma o projektnom udruživanju lokalnih turističkih zajednica na otoku Pagu, kontinuirano nastavljaju sa aktivnostima na zajedničkim projektima, a tako je bilo i tijekom ovogodišnje turističke sezone.

Ovaj put riječ je o projektu *Pag Outdoor Summer Weekend* tj. konceptu aktivnih tjedana koji se održavao s licenciranim i iskusnim trenerima u različitim oblicima aktivnog turizma.

Tako se vikendima tijekom srpnja i kolovoza organiziralo pregršt sportskih događanja na cijelom otoku kao što su biciklizam, nordijsko hodanje, trail, kajakarenje na moru, SUP (veslanje na dasci), jedrenje na dasci, trčanje.

Treninzi su bili prilagođeni dobnim skupinama uz pomno odabrane koncepte koje će ponuditi treneri te su prilagođeni trenutnim uvjetima s obzirom na trenutnu situaciju. Svi su sudionici plaćali kotizaciju kako bi se imalo potpunu kontrolu i sigurnost na treninzima te evidenciju članova. Ukupno je bilo oko 70 sudionika spomenutog projekta, prijavljenih direktno ili preko kotizacija.

Paške otočne turističke zajednice izuzetno su zadovoljne zajedničkim projektima, posebno ove godine kada su otkazane gotovo sve manifestacije, ali su zato otvorene mogućnosti za idealan aktivni odmor za koje otok Pag posjeduje fenomenalne preduvjete. Projekt je logičan nastavak suradnje svih Zajednica otoka i stigao je u pravom trenutku, kada je sigurnost i faktor prirodnog okruženja prvi na listi prioriteta gosta današnjice. Projekt je predložen i proveden od strane Run Croatia tima i udruge Kissa. Posebno iznenađenje i zanimanje za sudjelovanje osim tradicionalnog trčanja pokazalo se za kajaking na moru, SUP i nordijsko hodanje., te kao nova turistička ponuda predstavljala pravo ljetno aktivno osvježenje. Turistička agencija „Sunturist“ profilirala se u proaktivnu agenciju za pustolovni turizam te zajedno sa Zajednicom sudjelovala u nizu sportskih projekata. Pag Summer Outdoor Weekend izuzetno je dobro medijski praćen kao dobar i kvalitetan primjer fleksibilnosti i komunikacije destinacije.



❖ NOVALJA 4 KIDS RADIONICE

Radionice *Novalja4Kids* nastale su s ciljem da djeca uče o novaljskoj kulturi, kulturnoj baštini grada, otoka Paga i Hrvatske te ponesu sa sobom dio iskustva i znanja iz destinacije.

Djelovale su u skladu sa svim epidemiološkim mjerama koje su bile na snazi u Republici Hrvatskoj. Grupe su bile s ograničenim brojem djece (maksimalan broj djece po radionici bio je 10) te su se sve radionice održavale na otvorenom prostoru.

Po dolasku na radionice roditelji su bili obvezni popuniti prijavniciu i suglasnost za fotografiranje i snimanje.

Tijekom srpnja i kolovoza održano je 22 *radionice* te 10 *sportsko-kreativnih radionica* kroz koje su se kombinirale razne sportske i kreativne aktivnosti za djecu.

Radionice su trajale svaki dan od ponedjeljka do petka, od 9:30 do 11:30 sati a mjesto održavanja bio je Sportski centar Cissa.

U sklopu programa održana su dva sportsko-kreativna tjedna u srpnju:

6.07. – 10.07. i 20.07-24.07.

Ukupno je održano 12 *tematskih radionica* (Maslina, Paške ovčice, Potraga za blagom, Mali majstori kužine, Mali farmeri, Paška čipka, Mali ribari, Potopljeni grad, Morska priča, Mali vatrogasci, Morska priča2, Mali sportaši).

Radionice su trajale dva sata, od 9 do 11 sati ujutro a mjesto održavanje je ovisilo o temi radionice.

U organizaciji Novalja4Kids radionica uključena je bila te projekt podržala i sufinancirala TZG Novalje, a surađivalo se s nizom malih i velikih poduzetnika, individualaca dobrog srca, ugostitelja i OPG-ova, sve s ciljem kako bi na što kvalitetniji način dočarali djeci kulturu, kulturnu baštinu i sve ljepote našeg Grada, otoka Paga i Hrvatske.

Tako su, pored Zajednice, u projekt bili uključeni te ga podržali: OPG Vidas, Pizzeria La Paloma, Restoran Žal - Caska, Kamp Straško, Kecerin Sport (radionica Morska priča 1 i 2), Sportski centar Cissa, GT Grupa, DVD Novalja, Ervin Palčić (radionica Mali ribari), Vesna Denona (radionica Potopljeni grad) i Gizela Lihtental (radionica Paška čipka).

Učinkovitost projekta procijenjena je kroz evaluacijsku anketu koju su popunjavali roditelji po završetku radionica. Cilj evaluacije je bio procijeniti zadovoljstvo i korisnost radionica, vremensko trajanje radionice te stručnost voditeljica.

Rezultati su pokazali zadovoljstvo samom inicijativom pokretanja ovakvog tipa radionica u gradu Novalji te zanimljivim i edukativnim sadržajem kao i stručnosti voditeljica uključenih u program.

Osmijeh na licima djece kao i njihovo sudjelovanje na više od jedne radionice su pravi pokazatelj koliko je ovaj projekt bio uspješan.

Voditeljice projekta bile su Maida Arslanagić i Emanuela Škunca Graho.

PINK WING – KARAVANA ELITNIH VOZILA

Novalja je ove godine bila domaćin jedinstvenog automobilističkog lifestyle projekta

Pink Wing, koji je organiziran krajem kolovoza, kada su sudionici na svom 1200 km dugom putu obišli brojne lokacije od Budimpešte, preko hrvatske metropole Zagreba do očaravajućeg našeg otoka Paga sve do Splita.

Pink Wing ove godine bilježi jubilej - petu godinu održavanja, a uspješno je zainteresirao ljude iz poslovnog svijeta koji uz vrhunsku zabavu zapravo odrađuju i poslovni networking.

Prvi puta ove godine priključila se i tvrtka Rimac, promovirajući svoju ponudu od bicikala do planetarno poznatog C2 automobila.

Ovaj projekt za cilj ima obogaćivanje luksuzne turističke ponude koji sudionicima nudi vrhunski doživljaj. Prate vodeće hrvatske i strane kompanije te brojne hrvatske institucije.

Sam koncept *Pink Wing* ideja je o neobveznom druženju sudionika ove svojevrsne luksuzne automobilističke karavane. Ruta donosi pomno odabrane lokacije na kojima sudionike dočekuje vrhunska gastro ponuda odnosno autohtona kuhinja lokacije u kojem se luksuzna kolona zaustavlja. Rezultati ovakvih V.I.P. druženja redovito su nove poslovne ideje i projekti te umrežavanja.

Putovanje za sudionike ove karavane od 79 automobila, pripremljeno je i organizirano do zadnjeg detalja. Gosti se tretiraju kao V.I.P., na listi obilaska su pomno odabrane lokacije i turističke *must see* destinacije. Karavana luksuznih automobila praćena je od strane specijalnih službenih policijskih vozila te sudionici proživljavaju trenutke u kojima su u rangu svjetskih filmskih zvijezda.

Osim što su upoznali najljepše hrvatske ceste koje pružaju prekrasne panorame mogli su vidjeti i otok Pag iz helikoptera te ploviti splitskim akvatorijem luksuznim Fjord brodovima. Vozila Jaguara i Land Rovera pratila su cijelu kolonu uz nadzor Ministarstva unutrašnjih poslova.

Ovogodišnje peto izdanje sudionicima karavane boravak na području Grada obogaćen je i upotpunjen vrhunskim gastro doživljajem - večerom u očaravajućim Lunjskim maslinicima.

Na našem su području boravili 27. i 28. kolovoza 2029. godine, a smješteni su bili u hotelu **Olea**.

❖ **PROJEKT RAZVOJA OUTDOOR TURIZMA OTOKA PAGA**

Početak lipnja ove godine turističke zajednice otoka Paga potpisale su Sporazum o udruživanju lokalnih turističkih zajednica u provedbi projekta „Razvoj outdoor turizma na otoku Pagu“ čiji cilj je razvoj i oblikovanje otoka u jedinstvenu, usklađenu i na tržištu afirmiranu destinaciju za outdoor turizam.

Paške otočke turističke zajednice su po prvi puta potpisale takav višegodišnji zajednički projekt koji je od značaja za turizam i kvalitetnu ponudu cijelog otoka Paga.

Potpisivanje ovog Sporazuma odobrilo je Povjerenstvo Ministarstva turizma RH, čime su se stekli preduvjeti za apliciranje za sredstva, ove godine utemeljenog Fonda za udružene turističke zajednice određenih područja u cilju zajedničkog razvoja turističkog proizvoda i promocije destinacije. U Sporazumu su detaljno prezentirane aktivnosti koje bi se trebale realizirati do kraja 2023. godine.

Ono što je bitno naglasiti su upravo ciljane aktivnosti koje će otok Pag *brendirati* kao jednu destinaciju, naročito kada je u pitanju outdoor ponuda cijelog otoka Paga.

Te se aktivnosti odnose na:

unaprjeđenje postojećih i razvoj novih staza, organizacija i uspostava bike sharing sustava, servisnih stanica, odmorišta, podizanje dostupnosti turističkih atrakcija koje se nalaze uz i u blizini biciklističkih staza, razvoj tematiziranih i edukativnih staza, oblikovanje unificirane biciklističke i trail signalizacije i označavanje staza uz jednaki vizualni standard, zatim postavljanje informativnih tabli, izrada kvalitetnih karata s ucrtanim stazama i izradu brošure outdoor ponude otoka Paga, promotivnih video filmova i foto galerije, podizanje kvalitete smještajnih i ugostiteljskih objekata za bicikliste kroz Bike&Bed projekt, zajedničke promocijske aktivnosti, organizacije događaja i manifestacija.

Ovo je logičan nastavak na dosadašnju kontinuiranu suradnju budući da su turističke zajednice otoka Paga unatrag više od tri godine krenule zajedničkim putem suradnje pod motom „ Pag Mjesečev otok – jedna zajednička vizija“.

Time se u potpunosti poštuje namjera Ministarstva turizma RH za poticanje projektnog udruživanja turističkih zajednica nekog područja jer turizam nadilazi administrativne granice i zato su napravljene zakonodavne izmjene kako bi se omogućilo zajedničko predstavljanje i razvoj destinacija koje iako su posebne na svoj način, čine jednu cjelinu, odnosno zaokruženu turističku priču.

Naime, temeljem Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma koji je usvojen u svibnju 2019. godine, sustav turističkih zajednica preustrojava se, između ostalog,

na način da se potiče udruživanje turističkih zajednica kao i njihovog osnivanja za područje više jedinica lokalne, odnosno područne (regionalne) samouprave kroz dodjeljivanje financijskih sredstava u cilju zajedničkog razvoja turističkog proizvoda i promocije destinacije.

Važno je za istaknuti kako je u novom zakonu moguće novo projektno udruživanje, ali bez osnivanja nove turističke zajednice, bez novog zapošljavanja, bez novih ureda i novih materijalnih troškova, dok sve troškove nove turističke zajednice područja snose već postojeći TZ-ovi.

Iako se radi o sinergiji, koja je više nego pohvalna, logična, prirodna i jedini način strateškog razvoja u 21.stoljeću, u spomenutom slučaju otoka Paga radi se na projektnom udruživanju. Korak dalje bi trebao biti i da se napravi sljedeći povijesni trenutak da se otok *Pag brendira* i razvija kao jedna turistička destinacija ili brend.

III.KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI

Internet platforma najiskorišteniji je medij, zbog brzine, interaktivnosti, niske cijene, širokog dosega ciljne skupine te dostupnosti svih informacija na jednom mjestu. Kao glavni izvor informacija moćan je alat u kreiranju slike i percepcije kako proizvoda tako i destinacije te drži prvo mjesto u jačini oglašivačkog učinka. Utječe na naša osjetila, spaja vizualno i auditivno što dodatno pojačava učinak oglasa, *native* članka ili bilo koje druge naručene forme oglašavanja Zajednice. Oglašavanje u domaćim tiskovinama tzv. tradicionalnim medijima sa prilagođenim novim tehnologijama i načinu korištenja interneta osiguravaju prisutnost i u inozemnim medijima, imajući na umu činjenicu brzine prijenosa vijesti iz domaćih tiskovina na portale inozemnih. Stoga ulaganje u sve oblike medijske prisutnosti ove godine bilo je obilježeno ublažavanjem negativnih konotacija zaraze unutar destinacije ali i lepezom šarolike turističke ponude koju Novalja nudi prilagođena zadanim okvirima sezone.

1.On line oglašavanje

POINTERS TRAVEL - mobilna aplikacija, web, YouTube kanal

U ovom izvještaju pokrit ćemo rezultate aktivnog održavanja Facebook te Instagram stranice "Pointers Travel" kao i Pointersov YouTube kanal "Pointers Travel TV". Osim svakodnevnog objavljivanja na navedenim platformama, iste te objave promoviraju se kroz kampanje na društvenim mrežama dodatno i na ciljnim tržištima, kako bi destinacija dobila što veću vidljivost. Kroz Google Ads kampanje promoviraju se i sadržaji o destinaciji na Web stranicama

www.pointerstravel.com i www.pointerstraveldmc.com, a kroz Mailchimp svaki tjedan dostavljaju video materijale destinacija te kreirane turističke aranžmane sa njihovim partner turističkim agencijama u svijetu. Također, što se tiče ostalih aktivnosti, pokreću se kampanje na YouTube platformi putem kojih vršimo promociju video materijala destinacije na stranim tržištima te ih dodatno kompletno SEO optimiziraju, dodaju prijevode, završni zaslon, kartice, hashtagove, lokacije kako bi video materijali destinacije bili što vidljiviji ciljnom tržištu. Izrađuju SEO optimizirane tekstove za video materijale i playliste čime se dodatno podiže vidljivost samog kanala a time i video materijala destinacija. Ove godine izdali su prvi Smart katalog destinacija Hrvatske na engleskom jeziku a sljedeće godine u planu je i na njemačkom jeziku. Katalog je dostupan i u elektronskoj verziji na web stranici. Pointers Travel pokreće kampanje na samom početku pandemije, te bez naknade promovira na svom YouTube kanalu promo videa destinacije s ciljem zadržavanja emotivne veze s gostima a rezultat navedenog je najveća aktivnost do sada sa preko 1 000 000 pregleda video materijala. Zajednica sa svojim kvalitetnim video materijalima jedna je od najzastupljenijih destinacija. Slijedi kampanja za oporavak turističkog sektora Povjerenje & Prijateljstvo – promocija objekata koji su uz svoje vouchere nudili dodatne pogodnosti i veću vrijednost svojih usluga.

VIRTUALNA STVARNOST 360°

Ovaj novi proizvod - *virtualna šetnja* područjem grada Novalje, postavljena je na web stranici Zajednice. Za realizaciju istog do sada je izvršeno snimanje iz zraka na više lokacija naročito plaže i uvale sa područja grada Novalje te su isporučeni foto materijali nastali izradom virtualne šetnje. Projekt je to koji će svima, naročito potencijalnim posjetiteljima, pružiti *stvarni doživljaj* ponude i sadržaja našega područja, omogućivši im da se užive i požele doći i osjetiti što ih sve čeka u samoj destinaciji. Projekt se realizira u suradnji s marketinškom agencijom Reklam-Net koja se, uz gore navedeno, obvezuje pružati tehničku podršku oko funkcioniranja istog.

UPRAVLJANJE DRUŠTVENIM MREŽAMA – STATISTIKA FACEBOOK

Tijekom 2019. godine izvješće o upravljanju društvenim mrežama ukazalo je na 72,5% rasta broja pratitelja Facebook stranice Visit Novalja tijekom prvih deset mjeseci. Točnije, broj pratitelja narastao je sa 4.253 na 7.332. Ove godine taj je rast svega 14,7% u prvih deset mjeseci. Od početnih 7.443 pratitelja krajem 2019. godine do kraja listopada 2020. godine taj broj je stigao do 8.537. Broj pratitelja raste svaki mjesec, no u nedostatku digitalnog marketinga (ulaganja u digitalne kampanje), taj je rast osjetno sporiji nego protekle godine. U grafikonu 1. vidljiv je ovogodišnji rast broja pratitelja stranice, a rast je bio intenzivniji u ljetnim mjesecima:

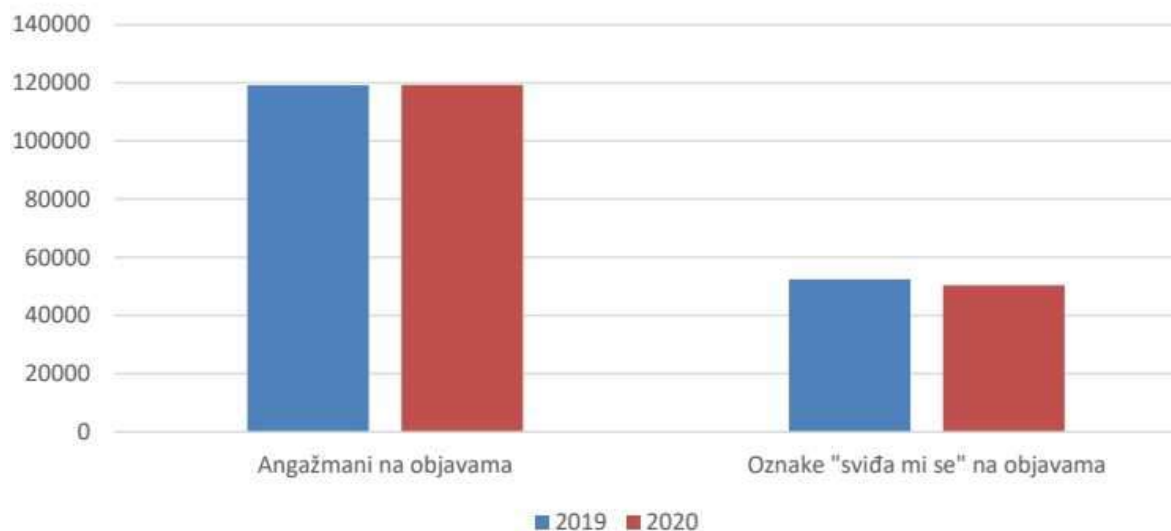
Grafikon1.: Broj pratitelja facebook stranice u 2020.godini.



Treba napomenuti da je vidljivo i kako se rast intenzivirao nakon korištenja digitalnog marketinga. Tako je nakon oglašavanja u veljači i ožujku uslijedio povećani rast broja pratitelja u travnju i svibnju kao uvod u ljeto, a jednako tako je novim oglašavanjem u rujnu osiguran daljnji rast pratitelja i nakon ljeta. Tijekom prvih 10 mjeseci u 2020. godini ostvareno je 119.343 angažmana na objavama, što znači 394 individualnih korisnika na dan. To zapravo znači da su toliko puta korisnici kliknuli na bilo što u vezi objava (označili „svidi mi se“, komentirali, podijelili, kliknuli na video, link ili sl.). Gotovo jednaki rezultati bili su u istom razdoblju 2019. godine kada je ostvareno do kraja listopada 119.223 angažmana, ali tada s osjetno manje pratitelja. Ukupni broj oznaka „svidi mi se“ (lajkovi) na objavama tijekom 2020. godine, do kraja listopada, dosegao je 50.465, dok je u istom razdoblju 2019. godine iznosio 52.474. To znači da je prosječni broj oznaka po objavi u 2020. godini iznosio 165. Vidljivo je, da u nedostatku digitalnog oglašavanja, dolazi do stagnacije tih pokazatelja u odnosu na godinu ranije, te se ne uspijeva potaknuti daljnji rast vidljivosti destinacije. Usporedba tih pokazatelja između 2019. i 2020. godine prikazana je u grafikonu 2.:

Grafikon 2.: Usporedba pokazatelja na objavama u razdoblju 2019.-2020. godine

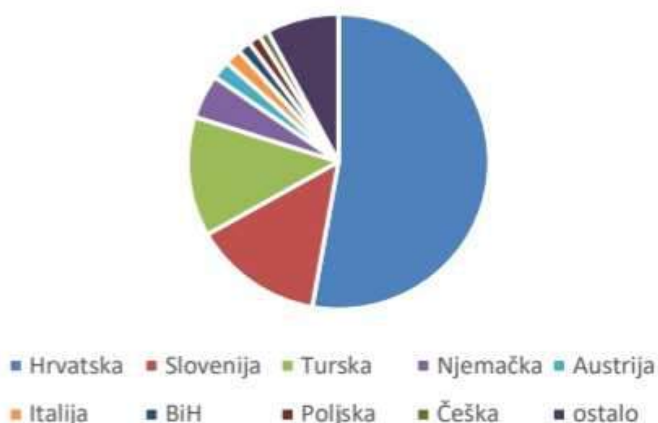
Angažmani i oznake "sviđa mi se" na objavama



Najviše pratitelja stranice je iz Hrvatske (52,8%), Slovenije (14,0%), Turske (13,1%), Njemačke (4,8%), Austrije (2,0%), Italije (1,8%), BiH (1,4%), Poljske (1,3%) i Češke 1,0%). Iz ostalih zemalja je 7,8% pratitelja. Ti udjeli prikazani su u grafikonu 3.:

Grafikon 3.: Udjel država prema porijeklu pratitelja stranice

Države porijekla pratitelja stranice

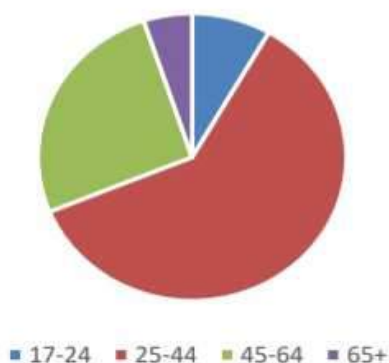


Od ukupnog broja pratitelja, njih 61,7% su žene, a 37,5% muškarci. Nepoznatog spola je 0,8% pratitelja. Po dobnoj strukturi, njih 60,5% ima od 25 do 44 godina, zatim 26,1% ima od 45 do

64 godina, svega 8,3% do 24 godina, a 5,1% iznad 65 godina. U dobnoj strukturi, dakle, možemo reći da dominiraju mladi ljudi u razdoblju života nakon završenog školovanja i rješavanja pitanja zaposlenja. Tada su u razdoblju života kada im je posebno zanimljivo aktivno ljetovanje kakvo nudi destinacija Novalja. Udio pojedinih dobnih skupina vidljiv je u grafikonu 4

Grafikon 4.: Dobna struktura pratitelja Facebook stranice

Dobna struktura pratitelja



Ukupni prosječni dnevni organski doseg neplaćenih objava u 2020. godini iznosi 3.528, te je na taj način u prvih 10 mjeseci ostvareno nešto manje od 1,1 milijuna doseg objava. Plaćene objave pridodale su više od 900.000 doseg, ostvarujući prosjek od 14.981 doseg dnevno tijekom trajanja plaćenih kampanja. U grafikonu 5. prikazan je taj odnos dnevnog prosjeka koje ostvaruju neplaćene i plaćene objave:

Grafikon 5.: Usporedba dnevnog prosjeka doseg neplaćenih i plaćenih objava

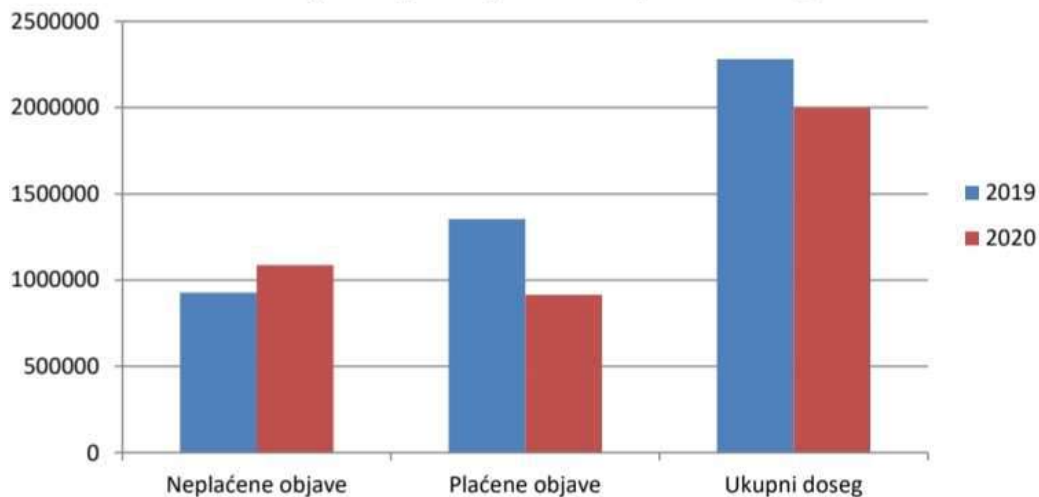
Prosječni dnevni doseg objava



Dakle, ukupno je tijekom prvih deset mjeseci 2020. godine ostvareno 2 milijuna dosega objava. U istom razdoblju 2019. godine zabilježeno je 2,28 milijuna dosega objava, od čega je neplaćeni doseg bio nešto iznad 900.000, a plaćeni gotovo 1,4 milijuna. U grafikonu 6. prikazana je usporedba tih rezultata za dvije godine:

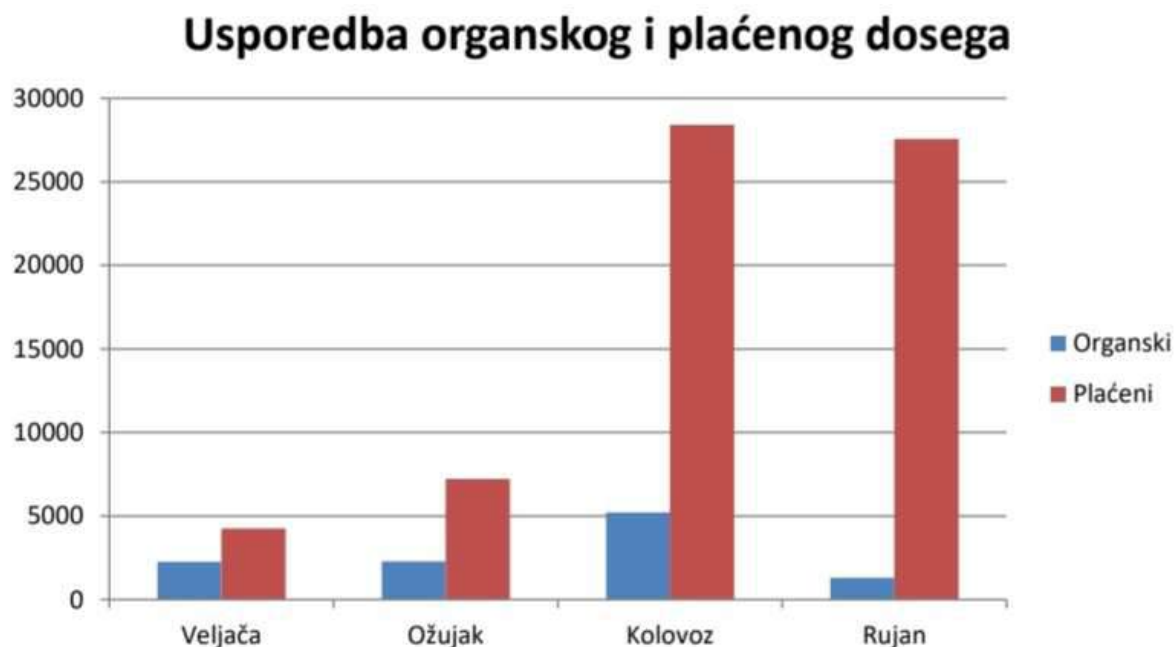
Grafikon 6.: Dosezi objava u razdoblju 2019.-2020. godine

Objave po tipu i ukupni doseg



Prethodni grafikonu pokazuju velik doprinos oglašavanja na prosječni dnevni doseg objava, a kako točno izgleda usporedba prosječnih dnevnih dosega neplaćenih i plaćenih objava u ona četiri mjeseca 2020. godine kada su zabilježene plaćene objave (u ostalim mjesecima nije bilo plaćenih objava) vidljivo je u grafikonu 7.

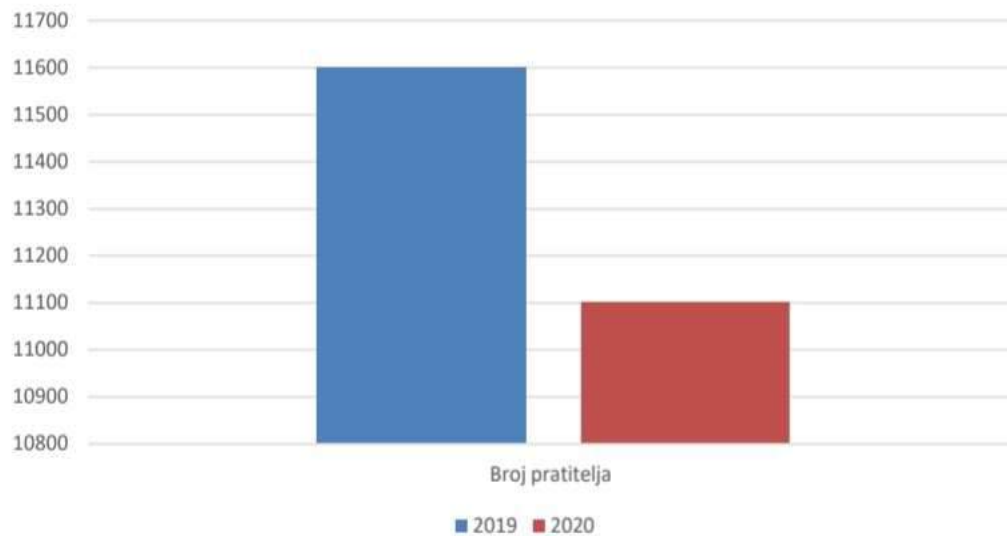
Grafikon 7.: Usporedba doseg neplaćenih i plaćenih objava po mjesecima



INSTAGRAM Na Instagram profilu TZ Novalje (visitnovalja) u studenom 2020. godine je broj pratitelja bio 11.100. Tako je zabilježen pad od 4,3% u odnosu na prije godinu dana kada je taj broj dosegao 11.600, tada ostvarivši značajan rast sa 8.000 na početku 2019. godine. Taj odnos prikazan je u grafikonu 8.:

Grafikon 8.: Usporedba broja pratitelja krajem listopada 2019. i 2020. godine

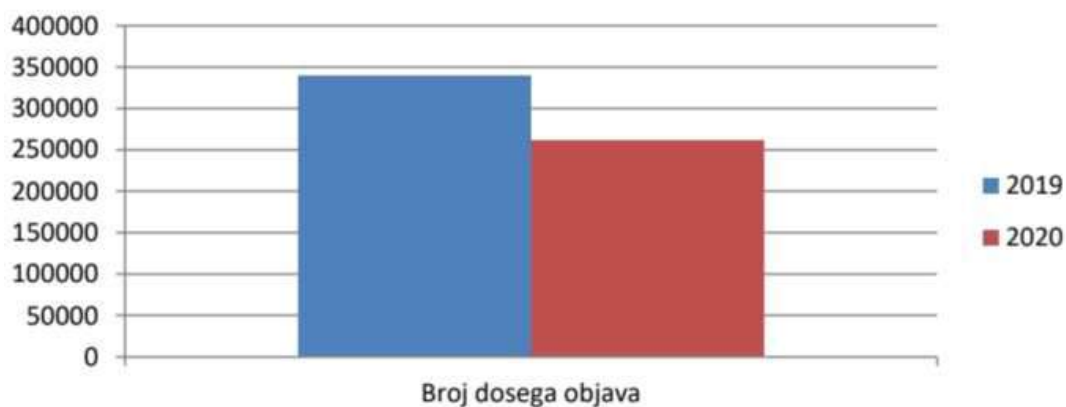
Broj pratitelja Instagram stranice



Doseg objava, koje su tijekom 2020. godine bila većinom generičke, dosegao je 261.698, dok je tijekom 2019. godine, kada su bile uglavnom plaćene, doseg bio 339.486. To predstavlja pad od 23% u 2020. godini. U grafikonu 9. vidljiva je usporedba dosega objava u 2019. i 2020. godini:

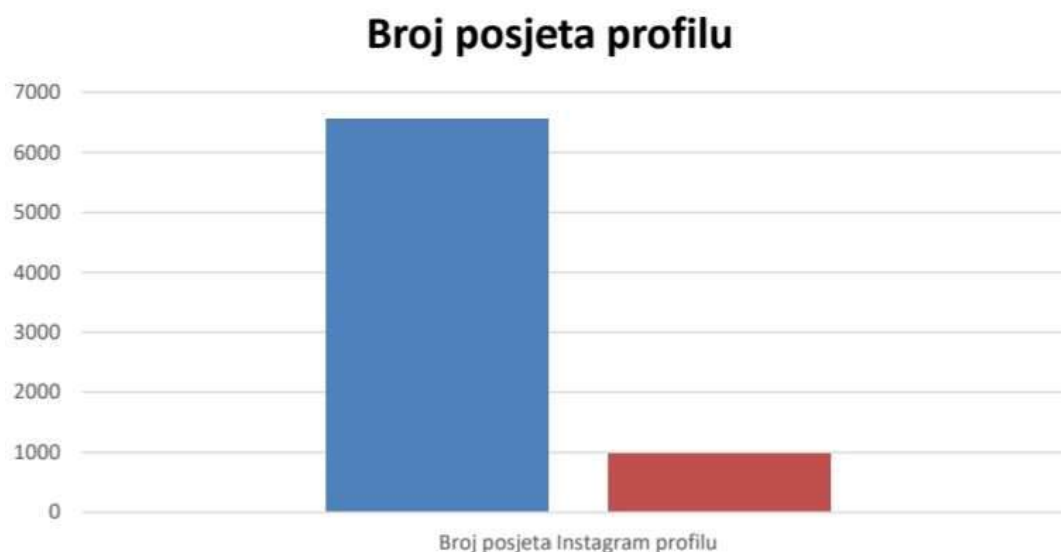
Grafikon 9.: Usporedba dosega objava u razdoblju 2019.-2020. godine

Doseg objava



Posjeti profilu smanjili su se sa 6.566 u 2019. godini na svega 975 u 2020. godini, što je čak 85,1% smanjenja. Naime, za razliku od 2019. godine, u ovoj godini nije se toliko koristio digitalni marketing, a uz to nije bilo ni atraktivnih događaja na destinaciji koji bi generirali dodatno zanimanje korisnika društvenih mreža. U grafikonu 10. prikazan je taj drastični pad broja posjeta profilu:

Grafikon 10.: Usporedba broja posjeta profilu u razdoblju 2019.-2020. godine



Interakcije s objavama smanjene su u istom razdoblju s 36.476 na 21.223, ili 41,8%. U nedostatku digitalnog oglašavanja i događaja na destinaciji, te uz pad doseg objava, bilo je neminovno da će manji broj korisnika podijeliti objave i/ili komentirati ih. Taj pad prikazan je u grafikonu 11.:

Grafikon 11.: Usporedba broja interakcija s objavama u razdoblju 2019.-2020. godina



Ukupno je tijekom 2020. godine zabilježeno 20.175 oznaka „sviđa mi se“ na objavama, 298 komentara, a objave su prikazane 290.279 puta. Video objave imale su, pak, 1.359 potpunih prikaza (pogledane do kraja)

ZAKLJUČAK

Kao što je razvidno iz izvještaja i komparativne statističke analize 2019-2020, veliki pad je zabilježen u 2020 godini zbog neulaganja u digitalni marketing, dok je oprečno tome, u 2019. godini, zabilježen veliki rast ulaganjem u isti. Ukoliko se ne bude ulagalo u digitalni marketing u 2021. godini, negativni trend će također biti iskazan na svim razinama i vrijednosti će biti u opadanju. Na Facebooku u 2020. godini zabilježen je rast od svega 14,7% u prvih deset mjeseci, dok je tijekom 2019. godine zabilježen rast od 72,5% rasta broja novih pratitelja Facebook stranice Visit Novalja. Treba napomenuti da je vidljivo i kako se rast intenzivirao nakon korištenja digitalnog marketinga. Tako je nakon oglašavanja u veljači i ožujku uslijedio povećani rast broja pratitelja u travnju i svibnju kao uvod u ljeto, a jednako tako je novim oglašavanjem u rujnu osiguran daljnji rast pratitelja i nakon ljeta. Ukupni broj oznaka „sviđa mi se“ (lajkovi) na objavama tijekom 2020. godine, do kraja listopada, dosegao je 50.465, dok je u istom razdoblju 2019. godine iznosio 52.474. To znači da je prosječni broj oznaka po objavi u 2020. godini iznosio 165. Vidljivo je, da u nedostatku digitalnog oglašavanja, dolazi do stagnacije tih pokazatelja u odnosu na godinu ranije, te se ne uspijeva potaknuti daljnji rast vidljivosti destinacije (Grafikon 2). Ukupni prosječni dnevni organski doseg neplaćenih objava u 2020. godini iznosi 3.528, te je na taj način u prvih 10 mjeseci ostvareno nešto manje od 1,1 milijuna doseg objava. Plaćene objave pridodale su više od 900.000 doseg, ostvarujući prosjek od 14.981 doseg dnevno tijekom trajanja plaćenih kampanja. (Grafikon 5). Ukupno je tijekom prvih deset mjeseci 2020. godine ostvareno 2 milijuna doseg objava. U istom razdoblju 2019. godine zabilježeno je 2,28 milijuna doseg objava, od čega je neplaćeni doseg bio nešto iznad 900.000, a plaćeni gotovo 1,4 milijuna. (Grafikon 6). Na Instagram profilu TZ Novalje (visitnovalja) u studenom 2020. godine je broj pratitelja bio 11.100. Tako je zabilježen pad od 4,3% u odnosu na prije godinu dana kada je taj broj dosegao 11.600, tada ostvarivši značajan rast sa 8.000 na početku 2019. godine. Doseg objava, koje su tijekom 2020. godine bila većinom generičke, dosegao je 261.698, dok je tijekom 2019. godine, kada su bile uglavnom plaćene, doseg bio 339.486. To predstavlja pad od 23% u 2020. godini. (Grafikon 9). Posjeti profilu smanjili su se sa 6.566 u 2019. godini na svega 975 u 2020. godini, što je čak 85,1% smanjenja. Naime, za razliku od 2019. godine, u ovoj godini nije se toliko koristio digitalni marketing, a uz to nije bilo ni atraktivnih događaja na destinaciji koji bi generirali dodatno zanimanje korisnika društvenih mreža.(Grafikon 10). Interakcije s objavama smanjene su u istom razdoblju s 36.476 na 21.223, ili 41,8%. U nedostatku digitalnog oglašavanja i događaja na destinaciji, te uz pad doseg objava, bilo je neminovno da će manji broj korisnika podijeliti objave i/ili komentirati ih.(Grafikon 11).

Godišnji izvještaj društvenih mreža TZG Novalje - Visit Novalja izradio:

2. Off line oglašavanje

PROMIDŽBENE AKTIVNOSTI

Marketinške aktivnosti promocije destinacijskog turizma već duži niz godina Zajednica provodi sa lokalnim turističkim subjektima, samostalno ili s višim razinama sustava HTZ-a. Ulaganje u jačanje destinacijskog brenda, inovativna rješenja, poticanje pred i posezone bile su smjernice marketinških aktivnosti Zajednice duži niz godine pa tako i pandemijske 2020.godine.

Od promidžbenih aktivnosti izdvajamo:

-UDRUŽENO OGLAŠAVANJE u inozemnim medijima (portalima specijaliziranim za kampove) u kojem je Zajednica sudjelovala zajedno s tvrtkom Hadria d.o.o. sufinancirano je prema utvrđenom modelu HTZ-a, Zajednice i TZ Ličko - senjske županije.

-OGLAŠAVANJE u slijedećim brošurama i turističkim publikacijama:

-brošura Kamping udruženja Hrvatske - „Croatia's Best Campingsites“ u okviru promidžbe naših kampova i njihove ponude,

-HOT SPOTS; u ljetnom izdanju te na njihovoj web platformi, dvojezična brošura. U ljetnom izdanju na 15 stranica objavljen je prilog o otoku Pagu pod naslovom *OSJETI ČAROLIJU MJESEČEVOG OTOKA*, gdje je predstavljena bogata i raznovrsna turistička ponuda te atraktivnosti otoka Paga, s posebno istaknutima onima na području Grada Novalje.

-APARTMAN PLUS, specijalizirani časopis Savjetovališta za obiteljski smještaj Interligo d.o.o., namijenjen prvenstveno našim iznajmljivačima.

-VEČERNJI LIST - zakup oglasnog paketa u digitalnom izdanju portala www.vecernji.hr/lifestyle/visit-novalja/ u formi *native* i promo članaka. Svjesni važnosti i utjecaja medija na imidž destinacije kao i njezine kontinuirane prisutnosti u domaćim i stranim izdanjima, Večernji list predstavlja partnera s kojim Novalja komunicira kroz prizmu ozbiljne i specijalizirane destinacije koja se neprestano razvija, poboljšava uvjete boravka turista, razvija

nove turističke proizvode, pronalazi rješenja za izazove, te u konačnici zaokreće smjer dosadašnjeg smjera razvoja

-THE PLITVICE TIMES - web izdanje www.plitvicetimes.com, digitalna platforma i tiskana izdanja (jesensko - tiskano u 5000 primjeraka), obuhvaća objavu promo članaka na engleskom jeziku sadržaja u destinaciji kao i najavu nadolazećih, uključujući i oglašavanje evenata na portalu Lika Club. Kako bi pojačali prisutnost na regionalnoj razini, brošura The Plitvice Times nudi osim promo članaka, direktnu reportažu s lica mjesta uključujući angažman svojih novinara i fotografa. Brošura se besplatno distribuira diljem Hrvatske i inozemstva a njezin primarni cilj je postati najbolji vodič za inozemne, ali i domaće turiste koji prepoznaju magazin kao pouzdan savjetnik za putovanje Hrvatskom, naročito županijskom regijom.

-NOVI LIST - objava članaka u nedjeljnom prilogu OTOČNI LIST, portalu, kao i dnevnim rubrikama. U objavama članaka komunikacija se odvijala kroz prizmu Novalje kao sigurne destinacije, prometne povezanosti i blizine te pozivalo na interes i u konačnici na akciju dolaska u destinaciju. Najveći naglasak bio je na programima outdoor, sigurnosti destinacije a naročito veliki interes pobudili su *nativ članci* našeg najvrjednijeg prirodnog resursa prekrasnih plaža na području grada rasprostranjenih od Metajne do Luna.

- Objava promo članaka u slovenskom časopisu NOVICE SVET 24 – Turistički prilog HRVAŠKA 2020. od 29.05. 2020. godine, u nakladi od 70.000 komada.

-INTERNET OGLAŠAVANJE putem domaćih turističkih portala, kanala te internet platformi: turistickeprice.hr, hrturizam.hr, punkufer.hr, hotspots.net.hr, neodoljivahrvatska.eu, novilist.hr, jutarnji.hr, vecernji.hr, [turizmoteka itd.](http://turizmoteka.itd)

-SAFE HARBOUR CROATIA - promotivna je kampanja ostvorena u suradnji sa svim Turističkim zajednicama otoka Paga te HTZ-om na programu Nautical Channel. Svrha kampanje bila je predstavljanje Hrvatske i otoka kao sigurnih luka tijekom pandemije te je izrađeno 20 videa u dužini trajanja od 5 min. Otok Pag je jedna od predstavljenih sigurnih destinacija na programu Nautical Channel-a koji se emitira u preko 100 zemalja svijeta te ima doseg preko 300 milijuna gledatelja te pokriva sva naša zanimljiva tržišta u Europi i svijetu.

IV.DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI

1.SAJMOVI

- **NASTUPI NA SAJMOVIMA I ROAD SHOW prezentacijama**

Ovdje izdvajamo predstavljanje naše turističke ponude na više sajmovi i Road show prezentacija putem raznih promidžbenih materijala, u suradnji s TZ otoka Paga, TZ Ličko - senjske županije na izložbenom prostoru HTZ-a , te s turističkim zajednicama dalmatinskih županija.

- ❖ **FERIENMESSE - Wien (AUSTRIJA)**

16. – 20. siječnja 2020. godine

Na najvećem i najznačajnijem međunarodnom turističkom sajmu u Austriji, na kojem je ove godine sudjelovalo 850 izlagača iz 80 zemalja te kojeg je posjetilo više od 160 tisuća posjetitelja, predstavljena je i turistička ponuda područja TZ grada Novalje.

Na službenom otvaranju sajma, od strane organizatora sajma, prezentirane su informacije o nadolazećoj turističkoj 2020. godini. Prema prvim najavama i procjenama austrijskog putničkog sektora predviđao se intenzitet putovanja austrijskih gostiju od visokih 90 posto.

Prema informacijama Ruefareisekompas 2020, najpoželjnije destinacije za Austrijance u 2020. godini bile su Italija, Hrvatska, Njemačka, Grčka i Španjolska. Hrvatska je u segmentu individualnih putovanja kao turistička destinacija i dalje na visokom drugom mjestu u Austriji. U tom smislu glavna nam je svima zadaća promovirati nas kao poželjnu turističku i kulturnu destinaciju za odmor, izuzetno bogate i raznovrsne ponude, počevši od gradskih preko obiteljskih putovanja do avanturističkih godišnjih odmora te wellnesa, biciklizma i drugih popularnih sadržaja. Inače, valja još istaknuti i činjenicu kako jedan segment Austrijanaca putuje do četiri puta godišnje na odmor, jedan glavni i duži te nekoliko kraćih i to osobnim automobilom, što ide u prilog Hrvatskoj.

Na štandu HTZ-a veličine 136,5 kvadratnih metara uz nacionalnu promociju Hrvatske kao turističke destinacije svoju ponudu predstavilo je 12 suizlagača iz hrvatskog privatnog i javnog turističkog sektora. Hrvatsku je tijekom 2019. godine posjetilo više od 1.4 milijuna Austrijanaca koji su ostvarili više od 7,7 milijuna noćenja. U prvih 15 dana siječnja 2020.

godine ostvareno je 27 posto više dolazaka i 18 posto više noćenja u odnosu na isto razdoblje lani što je ukazivalo na izuzetno pozitivan smjer kretanja turističkog prometa početkom godine.

Tijekom četiri sajamska dana održavao se bogat popratni program kroz mnogobrojne glazbene nastupe, kulinarske prezentacije egzotičnih jela te nagradne igre zahvaljujući kojima će najsretniji posjetiti daleke destinacije svijeta.

Paralelno se održavao i poznati Vienna Auto Show.

Zajedno s nositeljem suizlagačkog mjesta - Nacionalnog parka Plitvička jezera, ŽK Otočac, te TZ Ličko-senjske županije, predstavili smo našu bogatu turističku ponudu.

Ovaj se čitav spoj pokazao u konačnici kao izuzetno dobitna kombinacija, gdje smo se svi zajedno uspješno promovirali, vežući sve raznolikosti i atraktivnosti svih turističkih područja naše županije. Posebno je iznenađujuće bio velik interes posjetitelja sajma za moto-rute te pješačke rute u nedirnutoj prirodi, a upravo to su programi koje posljednjih godina uspješno razvijaju receptivne turističke agencije u Županiji u koje se usmjerava najveći dio promotivnih aktivnosti.

Austrijsko je emitivno tržište od velikog značaja za područje Grada Novalje, s kojeg nam dolazi veliki broj turista, te iz godine u godinu bilježimo njihov značajan porast, a velik se broj njih ponovno vraća i ljetuje na našem predivnom otoku, što su potvrdili brojni oduševljeni posjetitelji našeg štanda, tom prilikom prepričavajući doživljaje sa svog ljetovanja. Od smještaja najviše preferiraju objekte u domaćinstvu - obiteljski smještaj, hotele te posebice kampove. Inače je s našeg područja kao suizlagač sudjelovao i Kamp Straško.

Uz Hrvatsku turističku zajednicu, na sajmu je ukupno sudjelovalo 12 suizlagača iz javnog i privatnog sektora:

Zanimanje za bogatu i raznoliku turističku ponudu bilo je iznad svih očekivanja, a kako se približavalo vrijeme vikenda, broj posjetitelja je izuzetno rastao.

Što se tiče konkretnih upita, velik broj njih zanimali su *paket aranžmani* - što ponuditi gostima koji prvi puta dolaze na naš otok. Uz ogroman interes za naše prekrasne plaže, bogatstvo kojim se doista možemo podičiti, u okviru smještajnih kapaciteta najveći je interes i najviše upita, osim za hotele i smještaj u apartmanima i sobama, bilo za kampove na području čitavog otoka. Među posjetiteljima bio je i značajan broj turista koji su već posjetili neke od naših kampova, imajući samo pozitivne dojmove, te napominjući kako ponovno planiraju doći kod nas.

Posjetitelji su, uz raznovrstan izbor promidžbenog materijala mogli pogledati promotivne filmove s predivnim motivima našega područja, u čemu su istinski uživali.

Uz spomenuto, velik broj upita bio je za outdoor programe - biciklizam, trekking, hiking, team building, zatim za gastronomiju, sirne i vinske staze, kulturno-povijesne znamenitosti. Posebice su ih interesirale mogućnosti organiziranog posjeta našim obližnjim nacionalnim parkovima, te smo im tom prilikom kroz sve dane trajanja sajma prezentirali i izuzetno bogatu izletničku ponudu, podijelivši im najnovije brošure u kojima su takvi programi predstavljeni na jednom mjestu.

Posjetiteljima štanda posebno smo prezentirali manifestacije koje se održavaju u predsezonskom i posezonskom razdoblju, za što su pokazali velik interes.

Mnogi od njih isticali su kako i doista žele doći u tom, mirnijem razdoblju turističke sezone, uz upite može li se već u svibnju mjesecu mogu okupati, kakva je ponuda u tom periodu, uz želju da njihov boravak tada bude oplemenjen dodatnim programima te kao bi uživati u manifestacijama koje se organiziraju u tom razdoblju.

Pri tom valja istaknuti kako je blizina austrijskog tržišta također jedan je od odlučujućeg faktora prilikom odlučivanja za godišnji odmor na naše područje.

❖ **INCHEBA EXPO SLOVAKIATOUR 2020 – BRATISLAVA (SLOVAČKA)**

23.01.-26.01.2020.

Incheba Expo SlovakiaTour međunarodni je turistički sajam održan u Bratislavi od 23.-26.01.2020.godine putem kojeg je predstavljena turistička ponuda otoka Paga. U međusobnoj suradnji i angažmanu svih Turističkih zajednica otoka Paga po prvi puta i sa otokom Virom sudjelovali smo kao jedini predstavnici Hrvatske na najposjećenijem slovačkom sajmu.

Na nama izuzetno značajnom emitivnom tržištu Slovačke sa ostvarenih 19 249 dolazaka i 132 379 noćenja u protekloj godini na razini otoka nastavljamo zajedničke promotivne aktivnosti otoka Paga kao odmorišne ljetne destinacije, pri čemu je najviše upita bilo upravo za ljetni boravak, blizinu destinacije, ponudu plaža a od smještajnih kapaciteta najveći interes prevladavao je za obiteljski smještaj i hotele.

Predstavljanje otoka Paga popratilo je i Veleposlanstvo Republike Hrvatske u Bratislavi i Veleposlanik gosp. Aleksandar Heina na prezentaciji koja je upriličena za predstavnike medija i turističkih agencija u organizaciji predstavništva HTZ-a u Pragu i Bratislavi. Preko pedeset

uzvanika imali su priliku putem kratke 10-minutne prezentacije licenciranog turističkog vodiča gđe. Božidarke Ščerbe Haupt i promotivnih video materijala pogledati raznoliku turističku ponudu otoka Paga, od kulturno-povijesnih znamenitosti i sportskih sadržaja do predivnih plaža i uvala kao i prepoznate otočne gastronomije. U suradnji sa predstavništvom HTZ-a i predstavnicima otoka Vira upriličen je domjenak za sve posjetitelje prezentacije pri čemu su poslužene gastronomske i autohtone delicije otoka Paga i Hrvatske. Uspješno predstavljanje otoka Paga na sajmu u Bratislavi svakako je pridonio i povećani medijski interes za Hrvatsku i njezine predstavnike te je samim time naše sudjelovanje popraćeno u večernjim središnjim vijestima nacionalne televizije JOJ te u novinskim člancima lokalnih medija (Europske novine). Najposjećeniji dani sajma očekivano su bili za vrijeme vikenda a ponuda promidžbenih materijala u potpunosti je zadovoljila zahtjeve i interese slovačkih gostiju.

Slovačka je naše tradicionalno i godinama vjerno tržište koje ne samo da ne treba zanemarivati, već neprestano u njega ulagati i osvježavati turističku ponudu, osluhnuti njihove želje i potrebe. Jedna je od industrijski najbržih rastućih država EU koja se nalazi na četveromeđi - vrlo blizu nje se nalaze Češka, Austrija, Mađarska te je nemali broj posjetitelja bio upravo iz navedenih susjednih tržišta.

Nakon Bratislave u planu je bio nastup na sajmu u Berlinu, no zbog opće poznatih okolnosti koje su zadesile čitav svijet pa tako i Hrvatsku, sajam je otkazan.

U sklopu nastupa TZ Ličko – senjske županije na izložbenom prostoru HTZ, te u suradnji s turističkim zajednicama dalmatinskih županija kroz distribuciju raznih promidžbenih materijala, početkom godine sudjelovali smo na slijedećim sajmovima:

CMC	Stuttgart	(Njemačka)
Fiets en Wandelbeurs	Utrecht	(Nizozemska)
Fiets en Wandelbeurs	Gent	(Belgija)
Motorbeurs	Utrecht	(Nizozemska)
Destination	London	(Velika Britanija)
Moto bike expo	Verona	(Italija)
New York Times	New York	(SAD)
Salon del camper	Parma	(Italija)

V.INTERNI MARKETING

1.EDUKACIJA

Aktivnosti u razdoblju pripreme sezone

1. MALI IZNAJMLJIVAČ - VELIKI POSAO - Edukacija za iznajmljivače održana je u Gradskoj knjižnici dana 07. ožujka 2020. u suradnji s predavačima iz Interliga, savjetovaništem za male iznajmljivače pod stručnim vođenjem i predavanjem gđe. Meri Čizmić Kraljević.

Teme koje su kroz spomenuto predavanje iscrpno obrađene bile su:

- Zakon o ugostiteljskoj djelatnosti
- Pravilnik o kategorizaciji
- Cjenik
- PDV na proviziju – samostalno plaćanje i predaje obrazaca
- Turistička pristojba
- Turistička članarina
- Rekategorizacija

Obzirom na veliki broj zakonskih izmjena od početka 2020.godine a direktno vezanih za obveze iznajmljivača, posjećenost ove radionice bila je iznad očekivane. Preko 25 iznajmljivača različitih dobnih skupina posjetili su organiziranu radionicu te iznijeli svoja promišljanja, kritike, upite te planove za 2020.godinu. Sudjelovanjem većeg broja iznajmljivača na radionici znak su pojačanog interesa skupine u turistički proizvod destinacije, podizanje kvalitete te implementiranje novih znanja i tehnologija u poslovanje.

Svi sudionici edukacije dobili su Certifikat AP+ kojeg Savjetovanište za obiteljski smještaj i specijalizirani časopis "Apartman Plus" dodjeljuje malim iznajmljivačima.

2.NAGRADE I PRIZNANJA

Nagrade, priznanja i slične potvrde unapređenja kvalitete poslovanja što ih dobivaju turističko ugostiteljski i kulturni objekti s područja našeg grada, ove godine dobili su:

- **Kamp STRAŠKO**

Slovenski web portal Avtokamp.si ove je godine u izboru najboljeg većeg kampa u Hrvatskoj u kategoriji Kampovi Dalmacije za najboljeg odabrao kamp *Straško*, istaknuvši predivnu plažu, odličnu animaciju, te uživanje u velikim sjenčanim parcelama i bazenima kao najveće njegove adute.

- **Kamp NAVIS na Škuncinim Stanima**

dobio je treću nagradu u kategoriji Mali dalmatinski kamp.

-LIFE ON MARS - NAGRADA ZA NAJBOLJU TURISTIČKU INFRASTRUKTURU OD STRANE

Prema izboru čitatelja magazina "People Outdoors", staza LIFE ON MARS dobila je nagradu za najbolju outdoor turističku infrastrukturu i to na ovogodišnjem 1. Outdoor Oscaru.

Toj činjenici može posvjedočiti osim više od 1300 sudionika koji su 30. ožujka 2019. sudjelovali u atraktivnoj trail&trekking utrci "Life on Mars" a posljedica ovog hvale vrijednog turističkog proizvoda je trajno ostavljena trail staza lokalnoj zajednici, u potpunosti označena i signalizirana kako na terenu tako i putem GPS zapisa. Staza je otvorena tijekom cijele godine te izvrstan motiv dolaska gostiju naročito u pred i postsezonskom razdoblju. Zajednica je financijski u potpunosti sudjelovala kako u infrastrukturnoj postavi tako i u njezinoj promociji. Ove godine staza je nadograđena prvom morskom Via Ferratom u Hrvatskoj u duljini od 100 m koja je službeno trebala biti otvorena na Life on Mars Trailu. Ferrata je namijenjena nešto zahtjevnijim aktivnim sportašima te je potrebno korištenje adekvatne opreme te predstavlja prenosnicu preko morskog djela koji spaja dvije plaže.

TURISTIČKI FILM OTOKA PAGA – NAGRADA stiže iz Poljske

Turistički film otoka Paga prijavljen je na natječaj portala iz Poljske WaszaTurystyka.pl. te je film pod naslovom "Your island of Pag" osvojio nagradu na filmskom festivalu pod nazivom „Kadrovi iz Poljske... i ne smo iz Poljske“. Zbog pandemije koronavirusa dodjela nagrade nije održana te je prolongirana za novi datum.

-MICHELINOVA ZVJEZDICA RESTORANU BOŠKINAC

1. Restoran hotela Boškinac u veljači ove godine bogat je za još jednu nagradu - prestižnu MICHELINOVU zvjezdicu – sinonimom za izvrsnost u gastronomiji.

Prema istraživanjima Food Travel Monitor-a čak 93 posto turista sudjelovalo je u nekom "posebnom iskustvu vezanom uz hranu i piće" tijekom turističkog putovanja što ukazuje da je gastronomija danas sadržaj za koji su gotovo svi turisti iznimno zainteresirani.

Tako restoran Boškinac od ove godine krasi uručena mu *Michelinova* zvjezdica, na koju su izuzetno ponosni, ističući kako je to rezultat mnogo uloženog rada te i dalje nastavljaju s vrlo ambicioznom gastronomijom, truditi se svaki dan iznova nastaviti potvrđivati svoju posvećenost svome poslu i izvrsnosti koja ih inspirira i nosi.

Velik je to doprinos i za Novalju, pridodavši se tako hrvatskim destinacijama koje se mogu pohvaliti autentičnom i iznimno kvalitetnom gastronomskom ponudom.

2. U kategoriji *VINARIJA GODINE SJEVERNE DALMACIJE*, Vinarija Boškinac dobitnik je godišnje nagrade "VINUM LAUREATUM" zadarske udruge VINUM, koja se ove godine premijerno održala u Zadru.

Uz vinariju Degarra, Vinarija Boškinac jedine su dvije vinarije iz sjeverne Dalmacije koje su bile zastupljene u top 10 najboljih vina po svojim kategorijama.

3. U sklopu petog Vinart Grand Tasting koji se tradicionalno održava prvog vikenda u ožujku u Zagrebu, dodijeljene su nagrade Vinart godišnja postignuća. Riječ je o nagradama, svojevrsnim vinskim Oscarima kojima se odaje priznanje najboljima u hrvatskom vinarstvu. Žiri sastavljen od eno-gastro novinara dodijelio je priznanja najboljim vinarijama po regijama, osobi godine, zaslužnicima koji su zadužili vinarstvo u Hrvatskoj i trgovcima vinom.

Tako je nagrada za osobu godine dodijeljena gospodinu Borisu Šuljiću, čija butik vinarija *Boškinac* godinama predstavlja simbol izuzetne kvalitete vina, te zaslužno odnio pobjedu. Iako u žestokoj konkurenciji, rijetko tko se neće složiti da gospodin Šuljić svojim izuzetnim vinima i luksuznim hotelom spada na sam tron u svim sferama svog poslovanja.

VI. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA

1. Proizvodnja multimedijalnih programa

SNIMANJE TURISTIČKOG FILMA OTOKA PAGA – NO MAIN IS AN ISLAND

Turističke zajednice Grada Paga, Grada Novalje, mjesta Stara Novalje i općine Poveljana tijekom ljetnih mjeseci snimale su zajednički promotivni film otoka Paga s porukom

"No Man is an Island..yet we are all looking for one..."

Your Island of Pag. "

Nastavak je to sinergije i suradnje potpisanim Sporazumom o projektnom udruživanju lokalnih turističkih zajednica s područja otoka Paga.

Otok Pag postaje destinacija jedinstvene turističke ponude, od prvih kadrova na Paškom mostu do najsjevernije točke na *punti* Luna. Sve ljepote našeg najdužeg jadranskog otoka sažeti su u ovom promotivnom filmu kojim želimo pokazati koliko volimo svoj otok Pag i želimo toplu cjelogodišnju dobrodošlicu turistima koji nam dolaze. Putujemo kao turisti da bismo se kao prijatelji ili obitelj povezali jedni s drugima, ali i s našim domaćinima, novim krajevima i predivnom prirodom, kulturnom baštinom, nezaboravnim događajima i otočnom gastronomijom. "Nijedan čovjek nije otok sam za sebe, vi pronađite svoj na otoku Pagu" misao vodilja je ovog prvog zajedničkog ovog video spota otoka Paga.

Zajednički promotivni film s ponudom cijelog otoka Paga snimala je tvrtka Moonstone Production iz Solina, a na kraju snimanja svaka turistička zajednica dobila je i svoj zasebni kratki promotivni film.

U projekt snimanja filma je bila uključena i agencija LIBRA d.o.o. iz Rijeke kroz osmišljavanje i pripremu koncepta (scenarij, slogan, lokacije snimanja, art direktorij, kadrovi snimanja, montaža i dr.) te općenito njegova realizacija.

VII.OSTALO

Aktivnosti u ovom području izvršene su s 8 % više sredstava u, a odnose se na:

- obnovu, održavanje i zaštitu kulturno-povijesnih i sakralnih objekata
- ostali proizvodi i pogodnosti za posjetitelje
- potpore ustanovama, institucijama, službama i udrugama
- sufinanciranje smještaja zdravstvenih djelatnika COVID ambulante
- sanaciju krova u TIC-u,
- obnova pročelja objekta Zajednice i TiC-a
- Integralno upravljanje kvalitetom destinacije (IQM)

Predsjednik TZG Novalje

Ante Dabo