



B I O G R A D
N A M O R U
TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA

PROGRAM RADA S FINANCIJSKIM PLANOM
ZA 2026. GODINU

Sadržaj

UVOD	2
Program rada turističke zajednice – polazište	2
Turistički promet grada Biograda na Moru	6
PRIHODI	8
AKTIVNOSTI	10
I. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE	10
1.1. Izrada strateških/ operativnih/ komunikacijskih akcijskih dokumenata	10
1.2. Istraživanje i analiza tržišta	10
1.3. Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti	11
II. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA	11
2.1. Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda	11
2.2. Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda	11
2.3. Podrška razvoju turističkih događanja	14
2.3.1. Organizacija i suorganizacija događanja, kulturno zabavnih sportskih i sl.	14
2.3.2. Sufinanciranje manifestacija u organizaciji drugih subjekata	18
2.4. Turistička infrastruktura	19
2.5. Podrška turističkoj industriji	20
III. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE	20
3.1. Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice	20
3.2. Suradnja s organizatorima putovanja	21
3.3. Kreiranje promotivnog materijala	21
3.4. Internetske stranice	22
3.5. Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka	22
3.6. Turističko – informativne aktivnosti	23
3.7. Marketinške i poslovne suradnje	23
3.7.1. Udruženo oglašavanje u promotivnoj kampanji TZ Zadarske županije	23
3.7.2.	23
IV. DESTINACIJSKI MENADŽMENT	24
4.1. Turistički informacijski sustavi i aplikacije/eVisitor	24
4.2. Upravljanje kvalitetom u destinaciji	24
4.3. Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša	25
V. ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA	25
VI. ADMINISTRATIVNI POSLOVI	25
6.1. Plaće	25
6.2. Materijalni troškovi	26
6.3. Tijela turističke zajednice	26
VII. REZERVA	26
VIII. POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE	27
IX. STRUKTURA PLANIRANJA – TABLIČNI PRIKAZ	27

UVOD

Turizam je za grad Biograd na Moru postao strateški važan kao dio gospodarskog sektora, jer ima direktan učinak na gospodarstvo, društveno i ekološko blagostanje njegovog područja.

Sukladno Zakonu o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/19), te svom Statutu Turistička zajednica grada Biograda na Moru će i u narednom razdoblju raditi na unapređenju, očuvanju i promociji svih elemenata turističkog proizvoda grada Biograda na Moru, te poticati i pomagati razvoj turizma u gradu. Pojačane aktivnosti koordinacijske funkcije i suradnja s nižim i višim ustrojem te svim pravnim i fizičkim osobama neposredno ili posredno uključenim u turizam grada, ali i pružanje stručne i svake druge moguće pomoći istima.

U velikoj konkurenciji Biograd se mora suočiti s izazovom zaokreta prema novom razvojnem i marketinškom ciklusu pri čemu treba posebno naglasiti stvaranje dodatne vrijednosti prilagođavajući se potrebama, očekivanjima i navikama turista. Treba raditi na brendiranju grada, snažnijem destinacijskom identitetu i ponudi potpunije palete turističkih proizvoda te višoj umreženosti javnog i privatnog sektora u upravljanju destinacijom. Povezanost i partnerski odnos svih dionika u kreiranju turističkog proizvoda važan je faktor.

Iako su „sunce i more“ još uvijek najznačajniji motivi dolaska turista, u današnjim uvjetima modernog turizma to više nije dovoljno te je potrebno učiniti velike pomake u razvoju i upravljanju destinacijom. Pri tome se misli o novom, sustavnom i dobro promišljenom procesu oživljavanja grada Biograda kao rezultat strateškog repozicioniranja i želje da se grad Biograd u predstojećem razdoblju još više nametne na tržištu kao prepoznatljiva, kompetitivna i kvalitetna lifestyle destinacija. Sukladno tome, cilj budućih aktivnosti je isključivo biti usmjereni na kvalitetu proizvoda i usluga koji će gostima pružiti jedinstveni doživljaj, nezaboravna iskustva i pozitivne emocije.

Rastu oni koji žele razvoj! Može se, ali treba uložiti puno truda i vremena. Kvalitetni, raznoliki i autentični sadržaj je jedino rješenje kako produžiti turističku sezonu. Moramo turistima dati razlog da se zanimaju za nas, izdvojiti se iz okruženja. U turizmu ne prolaze kratkoročna, već dugoročna rješenja. „Kvaliteta je ključ svega!“

Program rada turističke zajednice – polazište

Prijedlog programa rada Turističke zajednice grada Biograd na Moru pripremljen je prema novoj metodologiji izrade godišnjeg programa rada i izvješća o izvršenju godišnjeg programa rada. Uvažavajući činjenicu kako je od 1. siječnja 2020. godine stupio na snagu novi zakon koji uređuje sustav turističkih zajednica, Ministarstvo turizma i sporta izradilo je novu metodologiju i standarde planiranja u sustavu turističkih zajednica temeljenu na novoj strukturi zadaća na svim razinama sustava.

Sukladno zakonskim odredbama lokalne turističke zajednice koje pripadaju istoj regionalnoj turističkoj zajednici obvezne su u postupku donošenja programa rada međusobno usklađivati i koordinirati s nadležnom regionalnom turističkom zajednicom. Cilj nove

metodologije je unificiranost i konsolidacija planiranja i izvještavanja o provedenim aktivnostima na svim razinama sustava kako bi se postigla transparentnost, jasan i precizan pregled u aktivnosti i uloga u razvoju, implementaciji i provedbi zadaća prema razinama ustroja turističkih zajednica.

Pri definiranju godišnjeg programa rada turističke zajednice, polazište je u ciljevima turističkih zajednica koji su definirani Zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/19 i 42/20) u članku 9, a usmjereni su na:

1. razvoj i marketing destinacije kroz koordiniranje ključnih aktivnosti turističkog razvoja (planiranje, razvoj turističkih proizvoda u destinaciji, financiranje, donošenje i provedba odluka), u skladu s dokumentima kojima se definira nacionalna strategija razvoja turizma.

2. osiguravanje cjelovitije zastupljenosti specifičnih lokalnih/regionalnih interesa kroz jačanje lokalne/regionalne inicijative i povezivanje dionika na lokalnom/regionalnom nivou radi stvaranja međunarodno konkurentnih turističkih proizvoda.

3. poboljšanje uvjeta boravka turista u destinaciji te razvijanje svijesti o važnosti i gospodarskim, društvenim i drugim učincima turizma, kao i potrebi i važnosti očuvanja i unaprjeđenja svih elemenata turističke resursne osnove određene destinacije, a osobito zaštite okoliša, kao i prirodne i kulturne baštine sukladno načelima održivog razvoja.

Ciljevi turističke politike Turističke zajednice grada Biograda za 2026. godinu jesu:

- nastavak aktivnosti na stvaranju turistički atraktivne sredine, te poboljšanju i stabiliziranju položaja grada Biograda na Moru kao receptivnog turističkog središta na domaćem i međunarodnom turističkom tržištu,
- naglasak na razvoju obiteljskog, nautičkog i zdravstvenog turizma
- povećanje stupnja korištenja smještajnih kapaciteta s naglaskom na produženje sezone (predsezona i posezona),
- povećane aktivnosti u svezi organiziranja i plasmana privatnog smještaja,
- obogaćivanje ponude novim sadržajima (proizvodima),
- daljnji razvoj selektivnih oblika turizma,
- briga o očuvanju okoliša i stvaranje što prihvatljivijeg održivog ambijenta življenja,
- agresivna i učinkovita provedba programa aktivnosti na domaćem i inozemnom turističkom tržištu,
- daljnja afirmacija i stvaranje prepoznatljivog identiteta grada Biograda na Moru – Srce Jadrana
- dodatna snažna afirmacija procesa korištenja online komunikacijskih strategija u turističkoj promidžbi grada Biograda što između ostalog uključuje daljnje unaprjeđenje i nadogradnju internet stranica, optimizaciju sadržaja, pojačane aktivnosti na društvenim mrežama i dr.
- koordinacija i sadržajna suradnja sa svim dionicima u turizmu grada Biograda

Naravno da ovako postavljeni ciljevi turističke politike za 2026. godinu traže sinergijsko djelovanje svih subjekata koji posredno ili neposredno sudjeluju u kreiranju turističkog proizvoda grada Biograda na Moru (Gradska uprava, Turistička zajednica, gospodarstvenici, nadležne

institucije, domaćinstva) kao i njegovom plasmanu na međunarodnom i domaćem turističkom tržištu.

Zadaće lokalne turističke zajednice propisane su Zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/19 i 42/20) u članku 32, a strukturirane su na slijedeći način:

1. Razvoj proizvoda

- 1.1. sudjelovanje u planiranju i provedbi ključnih investicijskih projekata javnog sektora i ključnih projekata podizanja konkurentnosti destinacije
- 1.2. koordinacija i komunikacija s dionicima privatnog i javnog sektora u destinaciji
- 1.3. razvojne aktivnosti vezane uz povezivanje elemenata ponude u pakete i proizvode – inkubatori inovativnih destinacijskih doživljaja i proizvoda
- 1.4. razvoj događanja u destinaciji i drugih motiva dolaska u destinaciju za individualne i grupne goste
- 1.5. razvoj ostalih elemenata turističke ponude s fokusom na cjelogodišnju ponudu destinacije
- 1.6. praćenje i apliciranje, samostalno ili u suradnji s jedinicom lokalne samouprave i drugim subjektima javnog ili privatnog sektora, na natječaje za razvoj javne turističke ponude i infrastrukture kroz sufinanciranje iz nacionalnih izvora, fondova Europske unije i ostalih izvora financiranja
- 1.7. upravljanje kvalitetom ponude u destinaciji
- 1.8. strateško i operativno planiranje razvoja turizma ili proizvoda na destinacijskoj razini te po potrebi organizacija sustava upravljanja posjetiteljima
- 1.9. sudjelovanje u izradi strateških i razvojnih planova turizma na području destinacije
- 1.10. upravljanje javnom turističkom infrastrukturom
- 1.11. sudjelovanje u provođenju strateških marketinških projekata koje je definirala Hrvatska turistička zajednica.

2. Informacije i istraživanja

- 2.1. izrada i distribucija informativnih materijala
- 2.2. stvaranje, održavanje i redovito kreiranje sadržaja na mrežnim stranicama destinacije i profilima društvenih mreža
- 2.3. osnivanje, koordinacija i upravljanje turističkim informativnim centrima (ako postoje/ima potrebe za njima)
- 2.4. suradnja sa subjektima javnog i privatnog sektora u destinaciji radi podizanja kvalitete turističkog iskustva, funkcioniranja, dostupnosti i kvalitete javnih usluga, servisa i komunalnih službi na području turističke destinacije
- 2.5. planiranje, izrada, postavljanje i održavanje sustava turističke signalizacije, samostalno i/ili u suradnji s jedinicom lokalne samouprave
- 2.6. operativno sudjelovanje u provedbi aktivnosti sustava eVisitor i ostalim turističkim informacijskim sustavima sukladno uputama regionalne turističke zajednice i Hrvatske turističke zajednice kao što su: jedinstveni turistički informacijski portal te evidencija posjetitelja i svih oblika turističke ponude.

3. Distribucija

3.1. koordiniranje s regionalnom turističkom zajednicom u provedbi operativnih marketinških aktivnosti

3.2. priprema, sortiranje i slanje podataka o turističkoj ponudi na području destinacije u regionalnu turističku zajednicu i Hrvatsku turističku zajednicu

3.3. priprema destinacijskih marketinških materijala sukladno definiranim standardima i upućivanje na usklađivanje i odobrenje u regionalnu turističku zajednicu

3.4. pružanje podrške u organizaciji studijskih putovanja novinara i predstavnika organizatora putovanja u suradnji s regionalnom turističkom zajednicom te u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom

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

(2) Pored zadaća iz stavka 1. ovoga članka, lokalne turističke zajednice koje ostvaruju više od 1.000.000 komercijalnih noćenja godišnje mogu izvršavati i sljedeće zadaće vezane uz marketing:

1. odnosi s javnošću

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

3. definiranje smjernica i standarda za oblikovanje turističkih promotivnih materijala

4. uspostavljanje marketinške infrastrukture temeljene na informatičkim tehnologijama

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

6. koordinacija i provedba udruženog oglašavanja na lokalnoj razini

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

(3) Lokalna turistička zajednica dužna je voditi računa da zadaće koje provodi budu usklađene sa strateškim marketinškim smjernicama i uputama regionalne turističke zajednice i Hrvatske turističke zajednice.

(4) Lokalna turistička zajednica može na temelju posebne odluke Turističkog vijeća Hrvatske turističke zajednice biti član međunarodnih turističkih organizacija i srodnih udruženja.

Turistički promet grada Biograda na Moru

Prema podacima sustava za prijavu gostiju eVisitor obrađenim u listopadu 2025. godine., u prvih devet mjeseci 2025. godine broj dolazaka stranih turista iznosio je 176,010 što je 1% više od prethodne godine, dok je broj dolazaka domaćih turista istovremeno iznosio 53.981 (7% više nego 2024. godine). U istom vremenskom razdoblju ostvareno je 1.019,012 noćenja stranih turista što je na razini prethodne godine, kao i 285.320 noćenja domaćih turista (8% više nego 2024. godine). Sveukupni (strani i domaći) broj dolazaka turista u prvih devet mjeseci 2025. godine iznosio je 229.991 (3% više od prethodne godine), a istovremeno su zabilježena 1.304.332 noćenja (2% više od 2024. godine).

U 2025. godini većina noćenja zabilježena je u komercijalnim smještajnim objektima (74,2%), nekomercijalni smještajni objekti u ukupnim noćenjima sudjeluju s udjelom od 4,8 %, dok na segment nautičkog chartera otpada 21 %.



Turistički promet grada Biograda na Moru za smještaj za razdoblje SIJEČANJ - RUJAN 2025./2024. godine

Vrsta/Podvrsta objekta	DOMAĆI				STRANI				UKUPNO				INDEKS	
	Dolasci		Noćenja		Dolasci		Noćenja		Dolasci		Noćenja		Dolasci	Noćenja
	2025	2024	2025	2024	2025	2024	2025	2024	2025	2024	2025	2024		
Hoteli														
Hotel	24,893	22,980	89,829	82,245	39,509	38,815	137,816	126,357	64,402	61,795	227,645	208,602	104	109
Turističko naselje	4,165	4,506	17,220	17,831	8,777	8,764	44,476	45,431	12,942	13,270	61,696	63,262	98	98
Pansion	155	171	678	673	719	635	3,235	2,723	874	806	3,913	3,396	108	115
Kampovi														
Kamp	10,870	9,227	58,039	49,583	52,187	48,699	331,546	320,856	63,057	57,926	389,585	370,439	109	105
Kamp na OPG-u	39	0	269	0	230	121	2,053	1,620	269	121	2,322	1,620	222	143
Kampiralište	4	2	16	20	171	169	1,419	1,429	50	171	1,435	1,449	29	99
Objekti u domaćinstvu														
Objekti u domaćinstvu	8,620	8,771	54,212	53,868	27,745	29,238	186,265	196,168	36,365	38,009	240,477	250,036	96	96
Kamp u domaćinstvu	264	230	1,026	1,097	2,215	2,181	17,368	16,442	2,479	2,411	18,394	17,539	103	105
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj														
Apartment	889	817	5,778	5,565	1,543	1,332	10,327	8,850	2,432	2,149	16,105	14,415	113	112
Studio apartman	209	199	1,363	1,263	192	239	1,088	1,457	401	438	2,451	2,720	92	90
Soba za iznajmljivanje	87	63	1,666	1,575	73	100	307	676	160	163	1,973	2,251	98	88
Hostel	0	2	0	4	0	14	0	630	0	16	0	634	0	0
Kuća za odmor	5	7	15	49	245	212	1523	1358	250	219	1,538	1,407	114	109
Nekomercijalni smještaj														
Stan za odmor (vikendica)	943	923	32,376	29,453	492	496	9,149	9,420	1,435	1,419	41,525	38,873	101	107
Kuća za odmor (vikendica)	200	172	8,456	7,687	188	157	3,636	3,714	388	329	12,092	11,401	118	106
Kuća stanovnika grada	226	281	2,253	2,420	570	617	5,431	6,398	796	898	7,684	8,818	89	87
Stan stanovnika grada	15	13	65	113	73	17	748	234	55	30	813	347	183	234
Nautika														
Charter/Cruising objekt	2,397	2,255	12,059	11,780	41,081	41,900	262,625	271,818	43,478	44,155	274,684	283,598	98	97
Ukupno:	53,981	50,619	285,320	265,226	176,010	173,706	1,019,012	1,015,581	229,991	224,325	1,304,332	1,280,807	103	102

Izvor: eVisitor

Obrada: TZG Biograd na Moru

Tablica 1. Turistički promet grada Biograda na Moru po objektima za siječanj-rujan 2025/2024 godine;

U 2025. godini, prema udjelu u ukupnom broju noćenja, Slovenija je, tradicionalno, zadržala vodeću poziciju s udjelom od 20,3 %. Na drugom se mjestu nalazi Njemačka s 14,6 %, slijedi Češka s 12,6 %, dok Austrija zauzima četvrto mjesto s udjelom od 10,6 % u ukupnim noćenjima.

U usporedbi s 2024. godinom, zabilježen je pad broja noćenja turista iz Slovenije za 2 %, iz Njemačke za 4 %, te iz Austrije također za 4 %. Suprotno tome, Češka bilježi porast od 3 % u odnosu na prethodnu godinu, čime potvrđuje trend rasta interesa čeških turista za boravak u Hrvatskoj.



Inozemni turistički promet za razdoblje siječanj - rujan 2025. godine

Redni broj	Država	Dolasci	Noćenja	Udio u postotku		Prosječan boravak dana
				Dolasci	Noćenja	
1	Slovenija	34,834	207,035	19.8	20.3	5.9
2	Njemačka	21,422	149,157	12.2	14.6	7.0
3	Češka	19,304	128,217	11.0	12.6	6.6
4	Austrija	19,031	108,416	10.8	10.6	5.7
5	Poljska	13,525	88,392	7.7	8.7	6.5
6	Slovačka	10,903	70,303	6.2	6.9	6.4
7	Bosna i Hercegovina	11,830	53,256	6.7	5.2	4.5
8	Mađarska	6,180	33,970	3.5	3.3	5.5
9	Nizozemska	3,901	23,088	2.2	2.3	5.9
10	Italija	4,123	22,055	2.3	2.2	5.3
11	Ukrajina	3,076	20,637	1.7	2.0	6.7
12	Francuska	3,742	13,572	2.1	1.3	3.6
13	Švicarska	2,048	11,532	1.2	1.1	5.6
14	Švedska	1,572	10,276	0.9	1.0	6.5
15	Srbija	1,565	10,059	0.9	1.0	6.4
	Ostalo	18,954	69,047	10.8	6.8	3.6
	UKUPNO:	176,010	1,019,012	100.00	100.00	5.8

Izvor: eVisitor

Obrada: TZG Biograd na Moru

Tablica 2. Turistički promet po državama, siječanj – rujan 2025. godine;

PRIHODI

1. Izvorni prihodi: - Turistička pristojba
- Članarina
2. Prihodi iz proračuna općine/grada/županije i državnog proračuna
3. Prihodi od sustava turističkih zajednica:
 - Sredstva iz Fonda za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent koje dodjeljuje HTZ, potom i RTZ prema LTZ u skladu s Pravilnicima i Javnim pozivima;
 - Sredstva iz Fonda za udružene turističke zajednice koje dodjeljuje HTZ u skladu s Pravilnikom i Javnim pozivom;
 - Ostale potpore, donacije, participacije i sl. koje se provode na svim razinama sustava sukladno odlukama, sporazumima, natječajima i ostalim načinima pisano regulirane suradnje.
4. Prihodi iz EU fondova
5. Prihodi od gospodarske djelatnosti
6. Preneseni prihodi iz prethodne godine
7. Ostali prihodi

Prihodi Turističke zajednice grada Biograda na Moru planirani su temeljem procjene ostvarenja u 2025. godini.

Najveći prihod planiran je od turističke pristojbe. Ukupni prihodi Turističke zajednice grada Biograda na Moru u 2026. godini planirani su u iznosu od 852.847,65 €.

Prihodi od turističke pristojbe je izvorni prihod Zajednice, a kao pretpostavka za planiranje se uzima fizički obujam turističkog prometa u 2025. godini, procjena turističkog prometa u idućoj godini te visina boravišne pristojbe u 2026. godini. U 2026. godini ukupno se planira ostvariti oko 550.000,00 €

Prihodi od članarine planirani su na temelju zakona o članarinama turističkim zajednicama kojim je uvedena obveza plaćanja u paušalnom obliku tj. 5,97 € po stalnom ležaju i 2,99 € po pomoćnom. U 2026. godini ukupno se planira ostvariti oko 135.000,00 €.

Prihodi iz proračuna – potpora TZ grada Biograd nije predviđena u proračunu Grada Biograd. Postoji mogućnost ukoliko budu raspisani natječaji prihod od Zadarske županije i Turističke zajednice Zadarske županije za potporu događanjima. Planira se prihod u iznosu od 5.000,00 €.

Prihodi od sustava turističkih zajednica – Ukoliko bude raspisan natječaj moguće je ostvariti potporu za određena događanja. Planira se prihod u iznosu od 5.000,00 €.

Prihodi iz EU fondova – su prihodi koje turistička zajednica ostvaruje za provedbu određenog projekta koji se financira sredstvima iz EU fondova. U 2026. godine ne planiramo ostvariti prihode po ovoj stavci.

Prihodi od gospodarske djelatnosti – ne planiramo ostvariti prihode od gospodarske djelatnosti u 2026. godini.

Preneseni prihodi – višak ostvaren u tekućoj godini koji se prenosi u sljedeću, a potreban je za realizaciju aktivnosti TZ-a u prvom dijelu godine kada Zajednica ne ostvaruje značajne prihode. U 2026. godini ukupno se planira prenijeti višak 152.847,65 €.

Ostali nespomenuti prihodi – svi ostali prihodi – (donacije, potpore, pomoći, refundacije...) U 2026. godini ukupno se planira ostvariti oko 5.000,00 €.

RB	PRIHODI PO VRSTAMA	PLAN 2026. (€)
1.	Prihodi o turističke pristojbe	550.000,00
2.	Prihodi od turističke članarine	135.000,00
3.	Prihod iz proračuna grada/županije i državnog proračuna	5.000,00
4.	Prihodi od sustava turističkih zajednica	5.000,00
4.	Preneseni prihod iz prethodne godine	152.847,65
5.	Ostali nespomenuti prihodi	5.000,00
	SVEUKUPNO PRIHODI	852.847,65

AKTIVNOSTI

I. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE

1.1. Izrada strateških/ operativnih/ komunikacijskih akcijskih dokumenata

U okviru ovog dijela plana programa nije predviđena izrada novih strateških, operativnih niti komunikacijskih akcijskih dokumenata tijekom promatranog razdoblja. Trenutno se raspoloživi strateški i operativni dokumenti smatraju dostatnima za provedbu planiranih aktivnosti te osiguravaju kontinuitet u radu i usklađenost s postojećim razvojnim ciljevima.

U slučaju promjena okolnosti ili pojave novih potreba, moguća je naknadna izrada ili dopuna relevantnih dokumenata, o čemu će se odlučivati sukladno prioritetima i dostupnim resursima.

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: /

1.2. Istraživanje i analiza tržišta

Putem sustava eVisitor TZGB prati i analizira turistički promet u destinaciji. Na stranicama Hrvatske turističke zajednice dostupne su informacije o statističkim pokazateljima na regionalnoj i nacionalnoj razini.

Također kroz ostale dostupne kanale pratimo promjene u turističkim trendovima i putovanjima turista.

TZ grada Biograd na Moru planira se uključiti i sudjelovati u aktivnostima anketiranja turista putem TZŽ Zadarske te provoditi vlastite aktivnosti prikupljanja informacija korištenjem dostupnih alata i izvora (eVisitor, HTZ, Institut za turizam i dr.)

Nositelj aktivnosti: TZG Biograd na Moru

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: /

Rokovi realizacije aktivnosti: /

1.3. Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti

TZG Biograd pratiti će učinkovitost promotivnih aktivnosti kroz izvješća koja dobijemo od strane agencije Stardigital d.o.o. s kojom radimo kampanju u suradnji s TZ Zadarske županije, a ista će nam poslužiti i za planiranje daljnjih aktivnosti. Inače na kraju svake kampanje koju radimo online (facebook oglašavanje, instagram...) dobijemo i izvješće o uspješnosti kampanje.

Trošak dostave povratne informacije uključen je u cijenu marketinške kampanje (točka 3.7.) i nije posebno iskazan.

Nositelj aktivnosti: TZG Biograd na Moru

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 0,00 €

Rokovi realizacije aktivnosti: prva polovica 2026. godine

II. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA

Turistička zajednica grada Biograda na Moru će u suradnji sa Gradskom upravom, gospodarstvenicima, domaćinima, svim mjerodavnim institucijama, Turističkom zajednicom Zadarske županije... poticati aktivnosti koje doprinose poboljšanju općih uvjeta boravka turista u našem gradu.

2.1. Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda

2.2. Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda

Turistička zajednica grada Biograda (TZGB) u narednoj godini planira raditi plan brendiranja grada Biograda kao gastro destinacije. Gastro turizam je jedan od oblika turizma koji je u mnogim zemljama uvelike razvijen, dok je u Hrvatskoj jedan od novijih oblika turizma. Mnoge regije u svijetu temelje turizam na gastronomiji. Ono što je važno za gosta danas je da mu se uz jelo i piće, kroz priču, servira i povijest te destinacije te da mu se na taj način obogati ponuda. Vrlo je bitno da ugostitelji znaju ispričati te priče, cijeliti namirnice koje serviraju, da znaju odakle su, što im omogućava i malo veći cjenovni rang.

Interes za hranu i piće sve je izraženiji u suvremenom društvu, a doživljaji vezani za taj interes postali su važan motiv turističkih putovanja. Društvene promjene, bolje obrazovanje, demografske i tehnološke promjene te onečišćenje okoliša potaknuli su sve veći interes za hranu, piće i zdravu prehranu. Gastronomija je pružala idealno okruženje onima koji su tražili autentična iskustva, jer je hrana ugrađena u lokalnu kulturnu tradiciju te odražava kulturnu posebnost i način života zajednice.

Gastronomski turizam mnogo je više od konzumiranja hrane i nadilazi posjet restoranima time što uključuje različite aktivnosti – posjete primarnim i sekundarnim proizvođačima hrane, festivalima, sajmovima, događanjima, tržnicama, degustacijama, demonstracijama kuhanja, restoranima ili drugim iskustvima vezanim uz hranu.

Cilj: Povećanje vidljivosti, prepoznavanje brenda od strane budućih posjetioca, prepoznavanje turističkog proizvoda, stvaranje pozitivne slike Biograda kao gastro destinacije koristeći pomno osmišljene poruke s ciljem usmjeravanja fokusa potencijalnih posjetitelja, dati destinaciji snažan identitet kroz gastro brendiranje.

Nositelj aktivnosti: TZG Biograd na Moru

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 20.000,00 €

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2026. godine

S ciljem motiviranja privatnih iznajmljivača i povećanja broja kvalitetnog privatnog smještaja na području grada Biograda i u 2026. godini planira se pružiti potporu razvoju obiteljskog/privatnog smještaja u obliku edukacija.

Planirana je i edukacija zainteresiranih privatnih iznajmljivača u vidu edukacijskog putovanja uz primjer dobre prakse s ciljem podizanja kvalitete kod lokalnih iznajmljivača. Kako bi nas tržište prepoznalo kao kvalitetnu destinaciju važno je unaprijediti kvalitetu obiteljskog smještaja koja čini više od 60% smještajnih kapaciteta na području grada Biograda i jedan je od najznačajnijih čimbenika turističkog proizvoda.

Turistička zajednica grada Biograda privatne iznajmljivače voditi će na studijsko putovanje.

Na web stranici turističke zajednice postavljene su obavijesti za iznajmljivače putem kojih će se privatnim iznajmljivačima prezentirati obavijesti i novosti vezane za rad i poslovanje.

Projekt Označavanja kvalitete (labelling) u obiteljskom smještaju pod brand imenom „WELCOME“ je projekt koji je u 2015. godine pokrenula Turistička zajednica Zadarske županije u suradnji sa sustavom lokalnih turističkih zajednica. Radi se o skupini standarda i mjerila kojima se želi stvoriti nova osnova za povezivanje nositelja obiteljskog smještaja. Radi se o nadopuni postojećeg sustava kategorizacije s ciljem povećanja konkurentnosti i razine kvalitete apartmana, soba i kuća koje se privatno iznajmljuju.

Zašto Welcome?

1. Zato što najbolji primjeri privatnog smještaja nude ono što ne mogu ponuditi hoteli - stvaraju emotivnu vezu između domaćina (najčešće vlasnika i njegove obitelji) i gostiju. Gosti koji na taj način provode svoj odmor izloženi su destinaciji i njezinim autentičnostima na iskonski način jer upoznaju destinaciju kroz svoje domaćine koji su domicilno stanovništvo i savršeno su upoznati sa svim dobrim i lošim stranama. Nerijetko se između gostiju i domaćina stvaraju i prava prijateljstva kao posljedica zajedničkih lijepih iskustava na samom odmoru.
2. Zato što ova internacionalna sintagma na prvi pogled jasno komunicira kako se radi o posebno certificiranoj vrsti privatnog smještaja koji kombinira visoku kvalitetu smještaja s domaćinskim pristupom.
 1. Zato što želimo da nam se gost osjeća dobrodošlo.
 2. Zato što želimo da nam se gost vraća.

Konkretna prednost ulaska u klub iznajmljivača jest promidžba smještajnih kapaciteta s oznakom „WELCOME“ u okviru aktivnosti lokalne turističke zajednice i Turističke zajednice i Turističke zajednice Zadarske županije i to putem službenih internetskih stranica i tiskanih materijala koji će se distribuirati putem turističkih sajмова ili prezentacija.

U 2017. godini projekt „WELCOME“ je dobio i podbrendove:

- WELCOM RURAL

- WELCOM CITY
- WELCOME FAMILY
- WELCOME BIKE

Turistička zajednica grada Biograda poticat će privatne iznajmljivače da se uključe u projekt i na taj način poticati ih da unapređuju svoje smještajne kapacitete. Za sve koji se uključe u 2026. godini Turistička zajednica će financirati tabelu s oznakom kvalitete „WELCOME“.

Nositelj aktivnosti i partneri: TZG Biograd na Moru i Turistička zajednica Zadarske županije

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 25.000,00 €

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2026.

Turistička zajednica grada Biograda na Moru uključila se u projekt razvoja cikloturizma zbog stalno rastućeg trenda ovog vida turizma. Označavat će se staze koje se nastavljaju na staze TZO Pakoštane te prema TZ Ravnih Kotara i TZO Sv. Filip i Jakov.

Turistička zajednica grada Biograd na Moru i TZ općine Pakoštane su u suradnji sa TZ Zadarske županije pokrenule u 2022. godini projekt označavanja biciklističkih staza nam prostoru destinacije Grad Biograd na Moru – Pakoštane - Park prirode Vransko jezero i usklađivanje istih sa standardima projekt ZADAR BIKE MAGIC. Projekt je dio regionalnih projekata „Razvoja ciklo – turističkog proizvoda Zadarske županije“ komercijalnog naziva Zadar Bike Magic, koji je izradila TZŽ te će se razvijati sukladno standardima za razvoj sukladnog turističkog proizvoda u Zadarskoj županiji.

U svrhu promocije zdravog načina života, ljubavi prema biciklizmu, korištenja Sunca kao obnovljivog izvora energije, poticanja atraktivnosti u okruženju, a s ciljem nadogradnje postojeće ponude cikloturizma planiramo postaviti još 5 servisnih bike stanica duž grada.

Bike servisna stanica predstavlja stup opremljen alatom za popravak bicikla, za svoj rad koristi energiju Sunca, višak energije sprema u svoje akumulatorne, pokreće kompresor za pumpanje biciklističkih guma i punjač mobitela, a kada padne noć pokazuje svoju veličinu dajući prekrasno svjetlo pod kojim se može servisirati bicikl i kada se nađete na stazi u kasnije noćne sate.

Osim fokusa na razvoj cikloturizma TZ će staviti i naglasak na razvoju pješačkih i biciklističkih staza (prema Filip i Jakovu). Ovaj projekt ćemo nastojati sufinancirati putem EU fondova u suradnji sa susjednim TZO Pakoštane i Sv. Filip i Jakov.

Nositelj aktivnosti i partneri: TZG Biograd na Moru, TZO Pakoštane i TZ Sv. Filip i Jakov

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 0,00 €

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2026. godine

2.3. Podrška razvoju turističkih događanja

2.3.1. Organizacija i suorganizacija događanja, kulturno zabavnih sportskih i sl. manifestacija u destinaciji

2.3.1.1. BIOGRADSKO KULTURNO LIETO

Detaljan i precizan opis aktivnosti: I u 2026. godini TZG Biograd u suradnji sa drugim subjektima (Gradska uprava, Zavičajni muzej, Ilirija d.d....) nastavit će posao obogaćivanja sadržaja boravka gostiju i domicilnog stanovništva raznim priredbama, izložbama, pučkim svečanostima, susretom klapa, sportskim manifestacijama, glazbenim večerima na otvorenom – jednom riječju Biograsko ljeto 2026. godine. Kalendar ljetnih događanja biti će objavljen na stranicama TZ grada Biograda, na jumbo plakatu te društvenim mrežama.

Ono što želimo razvijati u sklopu kulturnog ljeta je stvoriti prepoznatljivost Narodnog trga (trga Brce), centralnog parka te jedinstvenog Ljetnog kina Biograd koji se nalazi okružen borovom šumom, razvijati manifestacije koje nude raznolike sadržaje za sve uzraste, čime se obogaćuje iskustvo posjetitelja i stanovnika. Želimo istaknuti tradiciju i kulturnu baštinu Biograda, omogućujući posjetiteljima i lokalnom stanovništvu da dožive autentične običaje, glazbu i umjetnost. I konačno, želimo stvoriti dinamično i privlačno ljetno odredište koje nudi nezaboravna iskustva svima koji ga posjete.

Troškovi organizacije i provedbe kulturnog ljeta uključuju sljedeće:

- Marketinška kampanja za turiste u destinaciji
- Fotografiranje određenih događanja
- Izrada plakata i letaka za promociju i najavu
- Izrada materijala (banneri, majice, kape, pehari, medalje, rekviziti za pojedina događanja,...)
- Angažman glazbenih izvođača
- Angažman voditelja programa
- Najam pozornice, razglasa i rasvjete
- Troškovi reprezentacije (ugostiteljske usluge, hrana i piće te smještaj određenih sudionika manifestacije)

Cilj aktivnosti: Poboljšanje uvjeta boravka turista u destinaciji te promocija lokalne gastro ponude i tradicionalnih običaja.

Nositelj aktivnosti i partneri: TZG Biograd na Moru i Grad Biograd na Moru

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 100.000,00 €

Rokovi realizacije aktivnosti: ljeto 2026. godine

Manifestacije čine jedan od najvažnijih elemenata u kreiranju vrijednosti destinacije te bi kao takve trebale postati motivom dolaska turista u destinaciju. Naglasak će biti na organizaciji i podržavanju onih manifestacija koje će se realizirati izvan glavne turističke sezone što bi trebalo pridonijeti povećanju broja dolazaka turista u pred i posezoni.

Privući međunarodne posjetitelje u destinaciju van glavne sezone je zaista velik izazov, a posebno smo ponosni na uspjeh manifestacije Slovenski vikend. Turistička zajednica grada Biograda na Moru u suradnji s Gradom Biograd i gospodarskim subjektima u Biogradu biti će organizator većine manifestacija, neke će povjeriti vanjskim suradnicima..

Manifestacije su snažan pokretač turizma i imaju istaknuto mjesto u razvoju naše destinacije, te kvalitetno osmišljenim manifestacijama nastojati će se stvoriti *image* grada Biograda kao destinacije bogate kulturno-turističkom ponudom, mjesto dobre zabave te time obogatiti zadovoljstvo posjetitelja, kreirati „doživljaj“ jer to je ono što svaki turist nosi sa sobom u destinaciju iz koje dolazi i to je ono o čemu se priča nakon povratka s odmora.

2.3.1.2. DJEČJI USKRS U PARKU

Tradicionalni Dječji Uskrs u parku odvija se u centralnom parku, a sudjeluju djeca Dječjeg vrtića Ivana Brlić Mažuranić, Biograd i prijatelji iz vrtića okolnih mjesta.

Bojaju se velike pisanice, održavaju se razne dječje igre, a mogu se degustirati uskrsne pogače koje rade članice udruge Nada. Organiziraju se i različite radionice od kojih je svakako zanimljiva radionica kad se pletu maslinove grančice za Cvjetnicu.

Cilj aktivnosti: Stvaranje pozitivnog i uskrsnog ugođaja u destinaciji i promocija autentičnih hrvatskih proizvoda.

Nositelj aktivnosti i partneri: TZG Biograd na Moru, Dječji vrtić Ivana Brlić Mažuranić, Biograd na Moru i dječji vrtići okolnih mjesta

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 1.500,00 €

Rokovi realizacije aktivnosti: travanj 2026. godine

2.3.1.3. SLOVENSKI VIKEND

Detaljan i precizan opis aktivnosti: S obzirom da su već godinama upravo Slovenci najvjerniji gosti grada Biograda na Moru, a i činjenica da svaki drugi Slovenac provodi svoj godišnji odmor s obitelji u Hrvatskoj dovoljan su povod da organizatori, TZG Biograd na Moru i Grad Biograd na Moru započnu manifestaciju koja je postala tradicionalna i nadaleko poznata. Na Međunarodni praznik rada okuplja velik broj posjetitelja iz Slovenije.

Manifestacija se sastoji od dva programa: aktivni te zabavni. Aktivni program obuhvaća regatu, run maraton, biciklijadu te rekreativnu šetnju, a zabavni dio program obuhvaća nastupe raznih izvođača.

Troškovi organizacije i provedbe Slovenskog Vikenda uključuju sljedeće:

- Marketinška kampanja na tržištu Hrvatske i Slovenije
- Fotografiranje manifestacije i snimanje promotivnog spota
- Izrada plakata i letaka za promociju i najavu manifestacije
- Izrada materijala (smjerokazi, zastave, banneri, majice, kape, pehari, medalje,...)
- Angažman glazbenih izvođača iz Hrvatske i Slovenije

- Angažman voditelja programa
- Najam pozornice, razglasa i rasvjete
- Uređenje prostora održavanja manifestacije
- Troškovi reprezentacije (ugostiteljske usluge, hrana i piće te smještaj određenih sudionika manifestacije)

Cilj aktivnosti: manifestacija Slovenski Vikend stavlja naglasak na aktivni odmor, a cilj je uključivanje cijele obitelji u zajednički odmor i osvještavanje potrebe za međusobnim druženjem i aktivnošću. Cilj ove manifestacije ujedno je i produženje turističke sezone i jedan oblik zahvale Slovencima koji su naši dugogodišnji vjerni gosti.

Nositelj aktivnosti i partneri: TZG Biograd na Moru, Grad Biograd na Moru, Stotinka d.o.o., Ilirija d.d., Radio Aktual (SI)

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 95.000,00 €

Rokovi realizacije aktivnosti: kraj travnja i početak svibnja 2026. godine

2.3.1.4. BIOGRAD FAMILY FESTIVAL

Detaljan i precizan opis aktivnosti: Biograd je svojim položajem i infrastrukturom idealan za organizaciju sportskih disciplina na otvorenom, s obzirom da se nalazi na najrazvedenijem dijelu Jadranskog mora te na području s najvećim brojem otoka i nekoliko nacionalnih parkova i parkova prirode.

Aktivan odmor postao je neizbježan segment turističke ponude, a mi smo odlučili ujediniti sportaše, rekreativce i zaljubljenike u sportske aktivnosti na otvorenom te organizirati BFF FESTIVAL, u trajanju od dva dana u lipnju.

Kako je cijeli festival „obiteljski“, odnosno „prijateljski“, na BFF Trail utрку natjecatelji se mogu prijaviti samostalno, ali i kao par (članovi obitelji, prijatelji). Rezultati se zbrajaju, a najbrži parovi osvajaju vrijedne nagrade. BFF Kajak utrka također se vozi u paru, a osim veslanja natjecatelji moraju izvršiti i zadatak na otočiću Sveta Katarina (u neposrednoj blizini Biograda na Moru). Na BFF Festivalu će biti i SUP utrke – Fjaka za one koji nemaju prethodnog veslačkog iskustva pa žele isprobati ovu zanimljivu morsku disciplinu, i Furija zaiskusne veslače koji žele prvi uveslati u start!

Osim natjecateljskih disciplina biti će i niz zanimljivih besplatnih radionica za djecu i odrasle.

Troškovi organizacije i provedbe Biogradske noći uključuju sljedeće:

- Fotografiranje manifestacije i snimanje promotivnog spota
- Izrada plakata i letaka za promociju i najavu manifestacije
- Izrada materijala (banneri, zastave, majice, kape,...)
- Angažman izvođača
- Angažman voditelja programa
- Najam pozornice, razglasa i rasvjete
- Uređenje prostora održavanja manifestacije
- Troškovi reprezentacije (ugostiteljske usluge, hrana i piće te smještaj određenih sudionika manifestacije)

Cilj aktivnosti: Obogaćivanje ponude boravka turista u destinaciji s naglaskom na važnost obitelji i druženje

Nositelj aktivnosti i partneri: TZG Biograd na Moru

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 15.000,00 €

Rokovi realizacije aktivnosti: lipanj 2026. godine

2.3.1.5. BIOGRADSKA NOĆ

Detaljan i precizan opis aktivnosti: Velika turistička fešta u srcu glavne turističke sezone, a posvećena je Danu pobjede i Domovinske zahvalnosti, uz obilje gastro i zabavne ponude. Tradicionalno se organizira velik i odlično prihvaćeni program piromuzičkog vatrometa, muzičkog light show-a i posebno pripremljenog defilea osvijetljenih brodova. Biogradska noć označava vrhunac turističke sezone i svakako je jedna od najposjećenijih manifestacija u regiji u tom periodu. Lokalni ugostitelji i OPG-ovi na Rivi tada predstavljaju svoju tradicionalnu, autohtonu ponudu svim posjetiteljima manifestacije pa tako uz okuse i mirise Dalmacije posjetitelji mogu uživati i uz mnoštvo popratnog sadržaja zabavnog karaktera kao što je i tradicionalna glazba.

Troškovi organizacije i provedbe Biogradske noći uključuju sljedeće:

- Marketinška kampanja na tržištu Hrvatske, Slovenije, Njemačke, Austrije, Češke i Poljske
- Fotografiranje manifestacije i snimanje promotivnog spota
- Izrada plakata i letaka za promociju i najavu manifestacije
- Izrada materijala (banneri, zastave, majice, kape,...)
- Angažman glazbenih izvođača
- Angažman voditelja programa
- Najam pozornice, razglasa i rasvjete
- Uređenje prostora održavanja manifestacije
- Troškovi reprezentacije (ugostiteljske usluge, hrana i piće te smještaj određenih sudionika manifestacije)

Cilj aktivnosti: Obogaćivanje ponude boravka turista u destinaciji i promocija autentičnih hrvatskih proizvoda (gastro i suveniri).

Nositelj aktivnosti i partneri: TZG Biograd na Moru

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 90.000,00 €

Rokovi realizacije aktivnosti: 4. kolovoza 2026. godine

2.3.1.6. TJEDAN GASTRO MANIFESTACIJA

Kroz bogat, raznolik i zanimljiv program sve posjetitelje očekuje bogata gastro i eno ponuda prilagođena svačijem nepcu.

Za vrijeme trajanja Gastro tjedna u restoranima – najukusnijeg tjedna u godini, ugostitelji će ponuditi vrhunske riblje specijalitete, kao i slastice i fina vina po posebnim cijenama.

Cilj aktivnosti: Obogaćivanje ponude boravka turista u destinaciji i promocija autentičnih hrvatskih proizvoda.

Nositelj aktivnosti i partneri: TZG Biograd na Moru

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 20.000,00 €

Rokovi realizacije aktivnosti: rujan 2026. godine

2.3.1.7. ADVENT U BIOGRADU

Tradicionalni Božićni sajam pod nazivom Advent u Biogradu održava se 4 subote tijekom adventa.

Cilj aktivnosti: Stvaranje pozitivnog i božićnog ugođaja u destinaciji i promocija autentičnih hrvatskih proizvoda.

Nositelj aktivnosti i partneri: TZG Biograd na Moru

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 30.000,00 €

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2026. godine

2.3.2. Sufinanciranje manifestacija u organizaciji drugih subjekata koje su od značaja za razvoj, promociju i učinkovito turističko i gospodarsko pozicioniranje destinacije

Detaljan i precizan opis aktivnosti: Turistička zajednica grada podržati će određeni broj manifestacija na području grada Biograda koje nisu organizirane od strane Turističke zajednice grada, a pridonose obogaćivanju sadržaja boravka turista i domicilnog stanovništva te imaju za cilj unapređenje proizvoda/ponude te stvaranje prepoznatljivog *imagea* regije i zemlje u cjelini. Sredstva predviđena programom rada za potpore organizaciji manifestacija i događanja dodjeljuju se temeljem Javnog poziva za kandidiranje manifestacija za dodjelu potpore iz programa „Potpore događanjima“.

Predmet Javnog poziva je dodjela bespovratnih novčanih sredstava Turističke zajednice grada Biograda na Moru za događanja u gradu Biogradu od međunarodnog, nacionalnog ili regionalnog značaja kao glavnog motiva dolaska turista u destinaciju. Svrha ovakve provedbe programa jest poticanje destinacijskog menadžment modela koji pretpostavlja snažnu suradnju svih dionika u destinaciji, te usmjeravanje turističke zajednice na aktivno djelovanje u kreiranju cjelogodišnjeg programa događanja sa svim dionicima, odnosno potencijalnim i realnim organizatorima događanja u destinaciji.

Na temelju obrađenih kandidatura od strane radne skupine Turističkog ureda, sastaviti će se lista svih koji su zadovoljili kriterije, a Turističko vijeće donijeti će konačnu odluku o potporama događanjima u 2026. godini.

Ciljevi aktivnosti:

- unapređenju/obogaćivanju turističkog proizvoda /ponude;
- razvoju sadržaja koji omogućavaju produženje turističke sezone;
- povećanju ugostiteljskog i drugog turističkog prometa, posebice u razdoblju predsezone i posezone;
- jačanju branda grada Biograda
- stvaranju prepoznatljivog imidža grada Biograda

Nositelj aktivnosti: TZG Biograd na Moru

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 35.000,00 €

Rokovi realizacije aktivnosti: do kraja 2026.

Biograd na Moru i u 2026. godini bit će dio svjetskog događaja CRO Race koji se održava u posezoni, a vozi se kroz šest etapa. Startovi, odnosno ciljevi etapa, pitoreskni su gradovi i regije koji iščekuju domaće i strane natjecatelje i posjetitelje.

Zahvaljujući trasi od gotovo 1000 kilometara koja spaja kontinent s morem u svijet će opet biti poslana najljepša slika Hrvatske, naglašavajući ljepotu njezine različitosti i bogatstvo kulturne baštine. Utrka nije samo sportska manifestacija, već ima i značajnu ulogu u promociji Hrvatske kao poželjne (ciklo)turističke destinacije koja može privući kako biciklističke profesionalce, tako i entuzijaste, rekreativce i istraživače na dva kotača.

Ciljevi aktivnosti:

- unapređenju/obogaćivanju turističkog proizvoda /ponude;
- razvoju sadržaja koji omogućavaju produženje turističke sezone;
- povećanju ugostiteljskog i drugog turističkog prometa, posebice u razdoblju predsezone i posezone;
- jačanju branda grada Biograda
- stvaranju prepoznatljivog imidža grada Biograda

Nositelj aktivnosti: TZG Biograd na Moru

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 25.000,00 €

Rokovi realizacije aktivnosti: do kraja 2026.

2.4. Turistička infrastruktura

Turističkoj zajednici grada Biograda na Moru nije dana nijedna turistička infrastruktura na upravljanje od strane jedinice lokalne samouprave.

Nositelj aktivnosti: -

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 0,00 €

Rokovi realizacije aktivnosti: -

2.5. Podrška turističkoj industriji

Turistička zajednica grada Biograda na Moru će kroz svoje promotivne aktivnosti staviti naglasak na razvoj turističkog doživljaja te na taj način pridonijeti razvoju DMK. Također ćemo nastaviti suradnju s TZ Zadarske županije i lokalnih turističkih agencija u razvoju sustava TOP doživljaja.

Cilj: Obogaćivanje turističke ponude, stvaranje doživljaja (*experience*) kod turista

Nositelj aktivnosti: TZG Biograd na Moru

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: kroz marketinške aktivnosti (točka 3.7.)

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2026. godine

III. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE

Turistička zajednica grada Biograd na Moru dužna je sukladno Zakonu o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma čl. 32. st. 3. voditi računa da zadaće koje provodi budu usklađene sa strateškim marketinškim smjernicama i uputama regionalne turističke zajednice i Hrvatske turističke zajednice.

3.1. Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice

Sajmovi su mjesto susreta ponude i potražnje te tako predstavljaju veoma bitan kanal distribucije i najrazvijenijeg komuniciranja s turističkim potrošačima.

U 2026. godini planirano je sudjelovanje na turističkom sajmu Natur Alpe Adria u Ljubljani, Slovenija. Promocija na ovom sajmu dosadašnjih godina sudjelovanja imala je izvrsne rezultate, naročito u oglašavanju manifestacije Slovenski Vikend koja svoj termin ima u predsezoni.

U 2026. godini planiramo i sudjelovanje na sajmu u Beču, Berlinu, Kölnu, Riminiju, Düsseldorfu i manjim sajmovima u regiji te ostalim sajmovima po dogovoru.

Cilj: Promocija destinacije, povećanje broja dolaska u pred i posezoni, izgradnja dugoročnog odnosa, promocija događanja Slovenski Vikend

Nositelj aktivnosti: TZG Biograd na Moru

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 30.000,00 €

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2026. godine

3.2. Suradnja s organizatorima putovanja

Značajniji oblik promocije turističke destinacije, suradnja s medijima, kako stranim tako i s domaćim, odvija se kroz organizaciju studijskih putovanja novinara, blogera.... Studijska putovanja inozemnih turističkih novinara organiziraju se u suradnji sa Hrvatskom turističkom zajednicom i Turističkom zajednicom Zadarske županije, slijedom određenih kriterija, po pozivu ili po samostalnoj ponudi izdavačkih kuća. Uložena sredstva se vraćaju kroz objave raznih članaka, reportaža ili TV emisija.

Cilj: Promocija destinacije i turističke ponude u stranim medijima

Nositelj aktivnosti: TZG Biograd na Moru

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 5.000,00 €

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2026. godine

3.3. Kreiranje promotivnog materijala

Planira se izrada nove *image* brošure u online i tiskanom obliku za prezentacije na turističkim sajmovima, prezentacijama te u informativnim centrima. Prema Novom Zakonu o Turističkim zajednicama izrada promotivnog materijala će se raditi u skladu sa smjericama županijske turističke zajednice.

Također ćemo raditi reprint plana grada koji je unatoč svim online mogućnostima još uvijek tražen u tiskanom obliku, raditi ćemo i reprint karte Biograd na dlanu i Avantura a la carte te ostale promidžbene materijale ukoliko se pokaže potreba (biciklistička karta, letci...).

Sukladno smjericama koje smo dobili od TZ Zadarske županije na promotivne materijale će se aplicirati brend „Say yes to Zadar Region“ prema definiranim standardima.

Cilj: Promocija destinacije i turističke ponude

Nositelj aktivnosti: TZG Biograd na Moru

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 30.000,00 €

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2026. godine

3.4. Internetske stranice

U turizmu distribucijski sustavi temeljeni na web tehnologijama mogu jednostavnije zadovoljiti potrebe klijenata, dati im širi izbor informacija i lakšu mogućnost rezervacije. Web je postao jedna od najvažnijih sastavnica industrije turizma. Turistička zajednica grada Biograda na Moru u suradnji s firmom Fer Projekt radi na unapređivanju web stranice koja će značajno unaprijediti digitalno prisustvo našeg grada. Ova modernizacija dolazi kao odgovor na sve veće potrebe posjetitelja i lokalnog stanovništva za informacijama o turizmu, kulturnim događanjima i lokalnim atrakcijama.

Web stranica ima nekoliko ključnih ciljeva:

1. Informiranje posjetitelja: Pružiti sveobuhvatne informacije o turističkim sadržajima, smještaju, restoranima i aktivnostima u gradu i okolici.
2. Promocija lokalne kulture: Istaknuti kulturne manifestacije, tradicionalne događaje i lokalne specijalitete kako bi posjetitelji mogli doživjeti autentičnu atmosferu Biograda.
3. Optimizacija za mobilne uređaje: Osigurati da stranica bude prilagođena mobilnim uređajima, čime će se poboljšati korisničko iskustvo za sve posjetitelje.

Firma Fer Projekt, poznata po svojim inovativnim rješenjima i stručnosti u izradi web stranica, preuzela je vođenje ovog projekta. Njihov tim stručnjaka koristi najnovije tehnologije i trendove u dizajnu kako bi osigurao da nova stranica bude moderna, funkcionalna i vizualno privlačna.

Izradili smo i posebnu stranicu za promociju događanja Slovenski Vikend, koju u narednoj godini planiramo obnoviti. Posebna pažnja biti će usmjerena kvalitetnoj prezentaciji turističkih informacija te redovito ažuriranje, obogaćivanje i optimiziranje istih.

Cilj: Promocija destinacije i turističke ponude

Nositelj aktivnosti: TZG Biograd na Moru

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 20.000,00 €

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2026. godine

3.5. Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka

Redovno ažuriramo podatke o turističkoj ponudi grada Biograda koju objedinjujemo na web stranici TZG Biograd.

Za potrebe izrade materijala za promotivne kampanje TZ grada Biograda na Moru (kreiranje oglasa, billboarda i citylightsa), nastupa na sajmovima, ažuriranja internet stranica te komunikacije s domaćim i stranim medijima, neophodan je otkup novih vizualnih rješenja te kvalitetnih turističkih fotografija s motivima Biograda i gradskih događanja, koji uključuju i otkup prava na neograničeno medijsko, prostorno i vremensko korištenje.

Kako bismo bili prisutni i aktivni na turističko informacijskom portalu Croatia.hr napravljenog u sklopu projekta Hrvatski digitalni turizam (HTZ) potrebno je osigurati tekstove i fotografije za prezentaciju na portalu.

Cilj: Objedinjavanje i promocija turističke ponude

Nositelj aktivnosti: TZG Biograd na Moru

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 5.000,00 €

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2026. godine

3.6. Turističko – informativne aktivnosti

U Turističkom informativnom centru TZGB su dva informatora tijekom ljetne sezone. U TIC-u će posjetiocima biti dostupne sve informacije o turističkoj ponudi grada i okolice. Trošak je predviđen za plaće djelatnika u TIC-u.

Cilj: Objedinjavanje i promocija turističke ponude

Nositelj aktivnosti: TZG Biograd na Moru i Park prirode Vransko jezero

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 10.000,00 €

Rokovi realizacije aktivnosti: lipanj - rujan 2026. godine

3.7. Marketinške i poslovne suradnje

3.7.1. Udruženo oglašavanje u promotivnoj kampanji TZ Zadarske županije

Turistička zajednica planira sudjelovati u udruženom oglašavanju sa TZ Zadarske županije u kampanji Zadar Region Awareness Booster. Kampanjom se želi postići vidljivost, prepoznatljivost i snažnija pozicija regije na ciljanim emitivnim tržištima.

Cilj: Objedinjavanje i promocija turističke ponude

Nositelj aktivnosti: TZG Biograd, TZ Zadarske županije

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 50.000,00 €

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2026. godine

IV. DESTINACIJSKI MENADŽMENT

4.1. Turističko informacijski sustavi i aplikacije/eVisitor

eVisitor je jedinstveni informacijski sustav za prijavu i odjavu turista koji funkcionalno povezuje sve turističke zajednice u Republici Hrvatskoj. Sustav eVisitor služi prikupljanju i obradi podataka o pružateljima usluga smještaja i njihovim smještajnim objektima na području Republike Hrvatske, u svrhu vršenja prijave i odjave turista od strane pružatelja usluga smještaja,

obračuna i kontrole naplate boravišne pristojbe, obrade i analize podataka potrebnog za izvještavanje u statističke svrhe te međusobne suradnje tijela javne vlasti u izvršavanju zakonskih zadaća.

Cilj: Objedinjenje podataka o turističkim kapacitetima i turističkom prometu

Nositelj aktivnosti: Ministarstvo turizma, HTZ-a, TZ Zadarske Županije i lokalne Turističke zajednice

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 0,00€

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2026. godine

4.2. Upravljanje kvalitetom u destinaciji

Kako bismo unaprijedili ponudu destinacije u razvoju turističkog proizvoda, a posebno kod odrađivanja događanja surađujemo s lokalnim dionicima.

Cilj: Poticanje umreženosti javnog i privatnog sektora u upravljanju destinacijom, stvaranje povezanosti i partnerskog odnosa među dionicima u kreiranju turističkog proizvoda

Nositelj aktivnosti: TZG Biograd na Moru, Grad Biograd, Bošana d.o.o., privatni sektor

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 0,00 €

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2026. godine

4.3. Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša

Sukladno novom Zakonu o Turističkoj pristojbi i Zakonu o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma od 1.1.2020. godine Gradu Biogradu se direktno doznaju sredstva od turističke pristojbe. Ova sredstva predviđena su za uređenje, čišćenje turističkog mjesta, uređenje plaža, uređenje šetnica, zelenih površina, sadnju sezonskog cvijeća, stvaranje što prihvatljivijeg ambijenta grada. Turistička zajednica grada Biograda na Moru sa Gradskom upravom donosi zajednički program korištenja sredstava turističke pristojbe. Turistička zajednica će također predvidjeti dodatna sredstva kako bismo u suradnji sa javnim sektorom dodatno podigli kvalitetu turističkog iskustva.

Cilj: Poboljšanje uvjeta boravka turista

Nositelj aktivnosti: TZG Biograd na Moru, Grad Biograd, Bošana d.o.o.

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 30.000,00 €

Rokovi realizacije aktivnosti: 2026. godina

V. ČLANSTVO U STRUKOVNIM UDRUGAMA

Turistička zajednica grada Biograda članica nije članica niti jedne udruge.

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 0,00 €

VI. ADMINISTRATIVNI POSLOVI

6.1. Plaće

Ljudski potencijali izrazito su značajni za razvoj turizma u svakoj destinaciji. Grupa troškova rashoda za radnike obuhvaća rashode za zaposlene u turističkom uredu Turističke zajednice grada Biograda na Moru.

Za izvršenje poslova Turistički ured zapošljava tri djelatnika u stalnom radnom odnosu – direktor, viši stručni suradnik za strateško komuniciranje i viši stručni suradnik za marketing te pripravnika na mjestu viši stručni suradnik za statistiku, analize, opće poslove i nabavu.

Nositelj aktivnosti: TZG Biograd na Moru

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 130.000,00 €

Rokovi realizacije aktivnosti: 2026. godina

6.2. Materijalni troškovi

Ured Turističke zajednice grada Biograda će koordinirati izvršenje Programa rada i provoditi sve aktivnosti vezane za izvršavanje planiranih i zakonom propisanih zadaća Turističke zajednice grada Biograda na Moru.

Rashodi ureda obuhvaćaju: materijal za čišćenje i održavanje, uredski potrošni materijal, utrošak vode, nabava uredske opreme, električna energija, usluge telefona, poštarina, najam ureda, vođenje knjigovodstva, komunalne usluge, ostali vanjski izdaci, dnevnice i putni troškovi, reprezentacija, osiguranje, bankovne usluge, stručno usavršavanje zaposlenika, stručna literatura, ugovor o djelu, rashodi za reviziju, rashodi za skladište, rashodi za kamate i tečajne razlike i dr.

Nositelj aktivnosti: TZG Biograd na Moru

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 50.000,00 €

Rokovi realizacije aktivnosti: 2026. godina

6.3. Tijela turističke zajednice

Tijelima turističke zajednice se ne isplaćuje naknada.

VII. REZERVA

Turistička zajednica grada Biograda na Moru u financijski plan uključila je rezervu koja zakonski može biti u iznosu do 5 % za potrebe osiguranja likvidnosti u izvanrednim okolnostima te financiranja neplaniranih aktivnosti.

Nositelj aktivnosti: TZG Biograd na Moru

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 20.000,00 €

VIII. POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE

Turistička zajednica grada Biograd na Moru nema manjka sredstava koje je potrebno pokriti.

IX. STRUKTURA PLANIRANJA – TABLIČNI PRIKAZ

		PRIHODI	Plan za 2026. (€)	udio %
1.		Izvorni prihodi		
		UKUPNO	685,000.00	80.32
	1.1.	Turistička pristojba	550,000.00	64.49
	1.2.	Članarina	135,000.00	15.83
2.		Prihodi iz proračuna općine/grada/županije i državnog proračuna	5,000.00	0.00
3.		Prihodi od sustava turističkih zajednica	5,000.00	0.00
4.		Prihodi iz EU fondova	0.00	0.00
5.		Prihodi od gospodarske djelatnosti	0.00	0.00
6.		Preneseni prihod iz prethodne godine	152,847.65	17.92
7.		Ostali prihodi	5,000.00	0.59
		SVEUKUPNO	852,847.65	98.83

		AKTIVNOSTI	Plan za 2026. (€)	udio %
1.		ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE	0.00	0.00
	1.1.	Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata	0.00	0.00
	1.2.	Istraživanje i analiza tržišta	0.00	0.00
	1.3.	Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti	0.00	0.00
2.		RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA	456,500.00	54.57
	2.1.	Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda	0.00	0.00
	2.2.	Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda	45,000.00	5.38
	2.3.	Podrška razvoju turističkih događanja	411,500.00	49.19
	2.4.	Turistička infrastruktura	0.00	0.00
	2.5.	Podrška turističkoj industriji	0.00	0.00
3.		KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE	150,000.00	17.93
	3.1.	Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice	30,000.00	3.59
	3.2.	Suradnja s organizatorima putovanja	5,000.00	0.60
	3.3.	Kreiranje promotivnog materijala	30,000.00	3.59
	3.4.	Internetske stranice	20,000.00	2.39
	3.5.	Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka	5,000.00	0.60
	3.6.	Turističko-informativne aktivnosti	10,000.00	1.20
	3.7.	Marketinške i poslovne suradnje	50,000.00	1.72
4.		DESTINACIJSKI MENADŽMENT	30,000.00	3.59
	4.1.	Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor	0.00	0.00
	4.2.	Upravljanje kvalitetom u destinaciji	0.00	0.00
	4.3.	Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša	30,000.00	3.59
5.		ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA	0.00	0.00
	5.1.	Međunarodne strukovne i sl. organizacije	0.00	0.00

	5.2.	Domaće strukovne i sl. organizacije	0.00	0.00
6.		ADMINISTRATIVNI POSLOVI	180,000.00	21.52
	6.1.	Plaće	130,000.00	15.54
	6.2.	Materijalni troškovi	50,000.00	5.98
	6.3.	Tijela turističke zajednice	0.00	0.00
	6.4.	Troškovi poslovanja mreže predstavništava/ ispostava	0.00	0.00
7.		REZERVA	20,000.00	2.39
8.		POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE	0.00	
		SVEUKUPNO 1	836,500.00	100.00
		PRIJENOS VIŠKA	16,347.65	

FINANCIJSKI PLAN 2026 PO RAČUNOVODSTVENOM PRINCIPU

PRIHODI		PLAN 2026.	
3	PRIHODI (AOP 002+005+008+011+024+040+049)	001	700,000.00
31	Prihodi od prodaje roba i pružanja usluga (AOP 003+004)	002	0.00
3111	Prihodi od prodaje roba	003	0.00
3112	Prihodi od pružanja usluga	004	0.00
32	Prihodi od članarina i članskih doprinosa (AOP 006+007)	005	135,000.00
3211	Članarine	006	135,000.00
3212	Članski doprinosi	007	0.00
33	Prihodi po posebnim propisima (AOP 009+010)	008	550,000.00
3311	Prihodi po posebnim propisima iz proračuna	009	0.00
3312	Prihodi po posebnim propisima iz ostalih izvora	010	550,000.00
34	Prihodi od imovine (AOP 012+021)	011	0.00
341	Prihodi od financijske imovine (AOP 013 do 020)	012	0.00
3411	Prihodi od kamata za dane zajmove	013	0.00
3412	Prihodi od kamata po vrijednosnim papirima	014	0.00
3413	Kamate na oročena sredstva i depozite po viđenju	015	0.00
3414	Prihodi od zatezних kamata	016	0.00
3415	Prihodi od pozitivnih tečajnih razlika	017	0.00
3416	Prihodi od dividendi	018	0.00
3417	Prihodi od dobiti trgovačkih društava, banaka i ostalih financijskih institucija po posebnim propisima	019	0.00
3418	Ostali prihodi od financijske imovine	020	0.00
342	Prihodi od nefinancijske imovine (AOP 022+023)	021	0.00
3421	Prihodi od zakupa i iznajmljivanja imovine	022	0.00
3422	Ostali prihodi od nefinancijske imovine	023	0.00
35	Prihodi od donacija (AOP 025+030+033+036+037)	024	15,000.00
351	Prihodi od donacija iz proračuna (AOP 026 do 029)	025	10,000.00
3511	Prihodi od donacija iz državnog proračuna	026	0.00
3512	Prihodi od donacija iz proračuna jedinica lokalne i područne (regionalne) samouprave	027	10,000.00
3513	Prihodi od donacija iz državnog proračuna za EU projekte	028	0.00
3514	Prihodi od donacija iz proračuna jedinica lokalne i područne (regionalne) samouprave za EU projekte	029	0.00
352	Prihodi od inozemnih vlada i međunarodnih organizacija (AOP 031+032)	030	0.00
3521	Prihodi od inozemnih vlada i međunarodnih organizacija	031	0.00
3522	Prihodi od institucija i tijela EU	032	0.00
353	Prihodi od trgovačkih društava i ostalih pravnih osoba (AOP 034+035)	033	0.00
3531	Prihodi od trgovačkih društava i ostalih pravnih osoba	034	0.00
3532	Prihodi od trgovačkih društava i ostalih pravnih osoba za EU projekte	035	0.00
354	Prihodi od građana i kućanstava	036	5,000.00
355	Ostali prihodi od donacija (AOP 038+039)	037	0.00
3551	Ostali prihodi od donacija	038	0.00

3552	Ostali prihodi od donacija za EU projekte	039	0.00
36	Ostali prihodi (AOP 041+044+045)	040	0.00
361	Prihodi od naknade štete i refundacija (AOP 042+043)	041	0.00
3611	Prihodi od naknade šteta	042	0.00
3612	Prihod od refundacija	043	0.00
362	Prihodi od prodaje dugotrajne imovine	044	0.00
363	Ostali nespomenuti prihodi (AOP 046 do 048)	045	0.00
3631	Otpis obveza	046	0.00
3632	Naplaćena otpisana potraživanja	047	0.00
3633	Ostali nespomenuti prihodi	048	0.00
37	Prihodi od povezanih neprofitnih organizacija (AOP 050 do 053)	049	0.00
3711	Tekući prihodi od povezanih neprofitnih organizacija	050	0.00
3712	Kapitalni prihodi od povezanih neprofitnih organizacija	051	0.00
3713	Tekući prihodi od povezanih neprofitnih organizacija za EU projekte	052	0.00
3714	Kapitalni prihodi od povezanih neprofitnih organizacija za EU projekte	053	0.00
RASHODI		PLAN 2026.	
4	RASHODI (AOP 055+067+108+109+120+128+139)	054	827,082.05
41	Rashodi za radnike (AOP 056+061+062)	055	130,573.93
411	Plaće (AOP 057 do 060)	056	105,073.93
4111	Plaće za redovan rad	057	105,073.93
4112	Plaće u naravi	058	0.00
4113	Plaće za prekovremeni rad	059	0.00
4114	Plaće za posebne uvjete rada	060	0.00
412	Ostali rashodi za radnike	061	8,000.00
413	Doprinosi na plaće (AOP 063 do 066)	062	17,500.00
4131	Doprinosi za zdravstveno osiguranje	063	17,500.00
4132	Doprinosi za zapošljavanje	064	0.00
4133	Doprinosi za mirovinsko osiguranje koje plaća poslodavac	065	0.00
4134	Posebni doprinos za poticanje zapošljavanja osoba s invaliditetom	066	0.00
42	Materijalni rashodi (AOP 068+072+077+082+087+097+102)	067	598,100.00
421	Naknade troškova radnicima (AOP 069 do 071)	068	10,000.00
4211	Službena putovanja	069	10,000.00
4212	Naknade za prijevoz, za rad na terenu i odvojeni život	070	0.00
4213	Stručno usavršavanje radnika	071	0.00
422	Naknade članovima u predstavničkim i izvršnim tijelima, povjerenstvima i slično (AOP 073 do 076)	072	0.00
4221	Naknade za obavljanje aktivnosti	073	0.00
4222	Naknade troškova službenih putovanja	074	0.00
4223	Naknade ostalih troškova	075	0.00
4224	Ostale naknade	076	0.00
423	Naknade volonterima (AOP 078 do 081)	077	0.00
4231	Naknade za obavljanje djelatnosti	078	0.00
4232	Naknade troškova službenih putovanja	079	0.00
4233	Naknade ostalih troškova	080	0.00

4234	Ostale naknade	081	0.00
424	Naknade ostalim osobama izvan radnog odnosa (AOP 083 do 086)	082	84,000.00
4241	Naknade za obavljanje aktivnosti	083	80,000.00
4242	Naknade troškova službenih putovanja	084	0.00
4243	Naknade ostalih troškova	085	4,000.00
4244	Ostale naknade	086	0.00
425	Rashodi za usluge (AOP 088 do 096)	087	399,800.00
4251	Usluge telefona, pošte i prijevoza	088	7,000.00
4252	Usluge tekućeg i investicijskog održavanja	089	26,000.00
4253	Usluge promidžbe i informiranja	090	79,000.00
4254	Komunalne usluge	091	10,500.00
4255	Zakupnine i najamnine	092	87,000.00
4256	Zdravstvene i veterinarske usluge	093	0.00
4257	Intelektualne i osobne usluge	094	40,000.00
4258	Računalne usluge	095	300.00
4259	Ostale usluge	096	150,000.00
426	Rashodi za materijal i energiju (AOP 098 do 101)	097	101,300.00
4261	Uredski materijal i ostali materijalni rashodi	098	100,000.00
4262	Materijal i sirovine	099	0.00
4263	Energija	100	1,000.00
4264	Sitan inventar i auto gume	101	300.00
429	Ostali nespomenuti materijalni rashodi (AOP 103 do 107)	102	3,000.00
4291	Premije osiguranja	103	0.00
4292	Reprezentacija	104	500.00
4293	Članarine	105	0.00
4294	Kotizacije	106	1,000.00
4295	Ostali nespomenuti materijalni rashodi	107	1,500.00
43	Rashodi amortizacije	108	34,203.12
44	Financijski rashodi (AOP 110+111+115)	109	1,205.00
441	Kamate za izdane vrijednosne papire	110	0.00
442	Kamate za primljene kredite i zajmove (AOP 112 do 114)	111	0.00
4421	Kamate za primljene kredite banaka i ostalih kreditora	112	0.00
4422	Kamate za primljene robne i ostale zajmove	113	0.00
4423	Kamate za odobrene, a nerealizirane kredite i zajmove	114	0.00
443	Ostali financijski rashodi (AOP 116 do 119)	115	1,205.00
4431	Bankarske usluge i usluge platnog prometa	116	1,200.00
4432	Negativne tečajne razlike i valutna klauzula	117	0.00
4433	Zatezne kamate	118	5.00
4434	Ostali nespomenuti financijski rashodi	119	0.00
45	Donacije (AOP 121+125)	120	60,000.00
451	Tekuće donacije (AOP 122 do 124)	121	60,000.00
4511	Tekuće donacije	122	60,000.00
4512	Stipendije	123	0.00
4513	Tekuće donacije iz EU sredstava	124	0.00

452	Kapitalne donacije (AOP 126+127)	125	0.00
4521	Kapitalne donacije	126	0.00
4522	Kapitalne donacije iz EU sredstava	127	0.00
46	Ostali rashodi (AOP 129+134)	128	3,000.00
461	Kazne, penali i naknade štete (AOP 130 do 133)	129	0.00
4611	Naknade šteta pravnim i fizičkim osobama	130	0.00
4612	Penali, ležarine i drugo	131	0.00
4613	Naknade šteta radnicima	132	0.00
4614	Ugovorene kazne i ostale naknade šteta	133	0.00
462	Ostali nespomenuti rashodi (AOP 135 do 138)	134	3,000.00
4621	Neotpisana vrijednost i drugi rashodi otuđene i rashodovane dugotrajne imovine	135	0.00
4622	Otpisana potraživanja	136	0.00
4623	Rashodi za ostala porezna davanja	137	0.00
4624	Ostali nespomenuti rashodi	138	3,000.00
47	Rashodi vezani uz financiranje povezanih neprofitnih organizacija (AOP 140 do 143)	139	0.00
4711	Tekući rashodi vezani uz financiranje povezanih neprofitnih organizacija	140	0.00
4712	Kapitalni rashodi vezani uz financiranje povezanih neprofitnih organizacija	141	0.00
4713	Tekući rashodi vezani uz financiranje povezanih neprofitnih organizacija za EU projekte	142	0.00
4714	Kapitalni rashodi vezani uz financiranje povezanih neprofitnih organizacija za EU projekte	143	0.00
	Stanje zaliha proizvodnje i gotovih proizvoda na početku razdoblja	144	0.00
	Stanje zaliha proizvodnje i gotovih proizvoda na kraju razdoblja	145	0.00
	Povećanje zaliha proizvodnje i gotovih proizvoda (AOP 145-144)	146	0.00
	Smanjenje zaliha proizvodnje i gotovih proizvoda (AOP 144-145)	147	0.00
	UKUPNI RASHODI (AOP 054-146 ili 054+147)	148	827,082.05
	VIŠAK PRIHODA (AOP 001-148)	149	0.00
	MANJAK PRIHODA (AOP 148-001)	150	127,082.05
5221	Višak prihoda – preneseni	151	467,602.09
5222	Manjak prihoda – preneseni	152	0.00
	Obveze poreza na dobit po obračunu	153	0.00
	Višak prihoda raspoloživ u sljedećem razdoblju (AOP 149+151-150-152-153)	154	340,520.04
	Manjak prihoda za pokriće u sljedećem razdoblju (AOP 150+152-149-151+153)	155	0.00