



Dubrovnik

RIVIJERA

TURISTIČKA ZAJEDNICA
DUBROVAČKO - NERETVANSKE ŽUPANIJE

**IZVJEŠĆE O IZVRŠENJU PROGRAMA RADA
TURISTIČKE ZAJEDNICE DUBROVAČKO-NERETVANSKE ŽUPANIJE ZA
2025. GODINU**

UVOD

Možemo zaključiti kako je turistička 2025. godina bila uspješna, uz vidljiv porast broja dolazaka i noćenja tijekom par nasumičnih mjeseci u odnosu na 2024. godinu. Takvi rezultati potvrđuju nastavak pozitivnog trenda rasta interesa gostiju za našu destinaciju, ali i stabilan razvoj turizma tijekom većeg dijela godine.

Naša kontinuirana ulaganja u promociju i vidljivost destinacije i dalje daju konkretne rezultate, zbog čega Dubrovnik Rivijera ostaje prepoznatljiva, privlačna i sigurna destinacija za širok spektar posjetitelja različitih interesa i dobnih skupina. Posebno je važno istaknuti kako se sve više potvrđuje vrijednost ulaganja u razvoj turizma izvan vršnih mjeseci sezone, kroz događanja, aktivni odmor, eno-gastronomiju i kulturne sadržaje koji zaista doprinose produljenju turističke sezone.

Istovremeno, protekla sezona ukazala je i na određene izazove. Na pojedinim emitivnim tržištima zabilježeni su znakovi usporavanja potražnje, a nešto slabiji promet s našeg tradicionalno najvažnijeg tržišta Ujedinjenog Kraljevstva upućuje na to da smo u segmentu konkurentnosti cijena kao destinacija dosegli određenu razinu zasićenja. Takvi trendovi jasno pokazuju kako se tržišni uvjeti mijenjaju te da je nužno kontinuirano pratiti promjene i pravodobno im se prilagođavati. Kako bismo dodatno ojačali svoju tržišnu poziciju i opravdali očekivanu razinu vrijednosti za novac - „value for money“, potrebno je sustavno ulagati u razvoj novih sadržaja, podizanje kvalitete usluga te daljnju diversifikaciju turističke ponude. Poseban naglasak pritom treba staviti na održivi razvoj, autentična iskustva, kvalitetu infrastrukture ali i snažniju suradnju svih dionika u turizmu. Takav pristup omogućit će da Dubrovnik Rivijera i u budućnosti ostane konkurentna, prepoznatljiva i poželjna destinacija, uz stabilan i održiv razvoj turizma u godinama koje dolaze.

Kada govorimo o planiranim aktivnostima, možemo istaknuti da je njihova realizacija, uz nužne manje prilagodbe utvrđena odlukama Turističkog vijeća i rebalansom, provedena u skladu s planiranim vrijednostima za 2025. godinu.

OSTVARENI TURISTIČKI PROMET U DUBROVAČKO-NERETVANSKOJ ŽUPANIJU

U 2025. godini, prema podacima preuzetim iz sustava eVisitor, na području Dubrovačko-neretvanske županije ostvareno je 2.271.208 dolazaka i 9.277.306. U usporedbi s 2024. godinom zabilježen je rast turističkog prometa i to 1,68% više dolazaka i 1,41% više noćenja.

Kada analiziramo prosječno trajanje boravka gostiju u destinaciji, ono u 2025. godini iznosi 4 dana, jednako kao i u prethodnoj godini, što upućuje na to da je opadajući trend zaustavljen te da se taj pokazatelj stabilizirao. U posljednjih nekoliko godina primjetne su promjene u navikama turista kada je riječ o duljini boravka. Duži boravci u destinaciji sve se češće zamjenjuju se kraćim posjetima, pri čemu gosti tijekom putovanja nastoje obići i istražiti više različitih destinacija. Želja za raznovrsnijim iskustvima i većim brojem doživljaja tijekom jednog putovanja jedan je od glavnih razloga smanjenja prosječnog trajanja boravka u

destinaciji. S druge strane, ovakvi trendovi imaju i pozitivan učinak jer doprinose većoj dinamici dolazaka te jačanju turističkog prometa u predsezoni i posezoni.

Analizom broja noćenja po mjesecima vidljivo je kako su najveći doprinosi ukupnom rastu ostvarili travanj, lipanj i rujan, što potvrđuju i njihovi indeksi dolazaka i noćenja. Ovi rezultati upućuju na još uvijek pozitivan trend jačanja turističkog prometa izvan vršnih ljetnih mjeseci te na povećani interes gostiju u ranijem i kasnijem dijelu godine. Takvi pomaci doprinose ravnomjernijoj raspodjeli turističkog prometa tijekom godine, smanjuju pritisak na vrhunac sezone te dodatno jačaju održivost destinacije.

Analiza turističkog prometa top 10 emitivnih tržišta u 2025. godini pokazuje različite trendove kretanja noćenja u odnosu na prethodnu godinu. Najvažnije tržište i dalje je **Ujedinjena Kraljevina** s više od 1,43 milijuna noćenja, iako je zabilježen blagi pad od 2,4 % u odnosu na 2024. godinu. Razlozi se mogu povezati s cjenovnim izazovima u destinaciji, ali i sve snažnijom konkurencijom drugih mediteranskih destinacija. Značajan rast ostvaren je na tržištu **Sjedinjenih Američkih Država** (+13,1 %), što potvrđuje kontinuirani porast interesa gostiju s dalekih tržišta, potaknut dobrim zračnim povezivanjem, snažnom promocijom destinacije te rastućom potražnjom za autentičnim mediteranskim iskustvima. Pozitivni trendovi vidljivi su i na tržištima srednje i istočne Europe. **Poljska** bilježi rast od 6,6 %, dok **Bosna i Hercegovina** ostvaruje porast od 10,2 %, što se može povezati s dobrom prometnom dostupnošću, blizinom tržišta te sve češćim kraćim boravcima tijekom godine. Blagi rast zabilježen je i na tržištu **Slovenije** (+1,9 %), koje i dalje ostaje stabilno regionalno tržište. S druge strane, pad noćenja zabilježen je na nekoliko tradicionalno važnih zapadnoeuropskih tržišta. **Njemačka** (-6,1 %), **Francuska** (-6,6 %) i **Češka** (-6,7 %) pokazuju određeno usporavanje potražnje, što se može povezati s promjenama u navikama putovanja, osjetljivošću na cijene te većim izborom konkurentskih destinacija. Tržište **Irske** bilježi manji pad od 2,5 %, dok je **Španjolska** ostvarila značajan rast od 8,7 %, što upućuje na jačanje interesa s mediteranskih i južnoeuropskih tržišta.

Ukupno gledano, rezultati pokazuju kako destinacija zadržava snažnu poziciju na glavnim emitivnim tržištima, uz istovremeno jačanje pojedinih novih ili rastućih tržišta, osobito iz Sjeverne Amerike i srednje Europe. Ovakva struktura prometa dodatno potvrđuje važnost diverzifikacije tržišta kako bi se osigurala stabilnost turističkih rezultata u budućnosti.

Rezultati po tržištima – broj dolazaka u Dubrovačko-neretvanskoj županiji

| Turist država prebivališta | 2025. | 2024. | Broj dolazaka Indeks |
|------------------------------|---------|---------|----------------------|
| Ujedinjena Kraljevina | 290.292 | 300.148 | 96,72 |
| SAD | 268.201 | 236.086 | 113,60 |
| Hrvatska | 187.920 | 177.957 | 105,60 |
| Francuska | 129.326 | 145.298 | 89,01 |
| Njemačka | 128.509 | 153.649 | 83,64 |
| Poljska | 112.600 | 99.147 | 113,57 |
| Bosna i Hercegovina | 94.552 | 82.049 | 115,24 |
| Španjolska | 72.903 | 68.791 | 105,98 |

| | | | |
|---------------------------------------|--------|--------|--------|
| Australija | 59.948 | 59.052 | 101,52 |
| Slovenija | 54.265 | 54.232 | 100,06 |
| Italija | 53.099 | 58.233 | 91,18 |
| Kanada | 51.040 | 45.594 | 111,94 |
| Irska | 50.246 | 51.695 | 97,20 |
| Nizozemska | 41.017 | 41.293 | 99,33 |
| Kina | 35.457 | 36.204 | 97,94 |
| Švedska | 33.317 | 31.491 | 105,80 |
| Austrija | 32.437 | 33.130 | 97,91 |
| Finska | 30.205 | 32.700 | 92,37 |
| Češka | 30.063 | 30.715 | 97,88 |
| Ostale azijske zemlje | 24.955 | 23.516 | 106,12 |
| Belgija | 24.223 | 24.882 | 97,35 |
| Srbija | 23.641 | 21.805 | 108,42 |
| Švicarska | 22.945 | 22.037 | 104,12 |
| Ukrajina | 22.626 | 18.800 | 120,35 |
| Norveška | 22.562 | 22.200 | 101,63 |
| Brazil | 20.709 | 20.539 | 100,83 |
| Koreja, Republika | 19.895 | 23.884 | 83,30 |
| Japan | 19.363 | 17.666 | 109,61 |
| Mađarska | 19.076 | 19.998 | 95,39 |
| Indija | 17.146 | 15.568 | 110,14 |
| Argentina | 17.124 | 12.576 | 136,16 |
| Ostale zemlje Južne i Srednje Amerike | 15.541 | 14.512 | 107,09 |
| Slovačka | 13.735 | 13.837 | 99,26 |
| Portugal | 13.515 | 13.720 | 98,51 |
| Grčka | 12.724 | 10.200 | 124,75 |
| Tajvan, Kina | 12.347 | 11.954 | 103,29 |
| Rumunjska | 12.315 | 12.037 | 102,31 |
| Novi Zeland | 11.397 | 12.048 | 94,60 |
| Meksiko | 11.127 | 9.854 | 112,92 |
| Danska | 10.791 | 11.204 | 96,31 |
| Albanija | 10.379 | 10.236 | 101,40 |
| Crna Gora | 8.014 | 7.207 | 111,20 |
| Kosovo | 7.851 | 11.123 | 70,58 |
| Turska | 6.469 | 8.131 | 79,56 |
| Makedonija | 5.384 | 4.758 | 113,16 |
| Izrael | 5.304 | 3.778 | 140,39 |
| Bugarska | 4.951 | 4.663 | 106,18 |
| Litva | 4.910 | 7.594 | 64,66 |
| Čile | 4.782 | 4.938 | 96,84 |
| Južnoafrička Republika | 4.702 | 4.837 | 97,21 |
| Rusija | 4.464 | 4.331 | 103,07 |
| Letonija | 4.049 | 4.515 | 89,68 |
| Estonija | 3.479 | 5.824 | 59,74 |
| Ostale afričke zemlje | 3.241 | 3.118 | 103,94 |
| Tajland | 2.396 | 2.101 | 114,04 |
| Ostale europske zemlje | 2.236 | 1.903 | 117,50 |
| Hong Kong, Kina | 2.122 | 2.122 | 100,00 |
| Indonezija | 1.924 | 2.147 | 89,61 |
| Maroko | 1.844 | 1.748 | 105,49 |

| | | | |
|--------------------------------|------------------|------------------|---------------|
| Luksemburg | 1.504 | 1.595 | 94,29 |
| Bjelorusija | 1.359 | 1.503 | 90,42 |
| Island | 1.222 | 1.209 | 101,08 |
| Ostale zemlje Sjeverne Amerike | 1.161 | 1.157 | 100,35 |
| Ujedinjeni Arapski Emirati | 969 | 824 | 117,60 |
| Cipar | 841 | 888 | 94,71 |
| Malta | 744 | 791 | 94,06 |
| Tunis | 731 | 621 | 117,71 |
| Kazahstan | 577 | 451 | 127,94 |
| Kuvajt | 571 | 512 | 111,52 |
| Ostale zemlje Oceanije | 411 | 361 | 113,85 |
| Jordan | 285 | 282 | 101,06 |
| Katar | 154 | 187 | 82,35 |
| Oman | 127 | 96 | 132,29 |
| Lihtenštajn | 111 | 80 | 138,75 |
| Makao, Kina | 69 | 36 | 191,67 |
| UKUPNO | 2.222.491 | 2.195.968 | 101,21 |

Rezultati po tržištima- broj noćenja u Dubrovačko-neretvanskoj županiji

| Turist država prebivališta | 2025. | 2024. | Broj noćenja Indeks |
|------------------------------|-----------|-----------|---------------------|
| Ujedinjena Kraljevina | 1.431.698 | 1.466.917 | 97,60 |
| SAD | 726.888 | 642.777 | 113,09 |
| Hrvatska | 683.718 | 648.766 | 105,39 |
| Poljska | 654.931 | 614.145 | 106,64 |
| Njemačka | 628.047 | 669.041 | 93,87 |
| Bosna i Hercegovina | 527.176 | 478.291 | 110,22 |
| Francuska | 456.314 | 488.451 | 93,42 |
| Slovenija | 408.714 | 401.031 | 101,92 |
| Irska | 233.538 | 239.538 | 97,50 |
| Češka | 214.458 | 229.914 | 93,28 |
| Španjolska | 187.302 | 172.268 | 108,73 |
| Srbija | 180.341 | 165.393 | 109,04 |
| Italija | 179.120 | 200.706 | 89,24 |
| Australija | 167.485 | 164.928 | 101,55 |
| Austrija | 154.108 | 161.109 | 95,65 |
| Kanada | 151.040 | 135.338 | 111,60 |
| Švedska | 149.702 | 130.542 | 114,68 |
| Nizozemska | 146.037 | 151.001 | 96,71 |
| Finska | 137.463 | 147.313 | 93,31 |
| Ukrajina | 114.141 | 95.092 | 120,03 |
| Norveška | 113.281 | 111.528 | 101,57 |
| Mađarska | 100.726 | 108.640 | 92,72 |
| Belgija | 88.592 | 91.135 | 97,21 |
| Slovačka | 81.711 | 85.648 | 95,40 |
| Švicarska | 80.052 | 76.275 | 104,95 |
| Kina | 67.783 | 67.010 | 101,15 |

| | | | |
|---------------------------------------|------------------|------------------|---------------|
| Ostale azijske zemlje | 65.958 | 60.794 | 108,49 |
| Brazil | 54.726 | 55.405 | 98,77 |
| Danska | 50.413 | 51.840 | 97,25 |
| Rumunjska | 45.641 | 44.987 | 101,45 |
| Argentina | 43.898 | 32.400 | 135,49 |
| Indija | 43.489 | 40.310 | 107,89 |
| Japan | 41.391 | 38.153 | 108,49 |
| Ostale zemlje Južne i Srednje Amerike | 40.828 | 38.494 | 106,06 |
| Koreja, Republika | 38.717 | 46.045 | 84,09 |
| Portugal | 36.866 | 36.894 | 99,92 |
| Makedonija | 35.128 | 29.751 | 118,07 |
| Grčka | 33.767 | 26.718 | 126,38 |
| Novi Zeland | 30.365 | 32.121 | 94,53 |
| Meksiko | 26.436 | 24.246 | 109,03 |
| Crna Gora | 23.389 | 21.495 | 108,81 |
| Tajvan, Kina | 22.141 | 20.340 | 108,85 |
| Rusija | 19.442 | 20.364 | 95,47 |
| Litva | 18.280 | 28.639 | 63,83 |
| Albanija | 18.249 | 18.327 | 99,57 |
| Kosovo | 17.840 | 23.184 | 76,95 |
| Turska | 17.439 | 19.525 | 89,32 |
| Letonija | 16.746 | 19.371 | 86,45 |
| Bugarska | 14.037 | 13.363 | 105,04 |
| Estonija | 13.841 | 24.562 | 56,35 |
| Južnoafrička Republika | 13.315 | 15.087 | 88,25 |
| Izrael | 12.965 | 9.619 | 134,79 |
| Čile | 12.673 | 13.417 | 94,45 |
| Ostale afričke zemlje | 11.286 | 10.540 | 107,08 |
| Ostale europske zemlje | 9.027 | 8.274 | 109,10 |
| Bjelorusija | 6.689 | 7.128 | 93,84 |
| Luksemburg | 6.584 | 6.673 | 98,67 |
| Maroko | 6.036 | 5.457 | 110,61 |
| Tajland | 4.792 | 4.789 | 100,06 |
| Hong Kong, Kina | 4.394 | 4.408 | 99,68 |
| Indonezija | 4.213 | 4.599 | 91,61 |
| Ostale zemlje Sjeverne Amerike | 4.010 | 4.009 | 100,02 |
| Island | 3.764 | 3.914 | 96,17 |
| Ujedinjeni Arapski Emirati | 2.663 | 2.307 | 115,43 |
| Cipar | 2.445 | 2.487 | 98,31 |
| Kazahstan | 2.175 | 1.842 | 118,08 |
| Malta | 2.146 | 2.373 | 90,43 |
| Tunis | 2.069 | 1.860 | 111,24 |
| Kuvajt | 1.689 | 1.416 | 119,28 |
| Ostale zemlje Oceanije | 1.281 | 1.070 | 119,72 |
| Jordan | 805 | 832 | 96,75 |
| Katar | 574 | 489 | 117,38 |
| Lihtenštajn | 357 | 295 | 121,02 |
| Oman | 289 | 223 | 129,60 |
| Makao, Kina | 234 | 73 | 320,55 |
| UKUPNO | 8.949.868 | 8.823.306 | 101,43 |

Nautika- dolasci prema stranoj državi iz koje turisti dolaze

| Država | 2025. | 2024. | Indeks |
|---------------------------------------|--------|-------|--------|
| SAD | 10.014 | 7.852 | 127.53 |
| Ujedinjena Kraljevina | 6.296 | 7.002 | 89.92 |
| Australija | 5.179 | 4.344 | 119.22 |
| Hrvatska | 5.018 | 4.326 | 116.00 |
| Poljska | 2.398 | 1.754 | 136.72 |
| Njemačka | 2.235 | 2.224 | 100.49 |
| Francuska | 1.909 | 1.678 | 113.77 |
| Kanada | 1.488 | 1.089 | 136.64 |
| Španjolska | 1.046 | 940 | 111.28 |
| Novi Zeland | 925 | 900 | 102.78 |
| Italija | 884 | 592 | 149.32 |
| Austrija | 881 | 1.020 | 86.37 |
| Švicarska | 824 | 638 | 129.15 |
| Češka | 706 | 611 | 115.55 |
| Irska | 705 | 471 | 149.68 |
| Južnoafrička Republika | 675 | 497 | 135.81 |
| Slovenija | 578 | 536 | 107.84 |
| Nizozemska | 514 | 381 | 134.91 |
| Belgija | 442 | 1.333 | 33.16 |
| Slovačka | 439 | 392 | 111.99 |
| Srbija | 420 | 289 | 145.33 |
| Mađarska | 417 | 409 | 101.96 |
| Švedska | 331 | 375 | 88.27 |
| Brazil | 293 | 336 | 87.20 |
| Izrael | 251 | 85 | 295.29 |
| Norveška | 250 | 228 | 109.65 |
| Ostale azijske zemlje | 250 | 158 | 158.23 |
| Ostale zemlje Južne i Srednje Amerike | 248 | 168 | 147.62 |
| Argentina | 222 | 139 | 159.71 |
| Meksiko | 220 | 273 | 80.59 |
| Island | 217 | 180 | 120.56 |
| Finska | 211 | 240 | 87.92 |
| Rusija | 198 | 94 | 210.64 |
| Bosna i Hercegovina | 173 | 140 | 123.57 |
| Portugal | 153 | 168 | 91.07 |
| Ukrajina | 149 | 112 | 133.04 |
| Danska | 143 | 179 | 79.89 |
| Letonija | 142 | 82 | 173.17 |
| Crna Gora | 121 | 98 | 123.47 |
| Čile | 113 | 149 | 75.84 |

| | | | |
|--------------------------------|---------------|---------------|---------------|
| Litva | 104 | 108 | 96.30 |
| Estonija | 86 | 143 | 60.14 |
| Rumunjska | 81 | 74 | 109.46 |
| Turska | 78 | 155 | 50.32 |
| Makedonija | 68 | 16 | 425.00 |
| Ostale zemlje Oceanije | 66 | 53 | 124.53 |
| Ostale afričke zemlje | 56 | 56 | 100.00 |
| Bugarska | 51 | 43 | 118.60 |
| Kina | 51 | 39 | 130.77 |
| Grčka | 47 | 87 | 54.02 |
| Indija | 44 | 26 | 169.23 |
| Luksemburg | 40 | 61 | 65.57 |
| Cipar | 34 | 28 | 121.43 |
| Ujedinjeni Arapski Emirati | 34 | 48 | 70.83 |
| Malta | 28 | 27 | 103.70 |
| Ostale europske zemlje | 27 | 51 | 52.94 |
| Ostale zemlje Sjeverne Amerike | 26 | 41 | 63.41 |
| Albanija | 25 | 11 | 227.27 |
| Bjelorusija | 25 | 25 | 100.00 |
| Lihtenštajn | 16 | 1 | 1600.00 |
| Hong Kong, Kina | 9 | 9 | 100.00 |
| Indonezija | 7 | 1 | 700.00 |
| Kazahstan | 6 | 1 | 600.00 |
| Tajland | 6 | 6 | 100.00 |
| Japan | 5 | 17 | 29.41 |
| Kuvajt | 5 | 23 | 21.74 |
| Tajvan, Kina | 4 | 7 | 57.14 |
| Tunis | 4 | 10 | 40.00 |
| Koreja, Republika | 3 | 5 | 60.00 |
| Katar | 1 | 3 | 33.33 |
| Kosovo | 1 | - | - |
| Oman | 1 | - | - |
| UKUPNO | 48.717 | 43.657 | 111.59 |

Nautika- noćenja prema stranoj državi iz koje turisti dolaze

| | 2025. | 2024. | Indeks |
|------------------------------|--------|--------|--------|
| SAD | 67.968 | 54.072 | 125.70 |
| Ujedinjena Kraljevina | 42.241 | 48.847 | 86.48 |
| Australija | 33.039 | 27.437 | 120.42 |
| Hrvatska | 30.981 | 26.949 | 114.96 |
| Poljska | 16.686 | 12.345 | 135.16 |

| | | | |
|---------------------------------------|--------|--------|--------|
| Njemačka | 15.697 | 16.497 | 95.15 |
| Francuska | 14.103 | 13.278 | 106.21 |
| Kanada | 10.244 | 7.576 | 135.22 |
| Španjolska | 7.440 | 6.340 | 117.35 |
| Švicarska | 6.399 | 5.262 | 121.61 |
| Austrija | 6.038 | 6.874 | 87.84 |
| Novi Zeland | 6.037 | 5.810 | 103.91 |
| Italija | 5.878 | 4.076 | 144.21 |
| Češka | 4.942 | 4.285 | 115.33 |
| Irska | 4.559 | 3.161 | 144.23 |
| Južnoafrička Republika | 4.470 | 3.567 | 125.32 |
| Slovenija | 3.637 | 3.157 | 115.20 |
| Nizozemska | 3.600 | 2.820 | 127.66 |
| Belgija | 3.108 | 9.359 | 33.21 |
| Slovačka | 2.841 | 2.656 | 106.97 |
| Srbija | 2.764 | 1.969 | 140.38 |
| Mađarska | 2.437 | 2.713 | 89.83 |
| Švedska | 2.241 | 2.440 | 91.84 |
| Brazil | 2.051 | 2.302 | 89.10 |
| Norveška | 1.767 | 1.681 | 105.12 |
| Meksiko | 1.727 | 1.881 | 91.81 |
| Izrael | 1.726 | 528 | 326.89 |
| Ostale zemlje Južne i Srednje Amerike | 1.725 | 1.127 | 153.06 |
| Ostale azijske zemlje | 1.595 | 1.174 | 135.86 |
| Rusija | 1.544 | 639 | 241.63 |
| Island | 1.512 | 1.314 | 115.07 |
| Argentina | 1.502 | 889 | 168.95 |
| Finska | 1.428 | 1.697 | 84.15 |
| Portugal | 1.060 | 1.117 | 94.90 |
| Ukrajina | 950 | 783 | 121.33 |
| Danska | 909 | 1.241 | 73.25 |
| Bosna i Hercegovina | 897 | 909 | 98.68 |
| Letonija | 861 | 582 | 147.94 |
| Čile | 789 | 1.127 | 70.01 |
| Litva | 714 | 747 | 95.58 |
| Crna Gora | 685 | 651 | 105.22 |
| Estonija | 624 | 1.002 | 62.28 |
| Rumunjska | 537 | 491 | 109.37 |
| Turska | 531 | 880 | 60.34 |
| Ostale zemlje Oceanije | 460 | 349 | 131.81 |
| Grčka | 457 | 645 | 70.85 |
| Makedonija | 437 | 111 | 393.69 |

| | | | |
|--------------------------------|----------------|----------------|---------------|
| Ostale afričke zemlje | 391 | 366 | 106.83 |
| Kina | 342 | 283 | 120.85 |
| Luksemburg | 322 | 798 | 40.35 |
| Bugarska | 310 | 284 | 109.15 |
| Indija | 273 | 186 | 146.77 |
| Cipar | 257 | 221 | 116.29 |
| Malta | 238 | 170 | 140.00 |
| Ujedinjeni Arapski Emirati | 234 | 347 | 67.44 |
| Ostale europske zemlje | 185 | 364 | 50.82 |
| Ostale zemlje Sjeverne Amerike | 183 | 287 | 63.76 |
| Albanija | 175 | 77 | 227.27 |
| Bjelorusija | 175 | 175 | 100.00 |
| Lihtenštajn | 112 | 7 | 1600.00 |
| Tajland | 78 | 56 | 139.29 |
| Hong Kong, Kina | 77 | 63 | 122.22 |
| Indonezija | 70 | 1 | 7000.00 |
| Kazahstan | 42 | 7 | 600.00 |
| Japan | 34 | 119 | 28.57 |
| Tunis | 30 | 52 | 57.69 |
| Tajvan, Kina | 28 | 56 | 50.00 |
| Koreja, Republika | 18 | 35 | 51.43 |
| Katar | 7 | 21 | 33.33 |
| Kosovo | 7 | - | - |
| Oman | 7 | - | - |
| Kuvajt | 5 | 601 | 0.83 |
| UKUPNO | 327.438 | 299.933 | 109.17 |

OSTVARENE AKTIVNOSTI

1. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE

1.1. Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata

Predmetna aktivnost planirana je u iznosu od 90.000,00 € za izradu strateških dokumenata s osnovnim ciljem stvaranja preduvjeta za jačanje procesa repozicioniranja i restrukturiranja destinacije Dubrovnik rivijere. Radi se o sljedećim dokumentima: Strategija razvoja turizma Dubrovačko-neretvanske županije te Plan upravljanja destinacijom sa strateškim marketinškim smjernicama TZ Dubrovačko-neretvanske županije. Aktivnost izrade dokumenata započela je u 2025. godini, a planirano je da se završi u 2026. godini. Predmetne aktivnosti nisu mogle započeti prije 2025. jer je krajem 2024. na nacionalnoj razini tek donesen zakonodavni okvir koji regulira izradu navedenih dokumenata. Planirana sredstva nisu utrošena, a sve aktivnosti u okviru ove stavke uključene su u program rada za iduću godinu.

2. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA

2.2. Sustavi označavanja kvalitete turističkih proizvoda

Ovdje smo ponudili suradnju lokalnim turističkim zajednicama da kao klasteri povuku sredstva za razvoj, posebice u segmentu aktivnog turizma. Na ovoj stavci su u većem obimu povučena sredstva.

2.3. Podrška turističkoj industriji

Ovdje smo ponudili sufinanciranje projekata destinacijskim menadžment kompanijama, hotelijerima, ugostiteljima, strukovnim udruženjima u suradnji s HGK i HOK te svim dionicima koji sudjeluju u razvoju turističkog proizvoda. Sredstva su u većem obimu utrošena.

2.4. Podrška razvoju turističkih događanja

Javni poziv za dodjelu financijske potpore za događanja i manifestacije u suradnji s lokalnim turističkim zajednicama objavljen je u siječnju 2025. godine. Prednost pri dodjeli potpora su uz kvalitativni sadržaj, imala događanja koja su se organizirala u predsezoni i posezoni, uzimajući u obzir da za područja koja su slabije turistički razvijena, ograničavajući faktor nisu bila događanja u predsezoni i posezoni zbog obogaćivanja turističke ponude kao i ukupnog razvoja tih područja.

Odobrene su slijedeće manifestacije:

| | TZ G/O | DOGAĐANJE | ODOBRENI IZNOS |
|-----|---------------------|-----------------------------|-----------------------|
| 1. | Dubrovnik | Good Food Festival | 3.500,00 € |
| 2. | Dubrovnik | Dubrovačke ljetne igre | 4.500,00 € |
| 3. | Dubrovnik | Elafiti slalom | 3.000,00 € |
| 4. | Dubrovnik | Festival svjetlosti Lumiart | 2.000,00 € |
| 5. | Dubrovnik | Ponta Lopud | 3.500,00 € |
| 6. | Dubrovnik | DuMotion | 2.500,00 € |
| 7. | Dubrovnik | Ljetna škola filma Šipan | 2.500,00 € |
| 8. | Dubrovačko primorje | Ribarska gastro večer | 1.000,00 € |
| 9. | Dubrovačko primorje | Dani filma u Slanom | 4.000,00 € |
| 10. | Janjina | Festival peljeških okusa | 2.500,00 € |
| 11. | Konavle | Korosante | 1.000,00 € |
| 12. | Konavle | Festival "Glazba i riječ" | 3.000,00 € |
| 13. | Konavle | Epidaurus festival | 4.000,00 € |
| 14. | Konavle | Konavle tango Dream | 2.000,00 € |
| 15. | Konavle | Mirisi Božića | 3.000,00 € |
| 16. | Konavle | Proljeće u Konavlima | 2.000,00 € |
| 17. | Korčula | Barokni festival | 3.500,00 € |
| 18. | Korčula | Badijanje | 1.500,00 € |

| | | | |
|-----|-----------------|-----------------------------|------------|
| 19. | Korčula | Festival viteških igara | 2.500,00 € |
| 20. | Korčula | Doček pola Nove godine | 2.500,00 € |
| 21. | Korčula | Sakralni Camino Korčula | 1.500,00 € |
| 22. | Korčula | Izazov Marka Pola | 3.500,00 € |
| 23. | Korčula | LumiArt Korčula | 1.500,00 € |
| 24. | Lastovo | Deep blue | 2.000,00 € |
| 25. | Lastovo | Las tango | 2.000,00 € |
| 26. | Lastovo | Lastovo trail | 2.500,00 € |
| 27. | Lumbarda | Trk za Grk | 3.000,00 € |
| 28. | Lumbarda | Dani Lumbarajske pšefisme | 3.000,00 € |
| 29. | Lumbarda | Hakuna Matata | 2.500,00 € |
| 30. | Metković | Od izvora do ušća | 2.000,00 € |
| 31. | Metković | Rimska noć | 1.500,00 € |
| 32. | Metković | Metkovsko ljeto | 2.000,00 € |
| 33. | Metković | Advent Metković | 2.500,00 € |
| 34. | Metković | Birdwatching festival | 3.000,00 € |
| 35. | Metković | Na Neretvu misečina pala | 1.500,00 € |
| 36. | Metković | Maraton lađa | 4.000,00 € |
| 37. | Mljet | Beer on the pier | 1.000,00 € |
| 38. | Mljet | Open Jazz | 1.500,00 € |
| 39. | Mljet | Klasični glazbeni festival | 2.500,00 € |
| 40. | Mljet | Iz poja na trpezu | 1.350,00 € |
| 41. | Mljet | Skriveni mljetski kantuni | 1.350,00 € |
| 42. | Orebić | Festival peljeških kapetana | 3.000,00 € |
| 43. | Orebić | Dani otvorenih vrata | 3.500,00 € |
| 44. | Orebić | Off shore challenge | 3.000,00 € |
| 45. | Ploče | Epic rides Ploče | 1.500,00 € |
| 46. | Ploče | Seoska olimpijada | 1.000,00 € |
| 47. | Ploče | Autoslalom Fićo cup | 1.500,00 € |
| 48. | Ploče | Vinski festival | 1.350,00 € |
| 49. | Ploče | Sand art festival | 3.500,00 € |
| 50. | Ston | Festival Soli | 2.500,00 € |
| 51. | Ston | Dani malostonske kamenice | 4.500,00 € |
| 52. | Ston | Grapeston | 3.000,00 € |
| 53. | Ston | Ston wallmarathon | 3.000,00 € |
| 54. | Trpanj | Gundulićeve večeri | 2.000,00 € |
| 55. | Trpanj | Okusi Pelješac | 1.000,00 € |
| 56. | Vela Luka | Trag u beskraju | 3.500,00 € |
| 57. | Vela Luka | Vela Luka Outdoors | 3.000,00 € |
| 58. | Vela Luka | Stajun od lumblije | 2.500,00 € |
| 59. | Vela Luka | Dani maslinovog ulja | 1.350,00 € |
| 60. | Vela Luka | Luški trail dir | 2.500,00 € |
| 61. | Župa dubrovačka | Rock Festival | 1.500,00 € |
| 62. | Župa dubrovačka | Župski pjat | 1.000,00 € |
| 63. | Župa dubrovačka | Dani hrvatskih luka | 2.000,00 € |

3. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE

3.1. Definiranje branding sustava i brend arhitekture

Ova aktivnost je realizirana i nismo imali izdatke na ovoj stavci.

3.2. Oglašavanje destinacijskog brenda, turističke ponude i proizvoda

Aktivnosti oglašavanja destinacijskog brenda, turističke ponude i proizvoda u kontekstu važećeg Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma jedna je od najvažnijih zadaća regionalnih turističkih zajednica. Cilj je osigurati usklađenost marketinških aktivnosti s pravnim okvirom i povećati učinkovitost promocije.

S obzirom na navedeno u 2025. godini proveli smo poziv za uslugu izrade strategije oglašavanja i provođenja marketinških aktivnosti Turističke zajednice Dubrovačko-neretvanske županije. Predmetni poziv posljedica je namjere Turističke zajednice Dubrovačko-neretvanske županije da prikupi potrebne ponude za provođenje marketinških aktivnosti u 2025. godini. Oglašavanje iz ovog poziva obuhvaćalo je destinacijsko oglašavanje Dubrovačko-neretvanske županije sa sljedećim ciljevima:

- Jačanje brenda Dubrovačko-neretvanske županije kao turističke destinacije
- Povećanje broja turista i potrošnje turista u destinaciji

Po završetku poziva izabrani su DCT i Star Digital.

Tvrtki DCT odobreni su medija planovi za tržište:

- Sjedinjenih Američkih Država u iznosu od 111.250,00 eura
- Poljske u iznosu od 85.000,00 eura
- Hrvatske u iznosu od 55.000,00 eura
- Skandinavije u iznosu do 50.000,00 eura

Tvrtki Star Digital odobreni su predloženi medija planovi za tržište:

- Ujedinjeno Kraljevstvo u iznosu od 150.000,00 eura
- Njemačke u iznosu od 85.000,00 eura
- Slovenije u iznosu od 30.000,00 eura
- Francuske u iznosu od 85.000 eura.

Planirani početak kampanja bio je tijekom veljače, a u prvom dijelu godine kampanje su trajale do kraja svibnja, dok su se prema planu nastavile od listopada do kraja studenog.

U suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom, regionalnim i lokalnim turističkim zajednicama koje su u 2025. godini zabilježile više od milijun komercijalnih noćenja, realizirana je i online kampanja na platformi Expedia. U kampanji smo sudjelovali s iznosom od 20.000,00 €, dok je ukupna vrijednost kampanje iznosila 350.000,00 €.

3.2.1. Oglašavanje na društvenim mrežama

U 2025. godini koristili smo internet oglašavanje na društvenim mrežama radi prezentacija turističke ponude i događanja u Dubrovačko-neretvanskoj županiji. Plan oglašavanja putem društvenih mreža uskladili smo s ostalim oblicima oglašavanja radi postizanja što boljeg učinka naših poruka prema posjetiteljima.

Za Facebook i Instagram oglašavanje koristili smo komunikaciju putem slikovnog i video formata oglasa s ciljem što veće interakcije korisnika sa sadržajem oglasa, stope klika na oglas i konverzije.

3.3. Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR

Ova grupa aktivnosti obuhvaća suradnju sa globalnim PR kompanijama koje je angažirala Hrvatska turistička zajednica i koje realiziraju projekte vezane za turizam Dubrovačko-neretvanske županije. Ovo se naročito odnosi na studijska putovanja novinara, blogera, TV ekipa i drugih zainteresiranih koji mogu doprinijeti promociji i prepoznatljivosti destinacije. U periodu od siječnja do prosinca 2025. godine Dubrovačko-neretvansku županiju posjetilo je 97 novinara, blogera, TV ekipa i influencera.

3.3.1. Studijska putovanja influencera

U 2025. godini samostalno smo organizirali dva studijska putovanja influencera, blogera i vlogera na području Dubrovačko-neretvanske županije. Prvo studijsko putovanje održano je od 17. do 22. lipnja za tržište Sjedinjenih Američkih Država, u suradnji s digitalnom agencijom DigitalTD. S navedenom agencijom od 2021. godine organizirali smo već šest influencerskih studijskih putovanja s različitih emitivnih tržišta, koja su se pokazala izuzetno uspješnima. Budući da su sudionici dolazili iz SAD-a, program je trajao šest dana i pet noćenja te je obuhvatio područje Cavtata, Dubrovnika, Korčule i Mljeta. Tijekom putovanja predstavljena je cjelokupna turistička ponuda navedenih destinacija – od raznovrsnih aktivnosti do vrhunske gastronomije i enologije. Pet influencera tijekom boravka objavilo je ukupno 140 sadržaja na društvenim mrežama (Instagram storyji, TikTok objave te objave na Facebooku i Instagramu). Drugo studijsko putovanje organizirano je od 8. do 12. rujna u suradnji s agencijom Croatia Vacations za tržište Španjolske. Agencija Croatia Vacations ima dugogodišnje iskustvo suradnje s luksuznim brendovima u turističkom sektoru, osobito u vođenju kampanja na digitalnim medijima. Na putovanju je sudjelovalo šest influencerica koje su tijekom pet dana i četiri noćenja upoznate s turističkom ponudom Cavtata, Župe dubrovačke, Stona, Orebića, Korčule i Mljeta. Kao rezultat putovanja ostvareno je ukupno 16 objava i 222 storyja na profilima društvenih mreža Facebook, Instagram i TikTok.

3.4. Marketinške i poslovne suradnje

U skladu sa Strateškim marketinškim i operativnim planom hrvatskog turizma za razdoblje 2023. – 2027., kao i drugim strateškim i operativnim dokumentima, Hrvatska turistička

zajednica uspostavila je suradnju s partnerima iz turističke industrije kroz projekt „Poziv za iskaz interesa za provedbu marketinške suradnje sa strateškim partnerima“. U okviru navedenog projekta, kroz suradnju s turoperatorima i zrakoplovnim kompanijama, sudjelovala je i Turistička zajednica Dubrovačko-neretvanske županije, koja je odabrala dva partnera: EasyJet Holidays i Jet2 Holidays. S partnerom Jet2 Holidays ostvarena je marketinška suradnja u iznosu od 35.000,00 €. Napominjemo kako planirana marketinška suradnja s EasyJet Holidays nije realizirana zbog nezadovoljavajuće razine suradnje s njihove strane, što je ocijenjeno nepovoljnim za nastavak planiranih aktivnosti.

Na poziv Ministarstva turizma i sporta (MINTS) i Hrvatske turističke zajednice uključili smo se i u veliki projekt održavanja E1 utrke ispred povijesne jezgre Dubrovnika, čime je destinacija dobila snažnu međunarodnu promotivnu vrijednost. Također smo podržali nastup neretvanske lađe u New Yorku, što je pridonijelo dodatnoj vidljivosti naše županije na prekomorskim tržištima te promociji nematerijalne kulturne baštine.

3.4.1. Marketinška suradnja s Croatia Airlinesom

Turistička zajednica Dubrovačko-neretvanske županije sudjelovala je u zajedničkom projektu sa Zračnom lukom Ruđer Bošković i Turističkom zajednicom grada Dubrovnika na zimskom letu Croatia Airlinesa prema Frankfurtu. Suradnja je započela u zimskoj sezoni 2023./2024., a podržana je i u 2025. godini. S istim partnerima po prvi je put pokrenuta i suradnja na zimskom letu Croatia Airlinesa na relaciji Dubrovnik – Rim. Ukupan iznos koji je Turistička zajednica Dubrovačko-neretvanske županije uložila u ove zračne konekcije iznosi 65.000 eura, dok je nositelj projekata s Croatia Airlinesom Zračna luka Ruđer Bošković.

3.5. Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice

Turistička zajednica Dubrovačko-neretvanske županije je tijekom godine sudjelovala na sljedećim sajmovima, prezentacijama i radionicama:

Sajmovi:

3.5.1. Vakantiebeurs, Utrecht, 8.-12. siječnja 2025.

Turistička zajednica Dubrovačko-neretvanske županije po drugi je put sudjelovala na ovom sajmu, jednom od najvažnijih turističkih sajmova u zemljama Beneluksa. Prema službenim podacima, sajam je posjetilo oko 65.000 posjetitelja, a sudjelovalo je 900 izlagača. Nastupili smo kao suizlagači na štandu Hrvatske turističke zajednice. Prvi dan sajma bio je namijenjen poslovnoj publici, dok su ostali dani bili otvoreni za široku publiku. Posjetitelje je najviše zanimalo kampiranje te aktivni odmor u trajanju od 7 do 14 dana.

3.5.2. Ferien Messe, Beč, 16.-19. siječnja 2025.

Ovo je glavni i najvažniji turistički sajam u Austriji na kojem smo nastupili kao suizlagači u sklopu štanda Hrvatske turističke zajednice. Na sajmu je sudjelovalo 430 izlagača sa svih pet kontinenata, a posjetilo ga je oko 36.000 posjetitelja.

3.5.3. Matka Nordic Travel Fair, Helsinki, 16.–19. siječnja 2025.

Na štandu Hrvatske turističke zajednice, uz Turističku zajednicu Dubrovačko-neretvanske županije, suizlagači su bili turističke zajednice Splitsko-dalmatinske i Zadarske županije. Prvi dan sajma bio je rezerviran za profesionalne posjetitelje, dok su ostali dani bili otvoreni za široku publiku. Posjetitelji su iskazali velik interes za Hrvatsku, a osobito za jug Dalmacije. Sajam je okupio 56.000 posjetitelja i 850 izlagača iz 70 različitih zemalja.

3.5.4. Fitur, Madrid, 22.-26. siječnja 2025.

Naša turistička zajednica nastupila je na ovom sajmu, koji se održao po 45. put i okupio ukupno 255.000 sudionika. Od toga je bilo 155.000 profesionalaca i 100.000 posjetitelja iz šire publike. Velikoj posjećenosti našeg štanda zasigurno su pridonijeli novi vizualni identitet štanda te njegova dobra lokacija. Posjetitelji su najčešće postavljali pitanja o cijeloj hrvatskoj obali i glavnom gradu Zagrebu, ali i o nacionalnim parkovima.

3.5.5. Holiday World Show, Dublin, 24.-26. siječnja 2025.

Turistička zajednica Dubrovačko-neretvanske županije nastupila je na zajedničkom štandu s Turističkom zajednicom Splitsko-dalmatinske županije, Hrvatskom turističkom zajednicom te predstavnicima agencije Globtour iz Dubrovnika i turoperatora Croatia Tours iz Dublina. Na sajmu je predstavljeno 450 destinacija iz pedesetak zemalja, a posjetilo ga je oko 25.000 posjetitelja, među kojima i više od 1.000 profesionalaca iz turističke industrije.

3.5.6. Travel & Adventure Show, New York, 25.-26. siječnja 2025.

Sajam je održan u kongresnom centru Javits u New Yorku. Nastup je organiziran u suradnji s Predstavništvom Hrvatske turističke zajednice u New Yorku, koje je organiziralo Hrvatski paviljon u sklopu kojeg je naša turistička zajednica nastupila kao suizlagač. Ove godine Hrvatska je bila zemlja partner sajma, a u sklopu paviljona održan je niz prezentacija. Sajam su posjetili i ministar turizma i sporta Tonči Glavina te direktor Hrvatske turističke zajednice Kristjan Staničić.

3.5.7. Destinations: The Holiday and Travel Show, London, 30. siječnja-2. veljače 2025.

Naša turistička zajednica je trinaestu godinu zaredom sudjelovala na ovom prestižnom sajmu zajedno s turističkim zajednicama Splitsko-dalmatinske, Šibensko-kninske, Zadarske i Ličko-senjske županije. Ovaj najdugovječniji i najprestižniji turistički sajam u Ujedinjenom Kraljevstvu održan je jubilarni 30. put u londonskom izložbenom centru Olympia London. Pod pokroviteljstvom medija The Times i The Sunday Times okupio je više od 600 vodećih turističkih brendova, uključujući renomirane turooperatore i više od 90 turističkih zajednica iz cijelog svijeta. Posjećenost našeg štanda površine 28 kvadratna metra bila je izvrsna, a posjetitelji su bili dobro informirani o Hrvatskoj i Dubrovniku i okolnim destinacijama.

3.5.8. Travel & Adventure Show, Chicago, 1.-2. veljače 2025.

Na ovom sajmu sudjelovali smo po prvi put, na preporuku Predstavništva Hrvatske turističke zajednice u New Yorku. Sajam je održan u kongresnom centru Donald E. Stephens i posjetilo

ga je oko 16.000 posjetitelja, među kojima više od 150 agenata i predstavnika putničkih agencija i turoperatora. Svi izlagači iz Hrvatske bili su smješteni u sklopu hrvatskog paviljona. Budući da je Hrvatska bila zemlja partner, organizirani su dodatni sadržaji: prvog dana održana je degustacija vina u organizaciji HTZ-a, a drugog dana Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije organizirala je wine & cheese tasting uz glazbeni program. Sajam je posjetila i generalna konzulica Republike Hrvatske u Chicagu, Sanja Laković.

3.5.9. F.re.e, München, 19.-23. veljače 2025.

I ove godine smo nastupali na sajmu F.re.e u Münchenu, koji se održao u izložbenom centru Messe München. Svoju ponudu predstavilo je oko 1.000 izlagača iz pedesetak zemalja. Istraživanja provedena u sklopu sajma pokazuju da 29% Nijemaca bira Bavarsku kao najpoželjniju destinaciju za odmor i slobodno vrijeme, dok su nakon Njemačke tri najpoželjnije zemlje za odmor stanovnika Bavarske Italija, Austrija i Hrvatska. Turistička zajednica Dubrovačko-neretvanske županije nastupila je zajedno s Turističkom zajednicom grada Dubrovnika na štandu Hrvatske turističke zajednice kao glavnog izlagača, uz još 25 suizlagača (hotelijeri, kampovi, agencije i turističke zajednice).

3.5.10. ITB Berlin, 4. – 6. ožujka 2025.

ITB Berlin međunarodni je turistički sajam namijenjen ponajprije poslovnoj publici, na kojem je ove godine izlagalo više od 5.800 izlagača iz 170 zemalja i regija svijeta. Na sajmu je Hrvatska proglašena najboljom europskom destinacijom za putovanja u 2025. godini prema izboru portala European Best Destinations. Turistička zajednica Dubrovačko-neretvanske županije u suradnji s TZG Dubrovnika zakupila je info-pult na štandu Hrvatske turističke zajednice. Ostali suizlagači bili su Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije, Turistička zajednica grada Zagreba, Elite Travel DMC, Jadrolinija, Turistička zajednica Ličko-senjske županije i Croatia Airlines.

3.5.11. BMT Napulj, 13.-15. ožujka 2025.

Na sajmu smo nastupili kao suizlagači na štandu Hrvatske turističke zajednice, na kojem su svoju ponudu također predstavili Jadrolinija, Nacionalni park Krka, Nacionalni park Brijuni, Amatori-Traghetti e Vacanze Croatia, Turistička zajednica grada Zagreba i Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije.

3.5.12. Holiday World, Prag, 14.-16. ožujka 2025.

Sajam Holiday World u Pragu održan je po 33. put u izložbenom kompleksu PVA EXPO Praha u Lethnanyju, gdje je 300 izlagača iz 25 različitih zemalja predstavilo svoju ponudu. Zemlja partner sajma ove je godine bila Slovenija.

3.5.13. B-Travel, Barcelona, 28.-30. ožujka 2025.

Riječ je o najvažnijem turističkom sajmu u Španjolskoj nakon FITTUR-a. Nastupili smo na štandu površine 24 kvadratna metra zajedno s turističkim zajednicama Ličko-senjske, Zadarske, Splitsko-dalmatinske županije, Turističkom zajednicom grada Zagreba te Croatia Airlinesom. Ukupno je sudjelovalo 120 izlagača na prostoru od 7.150 kvadratnih metara, a sajam je posjetilo 26.000 posjetitelja.

3.5.14. Arabian Travel Market, Dubai, 28. travnja-1. svibnja 2025.

U kongresnom centru World Trade Centra održan je sajam Arabian Travel Market na kojem smo sudjelovali zajedno s Turističkom zajednicom grada Dubrovnika u sklopu štanda Hrvatske turističke zajednice. Štand je imao površinu od 56 kvadratnih metara, a ostali suizlagači su bili Nacionalni park Krka, Maistra, Turistička zajednica grada Zagreba, Perfecta Travel i ID Riva Tours. Ovaj sajam jedan je od najvažnijih svjetskih turističkih događanja na području Bliskog istoka i namijenjen je isključivo za profesionalce u turizmu, a ove se godine održao po 32. put. Štand su posjetili direktor Hrvatske turističke zajednice Kristijan Staničić i generalni konzul Republike Hrvatske u Dubaiju Jasmin Devlić. Sajam je okupio više od 37.000 posjetitelja i oko 7.000 kupaca.

3.5.15. Bike Festival Riva del Garda, Jezero Garda, 1.-4. svibnja 2025.

Po prvi put sudjelovali smo na ovom sajmu na kojem je nastupilo oko 200 izlagača. Nositelj izlaganja je bila Turistička zajednica Šibensko-kninske županije, a uz nas su sudjelovale i turističke zajednice Ličko-senjske, Zadarske i Splitsko-dalmatinske županije. Štand je posjetio i generalni konzul Republike Hrvatske u Milanu Stjepan Ribić, u pratnji veleposlanika Katara, Abdullaha Jassima Al-Zeyare.

3.5.16. IFTM Top Resa, Pariz, 23.–25. rujna 2025.

Sajam je prvenstveno namijenjen poslovnoj publici. Ove godine okupio je 1.650 izlagača iz više od 170 različitih destinacija, a procjenjuje se da ga je posjetilo oko 32.000 posjetitelja. Posjećenost našeg štanda ove je godine bila nešto slabija, vjerojatno zbog same pozicije štanda.

3.5.17. Tourism Expo Japan, Aichi, 25.–28. rujna 2025.

Zajedno s Turističkom zajednicom grada Dubrovnika, Turističkom zajednicom grada Zagreba i Turističkom zajednicom Ličko-senjske županije sudjelovali smo na najvećem japanskom turističkom sajmu, koji je održan u izložbenom kompleksu Aichi Sky Expo. Po prvi put sajam je održan u Nagoyi zbog razornog potresa koji je 2024. pogodio regiju Noto. Štand je posjetio i veleposlanik Republike Hrvatske u Japanu Dražen Hrastić. Prva dva dana bila su rezervirana za poslovnu publiku, koja je bila u potrazi za novim idejama za kreiranja programa putovanja u Hrvatsku. Primijećen je veliki interes za putovanja koja uključuju sudjelovanje na događanjima i festivalima. Treći i četvrti dan sajma bili su otvoreni za široku publiku. Sajam je posjetilo gotovo 90.000 ljudi. Dubrovnik je i dalje najpopularnija destinacija među japanskim turistima, a slijede Plitvička jezera, Zagreb i Split. Nakon Covid pandemije primjetan je porast individualnih putovanja te smanjenje velikih grupnih putovanja; preferiraju se manje grupe od deset do petnaest osoba. Budući da oko 90 % posjetitelja govori isključivo japanski jezik, na štandu smo imali informatora koji govori japanski.

3.5.18. World Trade Market London, 4.–6. studenoga 2025.

Turistička zajednica Dubrovačko-neretvanske županije nastupila je na sajmu WTM u Londonu kao suizlagač na štandu Hrvatske turističke zajednice zajedno s još 27 suizlagača. Riječ je o jednom od najvažnijih svjetskih turističkih sajmova, koji se održava u izložbenom prostoru

ExCel i namijenjen je poslovnoj publici. Lokacija štanda bila je izuzetno dobra, a posjetili su ga ministar turizma i sporta Tonči Glavina, direktor Hrvatske turističke zajednice Kristijan Staničić te direktorica Predstavništva HTZ-a u Londonu Bisera Fabio. Prvog dana održan je Croatian Party za poslovne partnere i posjetitelje, a svakoga dana tijekom sajma, u suradnji s Hrvatskom gospodarskom komorom, organizirane su prezentacije hrvatskih vina na središnjem dijelu štanda. Ove je bilo 45. izdanje sajma, koji je zabilježio više od 46.500 individualnih posjetitelja i 5.000 izlagača iz više od 182 zemlje. Tijekom sajma održani su poslovni sastanci s predstavnicima tvrtki Jet2com, Wanderlust, Swimtrek, Active Traveller i National Geographic, kao i s predstavnicom sajma Holiday World Show u Dublinu, na kojem planiramo nastup početkom 2026. godine.

Prezentacije i radionice:

3.5.19. Večernjakova domovnica, Bad Homburg, 8. ožujka 2025. - nismo sudjelovali

3.5.20. Travel Agent Forum, Las Vegas, 30.ožujka – 2. travnja 2025.

Forum je koncipiran kao poslovna platforma za umrežavanje američkih putničkih agenata s predstavnicima međunarodnih destinacija i pružateljima turističkih usluga. Ugodno nas je iznenadila razina informiranosti agenata o Hrvatskoj. Mnogi su već uključili Dubrovnik u svoje itinerere, no pokazali su interes i za predstavljanje manje poznatih dijelova županije. Prema službenim podacima, forum je okupio više od 1.500 sudionika, od čega više od 1.000 putničkih agenata.

3.5.21. Sajam gospodarstva, Mostar, 8.-12. travnja 2025.

Ove godine nastupili smo na 26. Međunarodnom sajmu gospodarstva u Mostaru, na kojem se predstavilo oko 800 izlagača iz 30 zemalja. Na sajmu je sudjelovalo i 55 gospodarstvenika iz Hrvatske. Nastupili smo u sklopu štanda Hrvatske turističke zajednice.

3.5.22. Radionica Connecting Travel Marketplace, London, rujan 2025., - nismo sudjelovali

3.5.23. Najljepše melodije Dalmacije, Celje/ Žalec, 23. studenoga 2025.

I ove smo godine, u suradnji s turističkom agencijom „Ojla“ iz Celja sudjelovali na koncertu „Najljepše melodije Dalmacije“ održanom u koncertnoj dvorani u Žalecu. Klapa Ragusavecchia održala je dva koncerta. Između dva koncerta te nakon završetka programa članovi Agroturizma Konavle predstavili su tradicionalne delicije svojega kraja. Pored slastica i pića, gostima smo predstavili i turističku ponudu naše županije.

Ostale B2B radionice, prezentacije i sajmovi:

3.5.24. BTM Bari, 26.-28. veljače 2025.

Na ovom sajmu po prvi put smo se predstavili zajedno s Turističkom zajednicom grada Dubrovnika. Sajam je okupio više od 900 izlagača iz 50 zemalja, a procjenjuje se da ga je

posjetilo oko 50.000 posjetitelja. Zahvaljujući izravnoj zračnoj liniji Dubrovnik-Bari tijekom turističke sezone, postali smo još pristupačnija destinacija našim talijanskim susjedima.

3.5.25. WTM Cape Town, 9.-11. travnja 2025.

Po prvi put smo nastupali na ovom sajmu, koji je održan u Cape Town International Convention Centru. Nastupili smo zajedno s Turističkom zajednicom grada Dubrovnika na štandu površine 9 kvadratnih metara. Održali smo niz unaprijed dogovorenih sastanaka s predstavnicima turističkih agencija i turoperatora. Na sajmu su se predstavila ukupno 742 izlagača iz 96 zemalja, a okupio je 5.752 profesionalca iz turističke industrije.

3.5.26. Presentacija s FA Lindo, Varšava, 15.-16. ožujka 2025.

Presentacija je organizirana u suradnji s predstavništvom Hrvatske turističke zajednice u Poljskoj, a održana je u mjestu Otrebusy, sjedištu poljskog folklornog ansambla „Mazowsze“. Na prezentaciju smo pozvali novinare vodećih poljskih medija, blogere i predstavnike turističkog sektora, ukupno četrdesetak sudionika. Nakon prezentacije uslijedio je kratki nastup glazbenog ansambla „Lindo“, uz zakusku i degustaciju vina iz naše županije. Nakon toga je u Velikoj dvorani ansambla „Mazowsze“ održan trosatni zajednički nastup poljskog folklornog ansambla i našeg „Linda“ koji se sastojao od poljskih i hrvatskih plesova i pjesama.

3.5.27. Travel Agent Forum, Gran Canaria, 6.-8. listopada 2025.

European Travel Agent Forum je ekskluzivni događaj namijenjen prodavačima putovanja te predstavnicima aviokompanija, hotela i destinacija, koji sudionicima nudi jedinstvena iskustva i prilike za profesionalni razvoj. Sudionici u ulozi kupaca bili su isključivo američki putnički agenti, dok su kao izlagači sudjelovale zemlje iz cijele Europe, uključujući hotele, turističke agencije i turističke zajednice.

3.5.28. TFest, Fairmont Mayakoba, Meksiko, 26.-29. listopada 2025.

Na TFestu smo sudjelovali zajedno s Turističkom zajednicom grada Dubrovnika. Ovaj događaj temelji se na unaprijed dogovorenim sastancima i neformalnim druženjima u opuštenoj, ali profesionalnoj atmosferi. Tijekom 45 održanih sastanaka obavljani su značajni razgovori s partnerima iz Sjeverne Amerike i Europe, koji su pokazali konkretan interes za Hrvatsku i našu županiju.

3.6. Suradnja s organizatorima putovanja

S turoperatorima i turističkim agencijama, te s pružateljima usluga smještaja u destinaciji surađivali smo u prihvatu studijskih grupa agenata radi što bolje prezentacije turističkog proizvoda i sadržaja ponude u destinaciji. U ovom programu surađujemo s predstavništvima Hrvatske turističke zajednice, s lokalnim turističkim zajednicama i poslovnim subjektima, te smo u 2025. godini ugostili 70 agenata. U siječnju je našu županiju posjetila grupa agenata iz Japana u suradnji s agencijom Croatia Heritage Center iz Japana. Grupa je posjetila Ston i Dubrovnik. U suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom i Predstavništvom HTZ-a u Kini tijekom travnja našu županiju je posjetila grupa od 13 kineskih agenata koji su obišli Dubrovnik, Konavle, Ston i Korčulu, a potom nastavili putovanje u Splitsko-dalmatinsku županiju i grad Zagreb. U suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom, Predstavništvom HTZ-

a u Belgiji i Brussels Airlines, u rujnu je našu županiju posjetilo 13 agenata iz Belgije. Doživjeli su ponudu otoka Korčule i Mljeta, te Dubrovnika i Cavtata. Osim navedenih grupa agenata našu županiju je obišlo više grupa agenata iz Sjedinjenih Američkih Država, te jedna iz Meksika u suradnji s lokalnim agencijama.

3.6.1. LOT FAM Trip 2025.

U suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom i Turističkom zajednicom grada Dubrovnika organizirano je posebno studijsko putovanje poljskog nacionalnog avioprijevoznika LOT Polish Airlines u Dubrovačko-neretvansku županiju, održano od 3. do 5. travnja 2025. godine, a u sklopu promocije zračne linije Varšava – Dubrovnik. Na studijskom putovanju sudjelovalo je ukupno 29 novinara, influencera, blogera i predstavnika aviokompanije. Tijekom trodnevnog programa sudionicima je predstavljena raznolika turistička ponuda destinacija Konavala, Dubrovnika i Stona, uključujući prirodne ljepote, kulturno-povijesnu baštinu te autentičnu gastronomsku i enološku ponudu ovoga područja.

3.7. Kreiranje promotivnog materijala

Turistička zajednica Dubrovačko-neretvanske županije je 2024. godine osmislila brošuru s temom nautike u Dubrovačko-neretvanskoj županiji te je navedena brošura završena u 2025. godini u dvije verzije (veća kao vodič za nautičare, a mala kao brošura za sajmove) te prevedena na engleski, francuski, njemački i talijanski. Tiskana je za potrebe lokalnih dionika u turizmu, sajмова i prezentacija. Za potrebe nastupa na sajmovima pripremili smo dodatne količine brošure Dubrovačko-neretvanske županije, karte Dubrovačko-neretvanske županije i dodatnu količinu USB filmova s promotivnim filmom Dubrovnik rivijera.

3.7.1. Izrada eno-gastro brošure

Tijekom 2025. godine pokrenuta je izrada eno-gastro brošure koja bi se bavila temom eno-gastro ponude naše županije. Detalji i dizajn brošure su definirani, te kroz 2026. godinu planiramo njen završetak.

3.8. Internetske stranice

Internet stranica važna je za komunikaciju s potencijalnim ili dosadašnjim posjetiteljima. Web stranica Turističke zajednice Dubrovačko-neretvanske županije kontinuirano se dopunjuje i ažurira. Na društvenim mrežama kreirali smo redovite objave kojima smo promovirali destinacije Dubrovačko-neretvanske županije te informirali posjetitelje o događanjima i aktivnostima.

3.9. Kreiranje i upravljanje bazama podataka

Sukladno potrebama projekata vrši se ažuriranje podataka o ponudi na području Dubrovačko-neretvanske županije putem sustava lokalnih turističkih zajednica. Radi se o prikupljanju

različitih vrsta podataka, ne samo kapaciteta smještajne ponude, već točaka interesa, atrakcija posebnog značaja, pružateljima turističkih usluga itd. Navedene podatke koristili smo za razne projekte, kao što su npr. nadopune na web stranici Turističke zajednice Dubrovačko-neretvanske županije, nadopuna i ažuriranje web stranice Croatia.hr itd.

3.10. Turističko informativne aktivnosti

Turistička zajednica Dubrovačko-neretvanske županije pokrenula je, u suradnji s mjerodavnim institucijama, inicijativu za izradu popisa ugrožene morske i riječne faune. Na temelju tog popisa planirana je izrada informativnih tabli namijenjenih svim korisnicima, koje bi bile postavljene na ključnim lokacijama duž naše obale. Planirana sredstva nisu utrošena, a aktivnosti u okviru ove stavke uključene su u program rada za iduću godinu.

4. DESTINACIJSKI MENADŽMENT

4.1. Turistički informacijski sustavi i aplikacije/eVisitor

Turistička zajednica Dubrovačko-neretvanske županije kontinuirano koristi sustav eVisitor prema uputama Hrvatske turističke zajednice. Podatke iz eVisitor sustava koristimo za analize i za informiranje članova turističke zajednice i javnosti.

4.2. Stručni skupovi i edukacije

Program edukacije obuhvaća sudjelovanje na raznim stručnim skupovima iz područja turizma, a posebice stručne skupove vezane za rad turističkih zajednica. U ovoj godini zabilježeno je smanjenje obima stručnih skupova organiziranih od strane sustava.

Turistička zajednica Dubrovačko-neretvanske županije organizirala je za sustav turističkih zajednica u županiji studijsko putovanje u Međimurje od 8. do 11. studenoga 2025. godine. Cilj putovanja bio je upoznati se s primjerima dobre prakse održivog i odgovornog upravljanja destinacijom, kao i razmijeniti iskustva s kolegama iz jedne od najuspješnijih zelenih destinacija u Hrvatskoj. Međimurje se posljednjih godina profiliralo kao primjer održivog turizma, s naglaskom na očuvanje prirode, lokalnu gastronomiju, aktivni odmor i autentična ruralna iskustva. Kao prva hrvatska regija s međunarodnim certifikatom za zelenu destinaciju, Međimurje sustavno razvija turizam koji poštuje okoliš, lokalnu zajednicu i kulturnu baštinu. Tijekom studijskog putovanja sudionici su imali priliku upoznati se s razvojnim projektima, turističkom infrastrukturom te primjerima suradnje lokalnih proizvođača, ugostitelja i turističkih djelatnika. U sklopu putovanja organiziran je i posjet Beču, gdje su sudionici prisustvovali koncertu sopranistice Marije Vidović uz pratnju Dubrovačkog simfonijskog orkestra. Ovaj glazbeni događaj pružio je dodatnu kulturnu dimenziju studijskom putovanju te bio prilika za promociju dubrovačke glazbene umjetnosti i povezivanje turizma i kulture na međunarodnoj razini.

4.2.1. Dani Hrvatskog turizma

Dani hrvatskog turizma najznačajniji su stručni skup u sektoru, koji tradicionalno okuplja djelatnike radi analize postignuća, rasprave o aktualnim temama i prezentacije razvojnih potencijala. Središnji dio manifestacije je svečana dodjela godišnjih nagrada, koju zajednički organiziraju Ministarstvo turizma i sporta, Hrvatska turistička zajednica (HTZ) i Hrvatska gospodarska komora (HGK) s ciljem poticanja konkurentnosti i održivosti.

Od 19. do 21. studenog 2025. Dani turizma su održani u Dubrovniku u hotelu Valamar Lacroma. Turistička zajednica Dubrovačko-neretvanske županije i Turistička zajednica Grada Dubrovnika imale su zaduženje organizirati i financirati: Izlete za preko 500 sudionika, Dubrovački Đardin na kojem su se predstavili vinari i OPG-ovi iz svih klastera Dubrovačko-neretvanske županije, te ručak u hotelu Valamar Dubrovnik President za 800 sudionika s bogatom ponudom vina iz bogatih vinskih regija Dubrovačko-neretvanske županije. Dani turizma su u Dubrovniku okupili više od 1500 sudionika iz turističke industrije iz Hrvatske i inozemstva, čime potvrđuju status najveće nacionalne turističke konferencije i platforme za dijalog u sektoru te su bili najposjećeniji do sada.

4.3. Koordinacija i nadzor

Zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma određeno je da regionalne turističke zajednice koordiniraju aktivnosti sustava turističkih zajednica na svom području te provode nadzor i evaluaciju provedbe strateških ciljeva.

U 2025. godini organizirali smo dva sastanka na područjima Neretve i Lastova. Tijekom svibnja, zajedno s kolegama, razgovarali smo o planiranim aktivnostima, mogućnostima projektnog udruživanja turističkih zajednica, prijedlozima zajedničkih suradnji te inovativnim idejama za razvoj održivog turizma i digitalizaciju turističkih usluga. Na koordinaciji tijekom listopada raspravljalo se o daljnjim planiranim aktivnostima, primjeni odredbi novog Zakona o turizmu, te obvezama u izradi Plana upravljanja destinacijom s naglaskom na očuvanje kulturne i prirodne baštine. Također se raspravljalo o uključenju TZ-a Konavala, Korčule i Župe Dubrovačke u strateške suradnje sa turoperatorima.

Sudjelovali smo u koordinaciji regionalnih turističkih zajednica s područja Dalmacije i Like, gdje smo dogovorili suradnje na regionalnoj razini, razmijenili primjere dobre prakse i potaknuli inicijative za zajedničke promotivne kampanje i međunarodne projekte. Poseban fokus stavljen je na razvoj održivog turizma, te edukaciju lokalnih dionika kako bi turizam bio konkurentan, ali i odgovoran prema zajednici i okolišu.

4.4. Upravljanje kvalitetom u destinaciji

Za aktivnosti u području nagrađivanja izvrsnosti i dostignuća turističkih destinacija Turistička zajednica Dubrovačko-neretvanske županije pokrenula je inicijativu nagrađivanja lokalnih turističkih zajednica kroz posebno osmišljen program. Program Perunika, naslanja se na

pravilnik o ocjenjivanju uređenosti turističkih mjesta kao cjeline, te smo izradili novi pravilnik i kroz taj program u 2025. godini pokrenuli smo poticanje lokalnih turističkih zajednica na poboljšanje kvalitete boravka turista u destinaciji. Na sjednici Skupštine Turističke zajednice Dubrovačko-neretvanske županije koja se održala u prosincu proglašeni su dobitnici Perunike za 2025. godinu.

4.5. Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša

Turistička zajednica Dubrovačko-neretvanske županije, svjesna sve većeg značaja zaštite našeg najznačajnijeg resursa – mora, pokrenula je Javnim pozivom „**ZaMore 2025.**“ sufinanciranje akcija čišćenja podmorja, rijeka i jezera na području županije. Cilj je dodatno potaknuti uključivanje lokalnih zajednica, udruga i pojedinaca u očuvanje okoliša te jačanje svijesti o održivom turizmu. Poziv je usmjeren prema lokalnim turističkim zajednicama, a sve zaprimljene prijave podržane su prema predviđenim kriterijima. Na poziv su se odazvale: TZG Metković, TZG Dubrovnik, TZO Vela Luka, TZO Dubrovačko primorje i TZO Trpanj. Podržane su sljedeće aktivnosti:

- Turistička zajednica grada Metkovića – „Eko akcija Norna 2025.“
- Turistička zajednica grada Dubrovnika – čišćenje plaža Elafitskih otoka
- Turistička zajednica općine Vela Luka – akcija „Da bi vala sjala 2025.“
- Turistička zajednica općine Dubrovačko primorje – akcija „Eko Dubrovačko primorje 2025.“
- Turistička zajednica općine Trpanj – čišćenje lučkog područja u trajektnom pristaništu i privezištu

Sredstva planirana za ovu stavku iskorištena su djelomično.

5. ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA

5.1. Međunarodne strukovne i slične organizacije

Turistička zajednica Dubrovačko-neretvanske županije nije član međunarodnih udruga iz područja turizma (USTOA, VIRTUOSO itd.) te nema ostvarenja u ovoj grupi aktivnosti.

5.2. Domaće strukovne i slične organizacije

Turistička zajednica Dubrovačko-neretvanske županije nije član nacionalnih udruga iz područja turizma (UHPA, HUT, Kamping udruga itd.), ali smo sudionici njihovih godišnjih sastanaka i sličnih aktivnosti.

6. ADMINISTRATIVNI POSLOVI

6.1. Plaće

Na ovoj poziciji utrošeno je manje sredstava jer nismo realizirali planirano zapošljavanje jednog djelatnika zbog povećanja obima posla. Planirana sredstva za istog prebačena su u iduću godinu.

6.2. Materijalni troškovi

Stručna služba Turističke zajednice Dubrovačko-neretvanske županije sukladno Statutu, realizira Program rada i druge odluke tijela Turističke zajednice Dubrovačko-neretvanske županije na osnovi kojih generira troškove po ovoj stavci. Troškovi ureda se odnose na najam prostora, režijske troškove, uredski materijal, odvjetničke troškove i slično.

6.3. Tijela turističke zajednice

Za rad tijela turističke zajednice članovima se ne isplaćuje naknada, osim putnih troškova članovima koji ostvaruju prava na naknadu putnih troškova radi dolaska na sjednice. Sjednice tijela turističke zajednice (Turističko vijeće i Skupština) održavaju se najčešće u hotelskim dvoranama za što se osiguravaju i primjerena sredstva za najam dvorane, konferencijske opreme i osnovnih ugostiteljskih usluga (kava, voda, sokovi i sl.).

- **Skupština**

Skupština Turističke zajednice Dubrovačko-neretvanske županije zasjeda najmanje dva puta godišnje i raspravlja o ključnim dokumentima, programu rada, financijskom planu, o njihovom izvršenju, te o drugim važnim pitanjima iz djelokruga sustava turističkih zajednica.

U 2025. godini održale su se dvije sjednice Skupštine. Na sjednici održanoj u ožujku usvojeno je Izvješće o izvršenju programa rada za 2024., Izvješće o radu Turističkog vijeća i Izvješće neovisnog revizora. Izabran je neovisni revizor za 2025. godinu i tri predstavnika u Skupštinu Hrvatske turističke zajednice. Na sjednici održanoj u prosincu usvojeni su Program rada i Financijski plan za 2026. godinu kao i Rebalans financijskog plana za 2025. godinu, a izabran je i neovisni revizor za 2026. godinu.

- **Turističko vijeće**

Turističko vijeće je održalo šest sjednica tijekom 2025. godine. Na sjednici Turističkog vijeća održanoj u siječnju usvojen je tekst Javnog poziva za dodjelu financijskih sredstava za potporu manifestacija u 2025. godini i izabrani su članovi Povjerenstva za provedbu HTZ-ovog Javnog natječaja za projekte turističkih nedovoljno razvijenih LTZ-a. Usvojen je prijedlog oglašavanja u medijima i program strateškog partnerstva s HTZ-om. Na sljedećoj sjednici održanoj u ožujku usvojeni su Izvješće o izvršenju programa rada, Izvješće o radu Turističkog vijeća, Izvješće o

radu direktora. Prihvaćen je prijedlog suradnje s organizatorom događanja E1 GP 2025. Na sjednici održanoj krajem ožujka prihvaćen je prijedlog potpora manifestacijama. Na sjednici u lipnju Vijeće je izabralo tko će raditi Plan upravljanja destinacijom za Turističku zajednicu Dubrovačko-neretvanske županije. Na sjednici u rujnu Vijeće je odobrilo marketinšku suradnju s Croatia Airlinesom tijekom zime 2025./2026., kao i budžet za DHT koji se održao u Dubrovniku. Na sjednici u studenom usvojen je Prijedlog programa rada za 2026., Rebalans za 2025. i tekst Javnog natječaja za financiranje projekata turistički nedovoljno razvijenih LTZ-a za 2026. kao i prijedlog oglašavanja za 2026.

9. FONDOVI POSEBNE NAMJENE

Hrvatska turistička zajednica vodi dva zasebna fonda u koji se uplaćuje propisani iznos članarine i turističke pristojbe. Fond za turističke zajednice na turistički nedovoljno razvijenim područjima i kontinentu koji je namijenjen programima turističkih zajednica i Fond za projekte udruženih turističkih zajednica koji je namijenjen turističkim zajednicama koje su se međusobno udružile i formirale iz više turističkih zajednica u jednu pravnu osobu ili su se udružile za provedbu zajednički dogovorenih projekata na svom području. Regionalne turističke zajednice sudjeluju u ovim aktivnostima prema uputama Hrvatske turističke zajednice i Ministarstva turizma i sporta.

Hrvatska turistička zajednica je u 2025. godini objavila Javni natječaj za dodjelu sredstava za projekte lokalnih turističkih zajednica na turistički nedovoljno razvijenom području i kontinentu iz Fonda za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent. Obradu, evidentiranje i vrednovanje zaprimljenih prijava, sukladno kriterijima Javnog natječaja, kao i provjeru prihvatljivosti prijavitelja provodilo je Povjerenstvo od pet članova koje je imenovalo Turističko vijeće Turističke zajednice Dubrovačko-neretvanske županije na prijedlog direktora Turističke zajednice Dubrovačko-neretvanske županije. Povjerenstvo je donijelo prijedlog odluke o odabiru projekata, a odluku o odabiru projekata donijelo je Turističko vijeće Hrvatske turističke zajednice. Sukladno njihovoj odluci Turističkoj zajednici Dubrovačko-neretvanske županije kao koordinatoru projekta doznačen je iznos od 149.120,00 € koji je raspoređen kako slijedi:

| LTZ | Naziv projekta | Odobrena sredstva |
|---------------|--|-------------------|
| TZG Metkovića | Vidi prirodu oko sebe | 13.980,00 € |
| TZG Metkovića | Upoznaj Metković i prirodu koja ga krasi | 9.320,00 € |
| TZG Ploča | Ploče trail 2025. | 9.320,00 € |
| TZG Ploča | Coach to coach | 13.980,00 € |
| TZO Blato | Okusi, mirisi zavičaja | 27.960,00 € |
| TZO Blato | Wine, taste & create | 9.320,00 € |
| TZO Janjina | Eno-gastro manifestacije u Janjini | 13.980,00 € |

| | | |
|--------------|---|-------------|
| TZO Janjina | Unaprjeđenje outdoor proizvoda u općini Janjina | 27.960,00 € |
| TZO Smokvica | Smokviško lito | 23.300,00 € |

Svi projekti su realizirani i izvještaji s dokaznicama doznačeni u zadanom roku do kraja 2025. godine.

| Financijsko izvješće za razdoblje siječanj - prosinac 2025. godine | | | | | | |
|--|--|------------------|------------------|------------------|----------------------|---------------------------|
| FINANCIJSKO IZVRŠENJE 31.12.2025. | | | | | | |
| | PRIHODI | Plan 2025. | Rebalans 2025. | Izvršenje 2025. | % udio u realizaciji | Indeks izvršenje/rebalans |
| 1. | Izvorni prihodi | 2.290.000 | 2.310.000 | 2.311.025 | 67,12 | 100,04 |
| 1.1. | Turistička pristojba | 1.950.000 | 1.955.000 | 1.953.208 | 56,73 | 99,91 |
| 1.2. | Članarina | 340.000 | 355.000 | 357.818 | 10,39 | 100,79 |
| 2. | Prihodi iz proračuna općine/grada/županije i državnog proračuna | | | | | |
| 3. | Prihodi od sustava turističkih zajednica | 210.000 | 294.000 | 285.769 | 8,30 | 97,20 |
| 4. | Prihodi iz EU fondova | | | | | |
| 5. | Prihodi od gospodarske djelatnosti | | | | | |
| 6. | Preneseni prihod iz prethodne godine | 798.261 | 841.157 | 841.157 | 24,43 | 100,00 |
| 7. | Ostali prihodi | 900 | 5.230 | 5.123 | 0,15 | 97,96 |
| | SVEUKUPNO | 3.299.161 | 3.450.387 | 3.443.075 | 100,00 | 99,79 |
| | AKTIVNOSTI | Plan 2025. | Rebalans 2025. | Izvršenje 2025. | % udio u realizaciji | Indeks izvršenje/rebalans |
| 1. | ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE | 110.000 | - | | | |
| 1.1. | Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata | 90.000 | - | - | | |
| 1.2. | Istraživanje i analiza tržišta | 20.000 | - | - | | |
| 1.3. | Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti | | - | - | | |
| 2. | RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA | 200.000 | 187.000 | 180.446 | 7,29 | 96,50 |
| 2.1. | Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda | | | | | |
| 2.2. | Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda | 5.000 | 3.000 | 2.522 | 0,10 | 84,06 |
| 2.3. | Podrška turističkoj industriji | 25.000 | 15.000 | 9.342 | 0,38 | 62,28 |
| 2.4. | Podrška razvoju turističkih događanja | 170.000 | 169.000 | 168.582 | 6,81 | 99,75 |
| 2.5. | Turistička infrastruktura | | | | | |
| 3. | KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE | 1.616.000 | 1.518.000 | 1.486.624 | 60,09 | 97,93 |
| 3.1. | Definiranje brending sustava i brend arhitekture | | | | | |
| 3.2. | Oglašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda | 830.000 | 860.000 | 849.049 | 34,32 | 98,73 |
| 3.3. | Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR | 100.000 | 94.000 | 96.436 | 3,90 | 102,59 |
| 3.4. | Marketinške i poslovne suradnje | 230.000 | 145.000 | 139.084 | 5,62 | 95,92 |
| 3.5. | Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice | 320.000 | 300.000 | 300.658 | 12,15 | 100,22 |
| 3.6. | Suradnja s organizatorima putovanja | 30.000 | 32.000 | 26.387 | 1,07 | 82,46 |
| 3.7. | Kreiranje promotivnog materijala | 90.000 | 80.000 | 73.597 | 2,97 | 92,00 |
| 3.8. | Internetske stranice | 3.000 | 3.000 | 1.413 | 0,06 | 47,08 |
| 3.9. | Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka | 5.000 | 4.000 | - | - | - |
| 3.10. | Turističko-informativne aktivnosti | 8.000 | - | - | - | - |
| 4. | DESTINACIJSKI MENADŽMENT | 102.000 | 88.800 | 77.434 | 3,13 | 87,20 |
| 4.1. | Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor | | | | | |
| 4.2. | Stručni skupovi i edukacije | 75.000 | 72.000 | 64.354 | 2,60 | 89,38 |
| 4.3. | Koordinacija i nadzor | 7.000 | 6.500 | 4.711 | 0,19 | 72,47 |
| 4.4. | Upravljanje kvalitetom u destinaciji | 5.000 | 5.300 | 3.180 | 0,13 | 60,00 |
| 4.5. | Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša | 15.000 | 5.000 | 5.190 | 0,21 | 103,80 |
| 5. | ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA | - | - | - | - | - |
| 5.1. | Međunarodne strukovne i sl. organizacije | | | | | |
| 5.2. | Domaće strukovne i sl. organizacije | | | | | |
| 6. | ADMINISTRATIVNI POSLOVI | 613.000 | 552.500 | 552.433 | 22,33 | 99,99 |
| 6.1. | Plaće | 444.000 | 398.000 | 395.912 | 16,00 | 99,48 |
| 6.2. | Materijalni troškovi | 160.000 | 145.000 | 147.240 | 5,95 | 101,54 |
| 6.3. | Tijela turističke zajednice | 9.000 | 9.500 | 9.281 | 0,38 | 97,69 |
| 6.4. | Troškovi poslovanja mreže predstavništava/ ispostava | | | | | |
| 7. | REZERVA | 85.000 | | | - | - |
| 8. | POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE | | | | | |
| | SVEUKUPNO 1 | 2.726.000 | 2.346.300 | 2.296.937 | 92,84 | 97,90 |
| 9. | FONDOVI - posebne namjene | 145.000 | 177.035 | 177.035 | 7,16 | 100,00 |
| | Fond za turističke zajednice na turistički nedovoljno razvijenim područjima i kontinentu | 145.000 | 177.035 | 177.035 | 7,16 | 100,00 |
| | Fond za projekte udruženih turističkih zajednica | | | | | |
| | SVEUKUPNO 2 | 145.000 | 177.035 | 177.035 | 7,16 | 100,00 |
| TOTAL | SVEUKUPNO 1+ SVEUKUPNO 2 | 2.871.000 | 2.523.335 | 2.473.972 | 100,00 | 98,04 |
| | PRIENOS VIŠKA U IDUĆU GODINU | 428.161 | 927.052 | 969.103 | | |

Izvršće za 2025. godinu prema kontnom planu

| Skupina konta | Opis | Plan 2025. | Rebalans 2025. | Izvršenje 2025. | Struktura izvršenja % | Indeks izvršenje/ rebalans |
|------------------|---|------------------|------------------|------------------|--------------------------|----------------------------------|
| | Prihodi | | | | | |
| 3312 | Turistička pristojba | 1.950.000 | 1.955.000 | 1.953.208 | 56,73 | 99,91 |
| 3211 | Turistička članarina | 340.000 | 355.000 | 357.817 | 10,39 | 100,79 |
| 3413 | Kamate na depozite | 900 | 400 | 312 | 0,01 | 78,12 |
| 3531 | Prihodi od pravnih osoba | 65.000 | 121.795 | 113.545 | 3,30 | 93,23 |
| 3532 | Prihodi od EU projekta | | | | | |
| 3633 | Ostali nespomenuti prihodi (od usklada) | | | | | |
| 3711 | Prihod od povezanih neprofitnih organizacija | 145.000 | 177.035 | 177.035 | 5,14 | 100,00 |
| 5221 | Preneseni višak prihoda | 798.261 | 841.157 | 841.157 | 24,43 | 100,00 |
| | Ukupno prihodi: | 3.299.161 | 3.450.387 | 3.443.075 | 100,00 | 99,79 |
| | | | | | | |
| | Rashodi | | | | | |
| 4111 | Plaće za redovni rad | 382.000 | 342.000 | 339.839 | 13,74 | 99,37 |
| 4121 | Ostali rashodi za radnike | 28.000 | 30.180 | 26.825 | 1,08 | 88,88 |
| 4131 | Doprinos za zdr. osiguranje | 62.000 | 56.000 | 56.073 | 2,27 | 100,13 |
| 4211 | Službena putovanja | 102.000 | 87.550 | 78.903 | 3,19 | 90,12 |
| 4212 | Naknada za prijevoz za dolazak na p. | 8.000 | 6.900 | 6.525 | 0,26 | 94,56 |
| 4213 | Stručno usavršavanje zaposelnika | 4.000 | 1.000 | 342 | 0,01 | 34,18 |
| 4241 | Naknade za obavljanje djelatnosti- honorari oosobama van r.o. | 9.000 | 15.000 | 8.406 | 0,34 | 56,04 |
| 4242 | Naknade za sl.putovanja, izvan rad.odnosa | 35.000 | 35.000 | 34.684 | 1,40 | 99,10 |
| 4251 | Usluge telefona, pošte i prijevoza | 22.000 | 22.100 | 29.297 | 1,18 | 132,56 |
| 4252 | Usluge tekućeg i investicijskog održavanja | 12.000 | 10.000 | 11.066 | 0,45 | 110,66 |
| 4253 | Usluge promidžbe i informiranja | 1.513.800 | 1.415.200 | 1.365.515 | 55,20 | 96,49 |
| 4254 | Komunalne usluge | 2.500 | 1.070 | 1.591 | 0,06 | 148,69 |
| 4255 | Zakupnine i najamnine | 50.000 | 50.500 | 54.866 | 2,22 | 108,65 |
| 4256 | Zdravstvene usluge | | - | - | | |
| 4257 | Intelektualne usluge | 32.000 | 31.000 | 29.892 | 1,21 | 96,42 |
| 4258 | Računalne usluge | 2.000 | 2.000 | 1.937 | 0,08 | 96,84 |
| 4259 | Ostale usluge | 35.000 | 14.650 | 14.108 | 0,57 | 96,30 |
| 4261 | Uredski i ostali materijal | 18.000 | 5.800 | 5.180 | 0,21 | 89,31 |
| 4262 | Materijal i sirovine (propagandni materijal) | 85.000 | 30.000 | 44.929 | 1,82 | 149,76 |
| 4264 | Sitni inventar | 2.000 | 1.000 | 579 | 0,02 | 57,90 |
| 4291 | Premije osiguranja | 3.000 | 1.700 | 1.280 | 0,05 | 75,30 |
| 4292 | Reprezentacija | 8.000 | 8.000 | 11.107 | 0,45 | 138,84 |
| 4293 | Članarine | 500 | 110 | 212 | 0,01 | 193,13 |
| 4294 | Kotizacije | 3.000 | 1.850 | 1.270 | 0,05 | 68,65 |
| 4295 | Ostali nespomenuti materijalni rashodi | 5.800 | 355 | 316 | 0,01 | 89,08 |
| 4311 | Amortizacija | 6.000 | 4.920 | 4.574 | 0,18 | 92,97 |
| 4431 | Bankarske usluge i usluge platnog prometa | 4.000 | 1.580 | 3.376 | 0,14 | 213,70 |
| 4432 | Tečajne razlike | 1.200 | 720 | 144 | 0,01 | 19,98 |
| 4433 | Zatezne kamate | | | | | |
| 4434 | ostali nespomenuti financijski rashodi | 200 | 115 | 10 | 0,00 | 8,70 |
| 4511 | Tekuće donacije | 170.000 | 170.000 | 164.091 | 6,63 | 96,52 |
| 4624 | Ostali nespomenuti rashodi - rezerva | 120.000 | | | | |
| 4711 | Rashodi za financiranje povezanih neprofitnih organizacija (Fond za nerazvijene) | 145.000 | 177.035 | 177.035 | 7,16 | 100,00 |
| | Ukupno rashodi: | 2.871.000 | 2.523.335 | 2.473.972 | 100,00 | 98,04 |
| | | | | | | |
| | Prijenos viška u iduću godinu | 428.161 | 927.052 | 969.103 | | |



Dubrovnik
RIVIJSKA

Turistička zajednica Dubrovačko-neretvanske županije

Šipčine 2, 20 000 Dubrovnik

OIB: 72976166926

RNO broj: 0064084 / Šifra djelatnosti: 94110 / Šifra grada: 098 / Šifra županije: 19

Broj:

Bilješke uz financijska izvješća

Turističke zajednice Dubrovačko-neretvanske županije za 2025. godinu

Turistička zajednica Dubrovačko-neretvanske županije poslovanje vodi u skladu sa Zakonom o financijskom poslovanju i računovodstvu neprofitnih organizacija (NN br. 121/14, 114/22) koji je stupio na snagu 1. siječnja 2015. godine, te izmjenom koja je stupila na snagu 1. siječnja 2023. godine. Temeljem Zakona donesena su tri pravilnika:

- Pravilnik o neprofitnom računovodstvu i računskom planu (NN br. 1/15, 25/17, 96/18, 103/18 i 134/22),
- Pravilnik o izvještavanju u neprofitnom računovodstvu i Registru neprofitnih organizacija (NN br.31/15, 67/17, 115/18 i 21/21) i
- Pravilnik o sustavu financijskog upravljanja i kontrola, izradi i izvršavanju financijskih planova neprofitnih organizacija (NN br. 119/15 i 134/22).

Zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/19, NN 42/20) uređen je sustav upravljanja, ustrojstvo, zadaće i način rada turističkih zajednica.

Program rada i financijski plan za 2025. godinu donesen je prema gore navedenom Zakonu i pravilnicima te prema Metodologiji i obvezatnim uputama za izradu godišnjeg programa rada (Ministarstvo turizma i sporta, 2020. godine).

Program rada i financijski plan za 2025. godinu donesen je 29. studenoga 2024. godine na 5. sjednici Turističkog vijeća i usvojen 16. prosinca 2024. godine na 3. redovnoj sjednici Skupštine Turističke zajednice Dubrovačko-neretvanske županije. Rebalans istog donesen je 28. studenog 2025. godine na 11. redovnoj sjednici Turističkog vijeća i usvojen 15. prosinca 2025. godine na 5. redovnoj sjednici Skupštine Turističke zajednice Dubrovačko-neretvanske županije.

Realizirani prihodi 2025. godine iznose **2.601.917,91 €** (AOP 001) što predstavlja rast od 9,5 % u odnosu na ostvarene prihode u 2024. godini. Ovaj rast proizlazi iz povećanih ostvarenih prihoda od turističke članarine (AOP 006, porast 6,1%) kao i prihoda od turističke pristojbe (AOP 010, porast 6,9%).

U 2025. godini realizirana sredstva kroz sustav turističkih zajednica iz Fonda za turističke zajednice na turistički nedovoljno razvijenim područjima i kontinentu iznosila su **177.035,00 €** (AOP 050), što je povećanje od 53,3%. Što se tiče prihoda od trgovačkih društava i ostalih pravnih osoba (AOP 034) on

je iznosio 113.545,16 eura, što je značajan porast (od 18,9%) kao rezultat povećanih aktivnosti i većeg broja zajedničkih nastupa na turističkim sajmovima i prezentacijama.

Ukupni rashodi u 2025. godini iznose **2.473.971,68 €** i uvećani su za 7,2 % u odnosu na 2024. godinu ponajprije zbog povećane aktivnosti komunikacije i oglašavanja (AOP 090).

Rashodi za radnike ukupno iznose **422.737,66 €** (AOP 055), što je uvećanje od 15,3% u odnosu na 2024. godinu. I plaće i ostali rashodi za radnike su uvećani zbog povećanja minimalne bruto osnovice po kojima se obračunavaju i isplaćuju plaće djelatnika.

Što se tiče ukupnih rashoda za usluge koji iznose **1.508.270,62 €** (AOP 087), a koji su povećani za 5 % u odnosu na 2024. godinu, tu svakako moramo izdvojiti usluge promidžbe i informiranja na koje otpada **1.365.514,93 €** (AOP 090), što je najveći trošak usluga unutar rashoda za usluge.

Dakle, na komunikaciju i oglašavanje je izdvojeno **1.365.514,93 €** što je 4,2 % povećanja u odnosu na 2024. godinu i što je i najveća stavka u ukupnim rashodima. Oglašavanje destinacijskog brenda, turističke ponude i proizvoda putem elektroničkih medija je realizirano na ciljnim tržištima SAD, UK, Njemačke, Francuske, Skandinavskih zemalja, Slovenije, Poljske te domaćem tržištu. Marketinške i poslovne suradnje realizirane su kroz suradnju s Hrvatskom turističkom zajednicom i partnerima Jet2holidays, KLM-om te Croatia Airlines. Preostali troškovi oglašavanja odnosili su se na sajmove, posebne prezentacije i poslovne radionice koje su se kroz 2025. godinu ponovno uspješno realizirale. Dio troškova odnosi se i na trošak PDV-a na usluge inozemnih dobavljača marketinških usluga.

Kod ove stavke bitno je ne zaboraviti i troškove odnosa s javnošću; globalni i domaći PR korišteni su na razna studijska putovanja novinara, tv ekipa i blogera. Ostali troškovi komunikacije i oglašavanja čine suradnja s organizatorima putovanja, kreiranje promotivnog materijala, otkup fotografija te održavanje i poboljšanje vidljivosti na web stranici i društvenim mrežama.

U 2025. godini ponovno su se održavale različite turističke manifestacije. Turistička zajednica Dubrovačko–neretvanske županije, raspisala je Javni poziv za potpore manifestacijama u 2025. godini i na temelju njega realizirano je ukupno **164.090,90 €** (AOP 122), gdje imamo porast od 13,3 % u odnosu na 2024.godinu. Ova sredstva su isplaćivana lokalnim turističkim zajednicama po realizaciji projekata i manifestacija s njihove strane.

Iz Fonda za turističke zajednice na turistički nedovoljno razvijenim područjima i kontinentu realizirano je **177.035,00 €** (AOP140) za prijavljene i odrađene projekte u 2025. godini.

Turistička zajednica Dubrovačko-neretvanske županije u 2025. godini ostvarila je ukupan prihod od **2.601.917,91 €** (AOP001) i ukupne rashode od **2.473.971,68 €** (AOP148). Razlika u ostvarenim prihodima i rashodima – višak prihoda 2025. u iznosu od **127.946,23 €** (AOP149) se dodaje prenesenom višku prihoda iz prethodnih godina (**841.156,97 €**, AOP 151) te se u iduću poslovnu godinu prenosi ukupan višak prihoda raspoloživ za iduće razdoblje u iznosu od **969.103,20 €** (AOP 154). Višak prihoda će se koristiti za realizaciju aktivnosti u prvom dijelu godine kada su tekući prihodi izrazito niski.

Usporedba planiranog, rebalansiranog i ostvarenog iznosa u 2025. godini prema ekonomskoj kvalifikaciji prikazana je u posebnoj tablici koja je sastavni dio financijskog izvješća za 2025. godinu. Obvezu planiranja aktivnosti po ekonomskoj kvalifikaciji propisao je Pravilnik o sustavu financijskog upravljanja i kontrola te izradi i izvršavanju financijskih planova neprofitnih organizacija, objavljen u Narodnim novinama 2015. godine (NN 119/15).

U Turističkoj zajednici Dubrovačko-neretvanske županije 2025. godine bilo je zaposleno 7 zaposlenika na punom radnom vremenu.

Dubrovnik, veljača 2026. godine

Direktor:

Julijo Srgota, dipl. oec.