



**GODIŠNJI PROGRAM RADA S FINANCIJSKIM PLANOM
TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA MALOG LOŠINJA
ZA 2026. GODINU**



Mali Lošinj, studeni 2025.

SADRŽAJ

UVOD

1. Rezultati turističkog prometa TZG Malog Lošinja u razdoblju siječanj-listopad 2025.
2. Strateški dokumenti za izradu Programa rada TZG Malog Lošinja za 2026.godinu

PRIHODI

1. IZVORNI PRIHODI

- Turistička pristojba
- Članarina
- 2. Prihodi iz proračuna grada
- 3. Prihodi od sustava turističkih zajednica
- 4. Prihodi iz EU fondova
- 5. Prihodi od gospodarske djelatnosti
- 6. Preneseni prihodi iz prethodne godine
- 7. Ostali prihodi

AKTIVNOSTI

1. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE

- 1.1. Izrada strateških, operativnih, akcijskih dokumenta
 - 1.1.1. Plan upravljanja destinacijom Mali Lošinj
- 1.2. Istraživanje i analiza tržišta

2. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA

- 2.1. Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda
- 2.2. Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda
- 2.3. Podrška razvoju turističkih događanja
- 2.4. Turistička infrastruktura
- 2.5. Podrška turističkoj industriji

3. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE

- 3.1. Definiranje brending sustava i brend arhitekture
- 3.2. Oglašavanje destinacijskog brenda, turističke ponude i proizvoda
- 3.3. Odnosi s javnošću : globalni i domaći PR
- 3.4. Marketinške i poslovne suradnje
- 3.5. Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice
- 3.6. Suradnja s organizatorima putovanja
- 3.7. Kreiranje promotivnog materijala (Izrada i distribucija)
- 3.8. Internetske stranice
- 3.9. Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka
- 3.10. Turističko informativne aktivnosti

4. DESTINACIJSKI MENADŽMENT

- 4.1. Turističko informacijski sustavi aplikacije /eVisitor
- 4.2. Stručni skupovi i edukacije
- 4.3. Koordinacija i nadzor
- 4.4. Upravljanje kvalitetom u destinaciji
- 4.5. Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša

5. ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA

- 5.1. Međunarodne strukovne i sl. organizacije
- 5.2. Domaće strukovne i sl. organizacije

6. ADMINISTRATIVNI POSLOVI

- 6.1. Plaće
- 6.2. Materijalni troškovi
- 6.3. Tijela turističke zajednice
- 6.4. Informatizacija

7. REZERVA

UVOD

Glavne odrednice Godišnjeg Programa rada i financijskog plana TZG Malog Lošinja za 2026. godinu vezane su uz usvojeni dokument **Strategije razvoja turizma; Mali Lošinj i Cres.**

Mali Lošinj usvojio je Strategiju razvoja turizma koja je orijentirana na održivost razvoja i unaprjeđenje kvalitete proizvoda destinacije.

Strategijom je definirana vizija turizma - Mali Lošinj svojom kvalitetom i jedinstvenošću turističke ponude predstavlja jednu od vodeće održive, lifestyle i wellbeing otočne destinacije Mediterana.

U izvornom ambijentu mediteranskog arhipelaga i domaćinskog ugođaja svojim gostima pruža osjećaj uzbudljivog utočišta te privilegiju uživanja u prostranstvu neba, kopna i mora. Jedinstvenost turističke ponude ogleda se u aktivnom odmoru, wellbeing sadržajima, nautičkom turizmu, gastronomiji te nizu drugih doživljaja.

Turistička zajednica Grada Malog Lošinja godinama sustavno gradi destinacijski brend “Lošinj - otok vitalnosti” koji izravno polazi od ideje održivosti, a programom razvoja odgovornog turizma, stanovnici su senzibilizirani za projekte, ideje, edukativne programe koji se provode te se ističe njihova kreativnost što im daje dodatnu kvalitetu i samoodrživost.

Razdoblje implementacije Strategije definirano je akcijskim planom na razdoblje od **2021. do 2027.** godine.

Donošenjem Zakona o turizmu i njegovim početkom primjene 1. siječnja 2024. godine, novosti su veća odgovornost i obveze turističkih zajednica i lokalnih vlasti za razvoj i upravljanje turizmom na svojim područjima, kao i pravni okvir za učinkovito upravljanje razvojem turizma u smjeru održivosti. Njime se uz ostalo naglašava važnost primjene održivih načela u budućem upravljanju turizmom, ravnomjernog razvoja turističke ponude u cijeloj zemlji, a posebice na kontinentu, kao i cjelogodišnjeg turizma. Predviđa se i veća odgovornost i obveze turističkih zajednica i lokalnih vlasti za razvoj i upravljanje turizmom na svojim područjima.

Turističke zajednice dobivaju novu ulogu u upravljanju destinacijom i to kroz nastavak njihove transformacije u organizacije za upravljanje destinacijom (eng. *Destination management organization* - DMO), koje osim marketinške potpore imaju i ulogu okupljanja i koordinacije dionika s ciljem integriranog upravljanja destinacijom u smjeru održivosti.

Alati koji su turističkim zajednicama dani u upravljanju destinacijom, vezani su uz izradu planova upravljanja destinacijom i upravljanje turističkim tokovima.

Ustrojstvo, zadaće i način rada te osnovna načela njihova financiranja i gospodarenja, u dijelu u kojem to nije uređeno Zakonom o turizmu, ostaje uređeno odredbama Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma.

Kako bi se potaknuo razvoj turizma u smjeru održivosti uspostavljaju se alati za praćenje razvoja turizma u smjeru održivosti,

indeks turističke razvijenosti i pokazatelji održivosti destinacije.

Indeks turističke razvijenosti definiran je kao pokazatelj koji se računa kao prilagođeni prosjek standardiziranih vrijednosti društveno-gospodarskih pokazatelja radi mjerenja stupnja turističke razvijenosti jedinice lokalne i područne (regionalne) samouprave u određenom razdoblju.

Pokazatelji održivosti određuju se kao društveni, ekološki, prostorni i ekonomski, a popis pokazatelja za praćenje održivosti, izračun i izvori podataka propisan je Pravilnikom.

Kao alati za osiguranje održivosti određuju se satelitski račun turizma, sustav satelitskih računa održivog turizma, izračun prihvatnog kapaciteta te integrirani informacijski sustav turizma.

Prikupljaju se podaci o turističkom prometu, turističkoj infrastrukturi, raspoloživoj suprastrukturi, socio-demografskim pokazateljima, ekonomskim pokazateljima, okolišnim pokazateljima i drugi potrebni podaci.

Definirana je uloga jedinica lokalne i područne (regionalne) samouprave u upravljanju destinacijom te je uređena njihova suradnja s turističkim zajednicama.

Turistička zajednica Grada Malog Lošinja je u 2025. izradila plan upravljanja destinacijom koji ima za cilj usmjeriti razvoj destinacije prema održivosti.

Plan upravljanja destinacijom, kao planski dokument, sadrži analizu stanja i popis resursne osnove, pokazatelje održivosti na razini destinacije, mjere i aktivnosti potrebne za ostvarenje razvojnog smjera, prijedlog smjernica i preporuka za razvoj destinacije koje se predlažu jedinici lokalne odnosno područne (regionalne) samouprave te popis projekata koji pridonose provedbi mjera potrebnih za doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti na razini destinacije.

Uspostavom sustava pokazatelja održivosti destinacije, alatima za praćenje održivosti i sustavom prikupljanja podataka, omogućit će se donošenje odluka u upravljanju razvojem turizma, na nacionalnoj, regionalnoj i lokalnoj razini te kod poduzetnika. Turističkim zajednicama se daje nova uloga, čime postaju organizacije za upravljanje destinacijom koje provode mjere za upravljanje turističkim tokovima te su dužne donositi planove upravljanja destinacijom koji se moraju temeljiti na izračunu prihvatnih kapaciteta kada se radi o turističkim zajednicama razvrstanim u kategoriju I i II Indeksa turističke razvijenosti.

Turistička zajednica će provoditi mjere za upravljanje turističkim tokovima u suradnji s drugim dionicima u sustavu turizma, ako je odluku o njima donijelo predstavničko tijelo jedinice lokalne odnosno područne (regionalne) samouprave.

Turistička zajednica Grada Mali Lošinj i Institut za turizam sklopili su 24.02.2025. godine *Ugovor za izradu Plana upravljanja destinacijom Mali Lošinj*, koji uključuje:

- Izračun prihvatnog kapaciteta
- Izradu Plana upravljanja.

Metodološki okvir dokumenta (<https://mint.gov.hr/alati-za-upravljanje-razvojem-turizma-u-destinaciji/23970>) polazi od odredbi Zakona o turizmu (NN 156/2023) te:

Pravilnika o metodologiji izrade plana upravljanja destinacijom, uključujući Smjernice i upute za izradu Plana upravljanja destinacijom Ministarstva turizma i sporta

Pravilnika o metodologiji izračuna prihvatnog kapaciteta uključujući Smjernice za izračun obaveznih pokazatelja prihvatnog kapaciteta destinacije Ministarstva turizma i sporta

Pravilnika o pokazateljima za praćenje razvoja i održivosti turizma, uključujući smjernice za provođenje istraživanja stavova lokalnog stanovništva o turizmu, zadovoljstva boravkom u destinaciji, gospodarskih subjekata Ministarstva turizma i sporta

Polazeći od postavljenog terminskog plana realizacije projekta, u ovom se dokumentu predstavljaju ključne odrednice analiza stanja vezane uz:

Analizu stanja

Potencijal za razvoj i podizanje kvalitete turističkih proizvoda

Pokazatelje održivosti

Razinu dostignutosti prihvatnog kapaciteta

Strateški okvir razvoja Grada

SWOT analizu

Sukladno odredbama Pravilnika o metodologiji izračuna prihvatnog kapaciteta, područje Grada je podijeljeno u tri prostorno-funkcionalne cjeline integriranjem kriterija prostorne tipologije, intenzivnosti i obilježja turističke aktivnosti te administrativnog ustroja:

Zona Mali Lošinj i Veli Lošinj

Zona Otoci cresko-lošinjskog arhipelaga (Unije, Susak, Ilovik, Veli i Male Srakane)

Zona Nerezine i ostala područja Grada.

Prijedlog godišnjeg programa rada s financijskim planom Turističke zajednice Grada Malog Lošinja za 2026.godinu izrađen je temeljem:

- Rezultata turističkog prometa ostvarenog na području Grada Malog Lošinja, na Kvarneru i u Hrvatskoj za razdoblje siječanj-listopad 2025.
- Iskustva iz 2025. i prijašnjih godina te koordinacija i dogovora s članicama TZG Malog Lošinja, hotelskih tvrtki, turističkih agencija
- Koordinacija sa svim dionicima koji sudjeluju u odvijanju turističkog prometa
- Zaključaka sa sjednica Turističkog vijeća i Skupštine TZG Malog Lošinja

U skladu s odrednicama strateških dokumenata;

- Strategija razvoja održivog turizma do 2030. akt je strateškog planiranja hrvatskog turizma za razdoblje do 2030. godine usklađen s Nacionalnom razvojnom strategijom Republike Hrvatske do 2030. i temeljnim dokumentima i politikama Europske unije i Republike Hrvatske, uključujući Nacionalni plan oporavka i otpornosti.
- Prioriteti su razvoj funkcionalnih te održivih turističkih regija zbog cjelovitog turističkog doživljaja i produljenja sezone kroz ulaganja u javnu turističku infrastrukturu i promociju, integralno upravljanje destinacijama radi pronalaženja odgovarajućih specijalizacija, ponude dodatnih sadržaja i produljenja sezone, turistička valorizacija i prezentacija kulturne i prirodne baštine te gastronomske i enološke ponude.
- Strateških dokumenata Primorsko-goranske županije – Strateško marketinški plan turizma Kvarnera
- Master plan razvoja turizma; Cres i Mali Lošinj
- Master plan bike turizma otoka Lošinja
- Strateški i razvojni programi Grada Malog Lošinja
- Usvojenih odrednica razvoja turizma Grada Malog Lošinja;
- **Strategija razvoja turizma: Mali Lošinj i Cres, Strateški okvir i operative strategije razvoja**

Vizija turizma Malog Lošinja i Cresa definirana je u suradnji s ključnim destinacijskim dionicima turizma te se temelji na tri glavna uporišta. Mali Lošinj i Cres svojom kvalitetom i jedinstvenošću turističke ponude predstavljaju jednu od vodećih održivih, lifestyle i wellbeing otočnih destinacija Mediterana.

Strateški okvir Strategije uključuje viziju, misiju, pozicioniranje, turističke proizvode i ciljeve rasta, kao i aktivnosti definirane operativnim strategijama razvoja.

Strategija je u originalnom sadržaju orijentirana na održivost razvoja i unaprjeđenje kvalitete proizvoda destinacije.

U narednom razdoblju od iznimne važnosti bit će postavljanje fokusa na one razvojne aktivnosti koje u najvećoj mjeri pozitivno utječu na razvoj kvalitetnog sadržaja. Strategija sadržava niz aktivnosti u skladu s navedenim te je na destinacijskim dionicima odluka o prioritetima realizacije pojedine aktivnosti, a sve u skladu s dostupnim financijskim i kadrovskim kapacitetima sustava.

Sunce i more, aktivni odmor te wellbeing definirani su kao primarni turistički proizvodi Malog Lošinja i Cresa u narednom razdoblju

Prioritizacija turističkih proizvoda i iskustava



Izvor: Horwath HTL, 2020.

Sunce i more je trenutno te u predviđivom budućem razdoblju turistički proizvod koji generira najveći udio turističkog prometa u Malom Lošnju i Cresu.

Aktivni odmor fokus je razvoja destinacije te primarni turistički proizvod destinacije u PPS razdoblju, ali i tijekom glavne sezone. Za snažniji razvoj potrebna su značajnija ulaganja u potpurnu infrastrukturu.

Wellbeing proizvod u Malom Lošnju i Cresu trenutno predstavlja sukus doživljaja zdravstvenog turizma i wellness & spa programa u destinaciji, međutim, u kontekstu daljnjeg razvoja proizvoda potrebno je iskoristiti wellbeing okruženje destinacije te valorizirati prirodne blagodati.

Gastronomija je potporni proizvod koji ima potencijal značajnijeg razvoja uz valorizaciju autohtonih proizvoda otoka, povećanje količina proizvodnje te uspješniju tržišnu distribuciju.

Sport, kao turistički proizvod, tradicionalno je bio dio turističke ponude Malog Lošinja. Za razvoj ovog potpornog proizvoda ključan je razvoj potrebne infrastrukture i povezivosti otoka.

Golf je potporni turistički proizvod koji će se na otocima razviti uz preduvjet realizacije projekta golf resorta i unaprijeđenja povezivosti.

Zdravstveni turizam dio je povijesnog naslijeđa i temelj razvoja Malog Lošinja kao turističke destinacije. Trenutno je potporni proizvod koji ima snažan potencijal razvoja uz preduvjet komercijalizacije resursa u skladu s modernim trendovima na turističkom tržištu.

MICE ponuda se trenutno ogleda u kongresnim kapacitetima hotelskih objekata. Uz unaprijeđenje povezivosti i izgradnju aerodroma, moguće je pozicioniranje Malog Lošinja i Cresa kao MICE destinacije u PPS razdoblju.

Nautički turizam, unatoč povoljnim preduvjetima, trenutno ne generira visoki udio turističkog prometa. Uz razvoj infrastrukture i destinacijske ponude, Mali Lošinj i Cres imaju potencijal pozicionirati se na nautičkoj karti Mediterana.

Kulturni turizam, čijim je resursima destinacija bogata, predstavlja temelj za obogaćivanje sadržaja turističkog proizvoda za goste u destinaciji i otvara mogućnost inovativne interpretacije.

117

Poseban naglasak na aktivnom odmoru;

Aktivni odmor

Opis proizvoda	Ciljna tržišta
Pojam aktivni odmor (eng. <i>adventure, active outdoor tourism</i>) podrazumijeva turistički proizvod koji uključuje najmanje dvije od tri komponente: fizička aktivnost ili rekreacija, prirodno okruženje i kulturološka razmjena. Aktivni odmor je moguće podijeliti na dva osnovna pojavna oblika sukladno intenzitetu aktivnosti: - Adrenalinski ili avanturistički (engl. <i>hard</i>) sportovi i aktivnosti (vožnja brdskim biciklom, slobodno penjanje, kajaking, kanuing i dr.) - Rekreativni (engl. <i>soft</i>) sportovi i aktivnosti (hodanje, planinarenje, <i>trekking</i>, biciklizam, jahanje i dr.) Tri su osnovna segmenta potrošača ovog proizvoda: - segment potrošača koji odabire destinaciju koju posjećuje isključivo radi aktivnog odmora i aktivnosti koje su dostupne u destinaciji, - rekreativci kojima aktivni odmor nije isključivi motiv posjeta destinaciji te tijekom boravka konzumiraju druge turističke proizvode, - profesionalni sportaši i sportske grupe (klubovi, udruženja i sl.) koji na putovanje odlaze motivirani pripremama, kondicijskim treninzima ili sportskim natjecanjima. Ključni preduvjet razvoja aktivnog odmora su raznovrsni atraktivni prirodni resursi prilagođeni potrebama segmenta potrošača te, u kontekstu segmenta profesionalnih sportaša, razvijena potporna infrastruktura i povezanost destinacije. Klimatski uvjeti nisu nužno ograničenje ili prednost s obzirom na razne preferencije segmenta potrošača te potrebe za različitim razinama zahtjevnosti aktivnosti.	Primarna: Slovenija, Austrija, Italija, Njemačka Sekundarna: Hrvatska, Skandinavija, Beneluks, SAD
Proizvodni segmenti	Tržišni segmenti
Sportske aktivnosti Rekreativne aktivnosti Profesionalni sportovi i sportske pripreme Sportska i rekreativna događanja i manifestacije	Grupe mladih Obitelji s djecom Mladi parovi bez djece Sportaši i sportske grupe
Vremenski period	
9 mjeseci s izuzetkom razdoblja s iznimno lošim vremenskim uvjetima	

Polazište u definiranju Programa rada TZG Malog Lošinja za 2026. godinu je u osnovnim ciljevima turističkih zajednica

A razvoj i marketing destinacije

B osiguranje cjelovitije zastupljenosti specifičnih lokalnih interesa kroz jačanje lokalne inicijative i povezivanje dionika na lokalnom nivou radi stvaranja međusobno konkurentnih proizvoda

C poboljšanje uvjeta boravka turista u destinaciji

Ciljevi poslovanja TZG Malog Lošinja u 2026.godini

- Ostvarivati rast potražnje u pred i posezoni
- Diversificirati turističke proizvode
- Ostvariti rast potrošnje po gostu
- Osnajžiti prepoznatljivost i vidljivost destinacije – jačanje brenda Lošinja kroz veću prisutnost na tržištima – marketinške strategije

S obzirom na ostvarene rezultate turističkog prometa, dolazaka i noćenja, te očekivanja do konca 2025. godine, očekuju se ostvarenje u 2026. na razini očekivanog ostvarenja iz 2025. godine, s planom porasta noćenja od 1 % u kampovima, hotelima i ostalim ugostiteljskim objektima za smještaj.

Plan ostvarenja fizičkog turističkog prometa u 2026. je ostvarenje 2. 250.340 noćenja što u odnosu na 2025. predstavlja ponavljanje turističkog prometa. (ind 100,7)

Aktivnosti Programa rada TZG Malog Lošinja u 2026. pratit će osnovne odrednice usvojenih strateških dokumenata.

Ciljna turistička tržišta ostaju Slovenija, Njemačka , Austrija, Italija i proširit će se na Poljsku, Skandinaviju, Nizozemsku, Švicarsku, Mađarsku, Slovačku, Španjolsku, Francusku.

Promotivne aktivnosti i ciljane akcije će pojačano provoditi i na domaćem tržištu.

Promovirat će se prioritetni turistički proizvodi;

Aktivni odmor; Biciklizam, planinarenje i hodaње, sportske pripreme

Kulturni turizam; Kulturne ture, Događaji, festivali i manifestacije

Odmorišni turizam

Nautički turizam

Zdravstveni turizam

Sve aktivnosti provodit će se u skladu s zadaćama TZ koje su definirane Zakonom.

Zadaće Turističke zajednice Grada Malog Lošinja sadržane su u Zakonu o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (N.N.52/19 i 42/20)

Stupanjem na snagu Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (N. N. broj 52/19) definirane su zadaće lokalne turističke zajednice kao lokalne destinacijske menadžment organizacije.

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.

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 (brending 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.

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.

Rezultati Turističke zajednice Grada Malog Lošinja u razdoblju siječanj-listopad 2025.

Ostvarenje turističke godine (razdoblje siječanj -listopad) na području Grada Malog Lošinja je rezultat 2.191.344 noćenja što predstavlja ind 99,4 u odnosu na 2024.

Mali Lošinj je i ove godine potvrđuje svoju poziciju u samom vrhu najposjećenijih destinacija u Hrvatskoj i vodeće destinacije na Kvarneru.

U razdoblju od 1. siječnja do 31. listopada 2025. na području Grada Malog Lošinja ostvareno je **304.555 dolazaka i 2.191.344 noćenja**, ind 99,4 noćenja i ind 101,4 dolazaka u odnosu na 2024 godinu.

Udio ukupnih noćenja stranih turista u Malom Lošinju iznosi 85,11 %.

Gotovo 66,46 % inozemnih gostiju došlo je s 4 najvažnija emitivna tržišta; Slovenije, Njemačke, Austrije, Italije.

Gosti iz Slovenije vodeći su u kategoriji stranih noćenja s 27,43 %, a slijede ih gosti iz Njemačke s 21,8 %, Austrije 9,53 %, Italije 7,7 %, Češke s 2,9 %, Srbija s 2,5 %, Poljska s 2,2 %, Mađarske s 1,7 %, Nizozemske s 1,6 %, Švicarska s 1,3 %, Slovačka 1,1 % ostale zemlje s 5,34 %.

Gosti iz Hrvatske sudjeluju s udjelom od 14,9 %.

Promatrajući rezultate po segmentima smještaja, najveći udio u tom razdoblju ostvarili su kampovi s 39,7 %, slijede hoteli s 18,6 %, zatim objekti u domaćinstvu s udjelom od 18,3 % i ostali ugostiteljski objekti za smještaj s 11,1 %.

Nekomercijalni turistički promet sudjeluje s 12,3 % udjela u ukupnom turističkom prometu.

Tijekom razdoblja siječanj- listopad 2025., glavnina turističkog prometa registrirana je u komercijalnim smještajnim kapacitetima s udjelom od 87,7 %.

Prosječni dani boravka gostiju su 7,2 dana, dok je vodeća starosna grupa gostiju u rasponu od 45-54 godina.

Udio noćenja TZG Malog Lošinja u noćenjima TZ Kvarnera (17.864.778 noćenja) iznosi 12 %.

Dolasci i noćenja siječanj-listopad 2025

	Dolasci	IND	Noćenja	IND
HRVATSKA	20,95 mil.	102	107,93 mil.	102
KVARNER	3.158.044	103	17.864.778	101
MALI LOŠINJ	304.555	101	2.191.344	99,4

Poredak subregija na Kvarneru



TURISTIČKA ZAJEDNICA
KVARNERA
Raznolikost je lijepa

SIJEČANJ - LISTOPAD

03.11.2025.

Turistički promet po SUBREGIJAMA i TZ

INDEKS

SUBREGIJA / TZ	01.01.2025. - 31.10.2025.			01.01.2024. - 31.10.2024.		01.01.2019. - 31.10.2019.		25/24		25/19	
	Dolasci	Noćenja	%	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja	Dol.	Noć.	Dol.	Noć.
Opatijska rivijera	573.638	2.017.738	11%	561.354	2.035.188	591.059	2.110.553	102	99	97	96
Opatija	361.575	1.106.721	6%	346.374	1.098.971	384.490	1.188.019	104	101	94	93
Lovran	86.752	346.957	2%	90.133	355.267	97.287	388.526	96	98	89	89
Mošćenička Draga	54.555	274.299	2%	53.580	274.560	51.980	270.209	102	100	105	102
Ičići	52.384	188.693	1%	52.949	203.344	38.935	160.632	99	93	135	117
Matulji	18.372	101.068	1%	18.318	103.046	18.367	103.167	100	98	100	98
Riječki prsten	302.098	1.041.618	6%	297.374	1.052.934	234.069	866.341	102	99	129	120
Rijeka	210.057	613.350	3%	206.730	621.655	153.040	428.049	102	99	137	143
Kraljevica	48.096	210.911	1%	47.959	208.399	43.611	214.142	100	101	110	98
Kostrena	17.736	77.367	0%	16.961	76.390	13.159	74.854	105	101	135	103
Bakar	4.863	28.785	0%	3.941	28.100	3.991	27.809	123	102	122	104
Kastav i Klana	9.597	49.579	0%	9.807	50.165	9.010	49.254	98	99	107	101
Čavle	4.806	17.502	0%	5.128	18.350	4.503	20.841	94	95	107	84
Jelenje	2.330	9.790	0%	2.303	11.125	2.313	13.491	101	88	101	73
Viškovo	4.613	34.334	0%	4.545	38.750	4.442	37.901	101	89	104	91
Crikveničko-vinodolska rivijera	521.537	2.921.866	16%	518.550	2.947.604	501.487	3.154.259	101	99	104	93
Crikvenica	372.905	2.039.854	11%	364.400	2.050.971	362.848	2.197.231	102	99	103	93
Novi Vinodolski	133.659	761.097	4%	140.306	780.475	125.865	838.927	95	98	106	91
Vinodol	14.973	120.915	1%	13.844	116.158	12.774	118.101	108	104	117	102
otok Krk	974.289	6.416.821	36%	946.350	6.268.106	929.924	6.937.380	103	102	105	92
Omišalj	173.345	989.976	6%	179.396	1.047.475	163.433	1.090.120	97	95	106	91
Malinska-Dubašnica	134.469	1.184.197	7%	126.481	1.059.671	127.922	1.274.273	106	112	105	93
Krk	265.002	1.564.104	9%	251.271	1.505.521	244.567	1.669.104	105	104	108	94
Punat	113.788	661.083	4%	110.718	660.374	114.267	751.510	103	100	100	88
Baška	186.013	1.062.038	6%	176.638	1.031.210	182.643	1.091.908	105	103	102	97
Vrbnik	20.778	138.401	1%	21.417	141.252	20.612	161.780	97	98	101	86
Dobrinj	80.894	817.022	5%	80.429	822.603	76.480	898.685	101	99	106	91
Cresko-lošinjski otoci	443.967	3.266.275	18%	434.903	3.256.130	443.189	3.482.835	102	100	100	94
Cres	139.412	1.074.931	6%	134.634	1.051.570	134.631	1.149.574	104	102	104	94
Mali Lošinj	304.555	2.191.344	12%	300.269	2.204.560	308.558	2.333.261	101	99	99	94
otok Rab	300.262	2.077.955	12%	279.592	2.004.145	285.731	2.183.383	107	104	105	95
Rab	203.463	1.371.425	8%	185.683	1.311.914	189.158	1.423.831	110	105	108	96
Lopar	96.799	706.530	4%	93.909	692.231	96.573	759.552	103	102	100	93
Gorski kotar	42.253	122.505	1%	40.877	121.487	37.171	100.574	103	101	114	122
Gorski kotar	42.253	122.505	1%	40.877	121.487	37.171	100.574	103	101	114	122
	3.158.044	17.864.778	100%	3.079.000	17.685.594	3.022.630	18.835.325	103	101	104	95

SMJEŠTAJNI KAPACITETI TZG MALOG LOŠINJA

eVisitor - TZG Malog Lošinja u brojevima

Ukupan broj obveznika TZG Malog Lošinja u eVisitoru - **5.016**

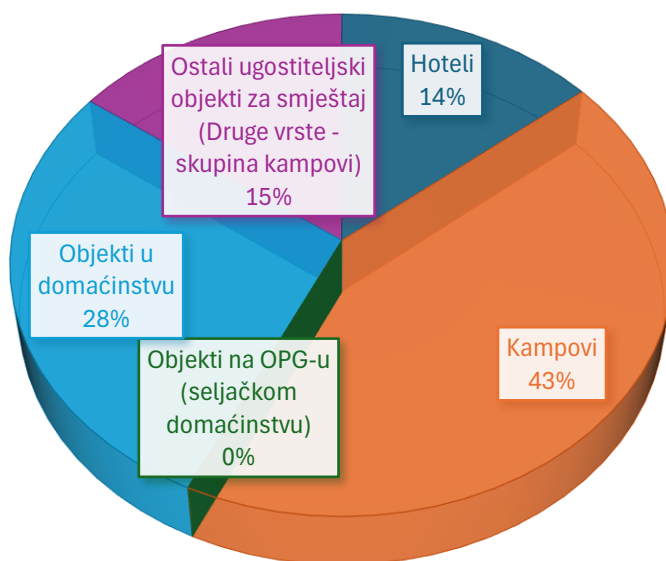
od toga **1224** komercijalnih obveznika i **3.792** nekomercijalnih obveznika.

Ukupno **5.390** objekata, od toga **1.458** komercijalnih objekata i **3.932** nekomercijalnih objekata.

Komercijalni smještajni kapaciteti

Objekt Vrsta objekta	Broj smještajnih jedinica	Broj kreveta 2025.	Broj dodatnih kreveta
Hoteli	1.716	3.187	0
Kampovi	3.245	9.735	0
Objekti na OPG-u (seljačkom domaćinstvu)	1	2	2
Objekti u domaćinstvu	2.193	6.377	647
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj (Druge vrste - skupina kampovi)	1.127	3.384	454
Ukupno	8.282	22.685	1.103

BROJ KREVETA 2025.



Komercijalni smještajni objekti po kategoriji i vrstama

Objekt Vrsta objekta	Objekt Kategorija	Broj smještajnih jedinica	Broj kreveta	Broj dodatnih kreveta	Broj objekata
Hoteli	1 zvjezdica	9	18	0	1
Hoteli	2 zvjezdice	27	90	0	2
Hoteli	3 zvjezdice	20	43	0	2
Hoteli	4 zvjezdice	1.218	2.150	0	5
Hoteli	5 zvjezdica	265	544	0	2
Hoteli	Komfor	167	320	0	4
Hoteli	Nema kategorizacije	10	22	0	1
Kampovi	2 zvjezdice	351	1.053	0	2
Kampovi	3 zvjezdice	711	2.133	0	2
Kampovi	4 zvjezdice	2.183	6.549	0	3
Objekti na OPG-u (seljačkom domaćinstvu)	4 sunca	1	2	2	1
Objekti u domaćinstvu	1 zvjezdica	4	8	0	2
Objekti u domaćinstvu	2 zvjezdice	74	220	7	54
Objekti u domaćinstvu	3 zvjezdice	1.556	4.529	394	882
Objekti u domaćinstvu	4 zvjezdice	345	961	202	198
Objekti u domaćinstvu	5 zvjezdica	3	16	0	3
Objekti u domaćinstvu	Nema kategorizacije	207	631	40	120
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj (Druge	1 zvjezdica	11	29	1	4
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj (Druge	2 zvjezdice	143	364	7	18
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj (Druge	3 zvjezdice	482	1.555	200	75
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj (Druge	4 zvjezdice	255	649	242	48
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj (Druge	5 zvjezdica	11	60	4	7
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj (Druge	Nema kategorizacije	225	727	0	21
Ukupno		8.278	22.673	1.099	1.457

Promatrajući smještajne kapacitete po kategorijama najveći broj kapaciteta ima 4 * (45,5 %), slijede kapaciteti s 3* (36,4 %).

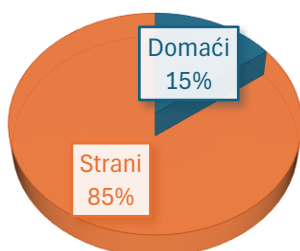
TZG Malog Lošinja - udjel dolazaka i noćenja Hrvatska i strana tržišta

Ukupan broj dolazaka turista u razdoblju siječanj-listopad 2025. godine bilježi ind 101,43 u odnosu na 2024. godinu, domaći dolasci bilježe ind 106,55 , dok su dolasci stranih turista zabilježili ind 100,3. Noćenja domaćih turista bilježe ind 100,75 dok indeks stranih noćenja iznosi 99,2 u odnosu na 2024.

Dolasci siječanj -listopad 2025. / usporedba s 2024.

Vrsta turista	Dolasci	Usporedba dolazaka	Indeks dolazaka	Noćenja	Usporedba noćenja	Indeks noćenja	Prosječno trajanje boravka (u danima)	Udio dolasci	Udio noćenja
Domaći	58.978	55.351	106,55	326.268	323.851	100,75	5,53	19,37%	14,89%
Strani	245.577	244.918	100,27	1.865.076	1.880.709	99,17	7,59	80,63%	85,11%
Ukupno:	304.555	300.269	101,43	2.191.344	2.204.560	99,40	7,20	100,00%	100,00%

NOĆENJA

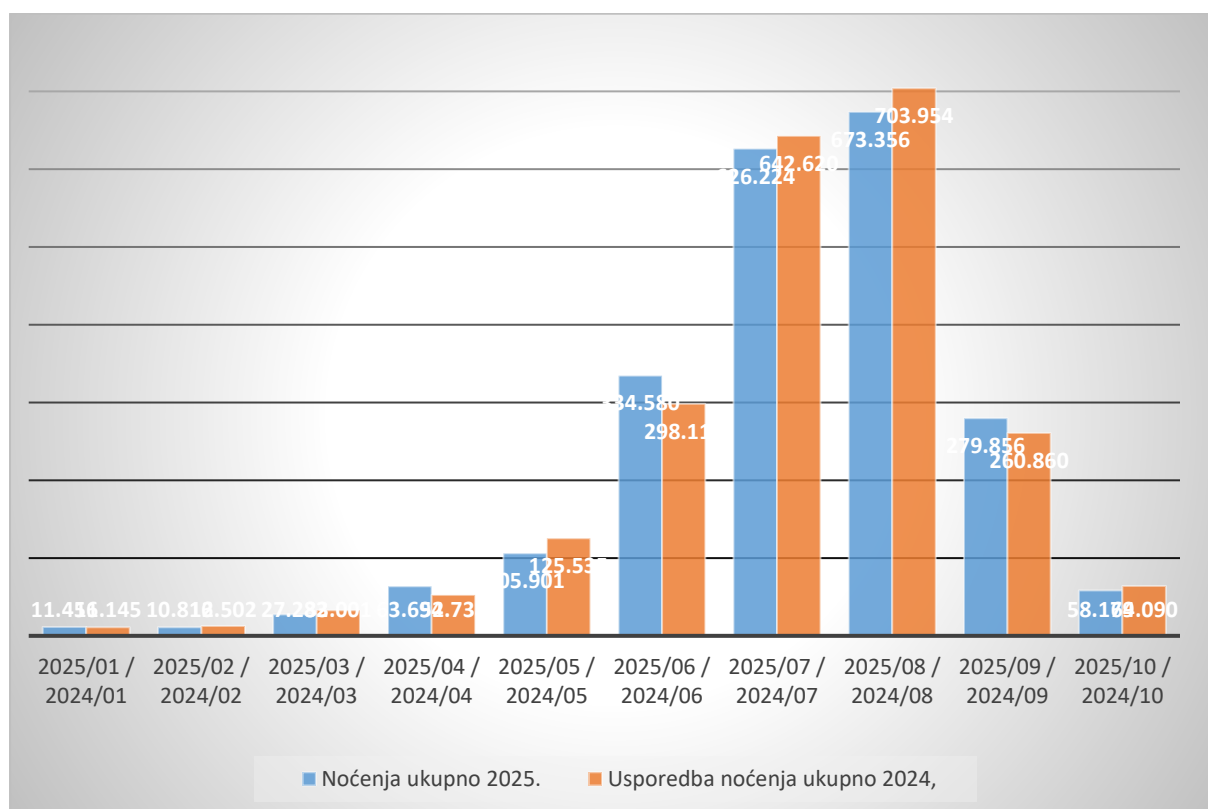


Noćenja po vrstama smještajnih kapaciteta siječanj-listopad 2025./ usporedba s 2024.

Objekt Vrsta objekta	Broj noćenja	Broj noćenja Usporedba	Broj noćenja Indeks
Kampovi	868.974	847.599	102,52
Hoteli	406.678	406.583	100,02
Objekti u domaćinstvu	401.626	414.264	96,95
Nekomercijalni smještaj	268.164	295.817	90,65
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj (Druge vrste - skupina kampovi)	242.492	237.235	102,22
Objekti na OPG-u (seljačkom domaćinstvu)	180	137	131,39
Ukupno	2.188.114	2.201.635	99,39

Kretanje turističkog prometa noćenja po mjesecima 2025./ 2024.

Mjesec	Noćenja ukupno	Usporedba noćenja ukupno	Indeks noćenja ukupno
2025/01 / 2024/01	11.456	11.145	102,79
2025/02 / 2024/02	10.816	12.502	86,51
2025/03 / 2024/03	27.282	33.001	82,67
2025/04 / 2024/04	63.694	52.738	120,77
2025/05 / 2024/05	105.901	125.535	84,36
2025/06 / 2024/06	334.580	298.115	112,23
2025/07 / 2024/07	626.224	642.620	97,45
2025/08 / 2024/08	673.356	703.954	95,65
2025/09 / 2024/09	279.856	260.860	107,28
2025/10 / 2024/10	58.179	64.090	90,78
Ukupno:	2.191.344	2.204.560	99,40



Kretanje turističkog prometa po mjesecima u 2025. godini:

REZULTATI TURISTIČKOG PROMETA 1.1. - 30.6.2025.

U razdoblju mjeseca lipnja na području Grada Malog Lošinja. ostvareno je 324.053 noćenja i 50.913 dolazaka što je u usporedbi s lipnjem 2024. ind u noćenjima 108,7 i u dolascima 106.

Najveći udjel u ovom dijelu godine, u lipnju, imaju kampovi s 38,7 %, slijede noćenja u privatnom smještaju s 19,7 %, hoteli s udjelom od 18,4 %, ostali ugostiteljski objekti za smještaj s 12,7 % . Noćenja u vikend kućama i stanovima za odmor bilježe udjel od 10,5 %.

Promatrajući kumulativni turistički promet od 1.1. do 30.6.2025. ostvareno je 541.603 noćenja i 102.724 dolazaka, što predstavlja povećanje od 1,6 % u noćenjima i 3,4 % u dolascima u odnosu na 2024.godinu.

Najveći broj noćenja ostvaruju kampovi 186.878 s ind 99, slijede hoteli s 147.766 s ind 103,2, objekti u domaćinstvu 90.794 s ind 102,7 , ostali ugostiteljski objekti za smještaj s 64.698 ind 110,4 nekomercijalni smještaj s 51.452 ind 95.

Primat u stranim noćenjima u kumulativnom razdoblju drži Slovenija s udjelom od 27,7 %, slijedi Njemačka s 21,3 %, Austrija s 10,7 %, Italija s 5,3 %, Češka s 2,9%, Srbija s 2,1%, Poljska s 2 %, i ostale zemlje s 9,6 %.

Gosti iz Hrvatske sudjeluju u ukupnom turističkom prometu prvih šest mjeseci s udjelom od 18,4 %.

U srpnju je ostvaren turistički promet noćenja 626.224 s ind 97,5, dok je u kolovozu ostvareno 673.356 noćenja ind 95,7 u odnosu na 2024.

Mjesec rujan je ostvario 279.856 noćenja ind 107,3 u odnosu na 2024.

U listopadu je zabilježen dolazak od 12.869 gostiju koji su ostvarili 58.179 noćenja , ind 90,8.

Do kraja godine očekuje se ostvarenje turističkog **prometa 315.000 dolazaka i ukupno noćenja 2.233.500.**

Poredak zemalja po noćenjima turista

Najviše noćenja tijekom prvih deset mjeseci ostvarili su gosti s tržišta **Slovenije** (601.060) **Njemačke** (477.402) **Hrvatske** (326.268) , **Austrije** (208.766) , **Italije** (169.025) **Češke** (64.761) , **Srbije** (54.684) **Poljske** (47.756) **Mađarske** (36.361) , **Nizozemske** (35.333) .

Država	Dolasci	Usporedba dolasci	Indeks dolasci	Noćenja	Usporedba noćenja	Indeks noćenja	Udio dolazaka	Udio noćenja
Slovenija	76.868	75.221	102,19	601.060	597.475	100,60	25,24%	27,43%
Njemačka	54.396	55.389	98,21	477.402	484.778	98,48	17,86%	21,79%
Hrvatska	58.978	55.351	106,55	326.268	323.851	100,75	19,37%	14,89%
Austrija	30.358	32.496	93,42	208.766	220.026	94,88	9,97%	9,53%
Italija	24.580	23.530	104,46	169.025	171.272	98,69	8,07%	7,71%
Češka	8.971	8.731	102,75	64.761	63.892	101,36	2,95%	2,96%
Srbija	6.660	6.007	110,87	54.684	50.383	108,54	2,19%	2,50%
Poljska	6.424	6.296	102,03	47.756	47.171	101,24	2,11%	2,18%
Mađarska	6.289	6.259	100,48	36.361	37.593	96,72	2,06%	1,66%
Nizozemska	4.299	4.313	99,68	35.333	34.002	103,91	1,41%	1,61%
Švicarska	4.485	4.465	100,45	27.479	28.515	96,37	1,47%	1,25%
Slovačka	3.407	3.593	94,82	24.498	25.152	97,40	1,12%	1,12%
Ostale zemlje	18.840	18.618	101,19	117.951	120.450	97,93	6,19%	5,38%
Strani turisti:	245.577	244.918	100,27	1.865.076	1.880.709	99,17	80,63%	85,11%
Domaći turisti:	58.978	55.351	106,55	326.268	323.851	100,75	19,37%	14,89%
UKUPNO:	304.555	300.269	101,43	2.191.344	2.204.560	99,40	100,00%	100,00%

Domaći gosti po županijama

Županija	Dolasci	Usporedba dolazaka	Indeks dolazaka	Noćenja	Usporedba noćenja	Indeks noćenja	Udio dolasci	Udio noćenja	Prosječno trajanje boravka (u danima)	Broj stanovnika
Grad Zagreb	23.465	22.061	106,36	156.797	158.699	98,80	39,79%	48,06%	6,68	790.017
Zagrebačka	5.806	4.976	116,68	36.064	31.571	114,23	9,84%	11,05%	6,21	317.606
Primorsko-goranska	7.688	7.112	108,10	30.631	30.703	99,77	13,04%	9,39%	3,98	296.195
Osječko-baranjska	2.089	1.998	104,55	12.245	11.808	103,70	3,54%	3,75%	5,86	305.032
Istarska	4.032	3.893	103,57	12.139	12.818	94,70	6,84%	3,72%	3,01	208.055
Varaždinska	1.949	1.723	113,12	9.365	9.207	101,72	3,30%	2,87%	4,81	175.951
Sisačko-moslavačka	1.460	1.296	112,65	8.529	7.300	116,84	2,48%	2,61%	5,84	172.439
Međimurska	1.797	1.691	106,27	8.311	8.868	93,72	3,05%	2,55%	4,62	113.804
Krapinsko-zagorska	1.298	1.495	86,82	7.697	8.418	91,44	2,20%	2,36%	5,93	132.892
Karlovačka	1.566	1.411	110,99	7.668	7.487	102,42	2,66%	2,35%	4,90	128.899
Vukovarsko-srijemska	1.047	1.013	103,36	6.204	5.656	109,69	1,78%	1,90%	5,93	179.521
Koprivničko-križevačka	998	1.028	97,08	6.183	6.760	91,46	1,69%	1,90%	6,20	115.584
Bjelovarsko-bilogorska	874	813	107,50	4.512	4.971	90,77	1,48%	1,38%	5,16	119.764
Splitško-dalmatinska	1.334	1.249	106,81	4.504	4.354	103,45	2,26%	1,38%	3,38	454.798
Brodsko-posavska	884	908	97,36	4.214	4.597	91,67	1,50%	1,29%	4,77	158.575
Zadarska	920	782	117,65	3.624	3.001	120,76	1,56%	1,11%	3,94	170.017
Požeško-slavonska	498	495	100,61	2.818	2.587	108,93	0,84%	0,86%	5,66	78.034
Virovitičko-podravska	349	499	69,94	1.832	2.125	86,21	0,59%	0,56%	5,25	84.836
Dubrovačko-neretvanska	327	283	115,55	1.151	1.009	114,07	0,55%	0,35%	3,52	122.568
Šibensko-kninska	315	335	94,03	970	1.175	82,55	0,53%	0,30%	3,08	109.375
Ličko-senjska	282	290	97,24	810	737	109,91	0,48%	0,25%	2,87	50.927
Ukupno:	58.978	55.351	106,55	326.268	323.851	100,75	100,00%	100,00%	5,53	4.284.889

Komercijalni turistički promet po vrstama smještaja 2025./ 2024.

Objekt Vrsta objekta	Broj noćenja	Broj noćenja Usporedba	Broj noćenja Indeks	Broj dolazaka	Broj dolazaka Usporedba	Broj dolazaka Indeks
Kampovi	868.974	847.599	102,52	108.219	104.794	103,27
Hoteli	406.678	406.583	100,02	88.251	86.774	101,70
Objekti u domaćinstvu	401.626	414.264	96,95	54.521	55.445	98,33
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj (Druge vrste - skupina kampovi)	242.492	237.235	102,22	35.898	35.284	101,74
Objekti na OPG-u (seljačkom domaćinstvu)	180	137	131,39	20	18	111,11
Ukupno	1.919.950	1.905.818	100,74	286.909	282.315	101,63

Analiza komercijalnog turističkog prometa po vrstama smještaja;

- Turistički posjet po državama
- Prosječni boravak gostiju u danima

HOTELI ;		IND 2024.
NOĆENJA	408.435	ind 100,17
DOLASCI	89.367	ind 102,35

Prosječni dani boravka gostiju 4,6

Poredak zemalja;

1. Hrvatska 27,05 %
2. Austrija 15,9 %
3. Slovenija 14,8 %
4. Njemačka 12,5 %
5. Italija 7 %

KAMPOVI		IND 2024.
----------------	--	------------------

NOĆENJA	869.812	102,51
DOLASCI	108.508	103,33

Prosječni dan boravka gostiju 8

Poredak zemalja;

1. Njemačka	37,09 %
2. Slovenija	26,31 %
3. Austrija	9,79 %
4. Italija	5,82 %
5. Hrvatska	4,12 %

OBJEKTI U DOMAĆINSTVU		IND 2024
NOĆENJA	401.821	96,93
DOLASCI	54.571	98,30

Prosječni dan boravka gostiju 7,36

Poredak zemalja;

1. Njemačka	19,11%
2. Slovenija	16,27 %
3. Italija	15,77 %
4. Hrvatska	13,96 %
5. Austrija	9,08 %

OSTALI UGOSTITELJSKI OBJEKTI ZA SMJEŠTAJ**IND 2024.**

NOĆENJA	242.773	102,18
DOLASCI	35.935	101,61

Poredak zemalja;

1. Slovenija	55,08 %
2. Hrvatska	22,60 %
3. Njemačka	4,10 %
4. Austrija	4,04 %
5. Italija	2,94 %

Prosječni dani boravka gostiju 6,75

Noćenja po turističkim mjestima 2025./2024.

Objekt lokacija Naselje	Broj noćenja	Broj noćenja Usporedba	Broj noćenja Indeks
Mali Lošinj	1.102.635	1.118.122	98,61
Nerezine	437.843	419.698	104,32
Veli Lošinj	263.486	274.162	96,11
Punta Križa	150.697	149.914	100,52
Osor	105.632	102.317	103,24
Susak	36.878	40.595	90,84
Čunski	26.382	26.533	99,43
Unije	23.761	26.111	91,00
Sveti Jakov	21.815	22.182	98,35
Ustrine	8.141	9.029	90,17
Ilovik	7.883	9.090	86,72
Belej	5.248	5.801	90,47
Vele Srakane	501	337	148,66
Male Srakane	442	669	66,07
Ukupno	2.191.344	2.204.560	99,40

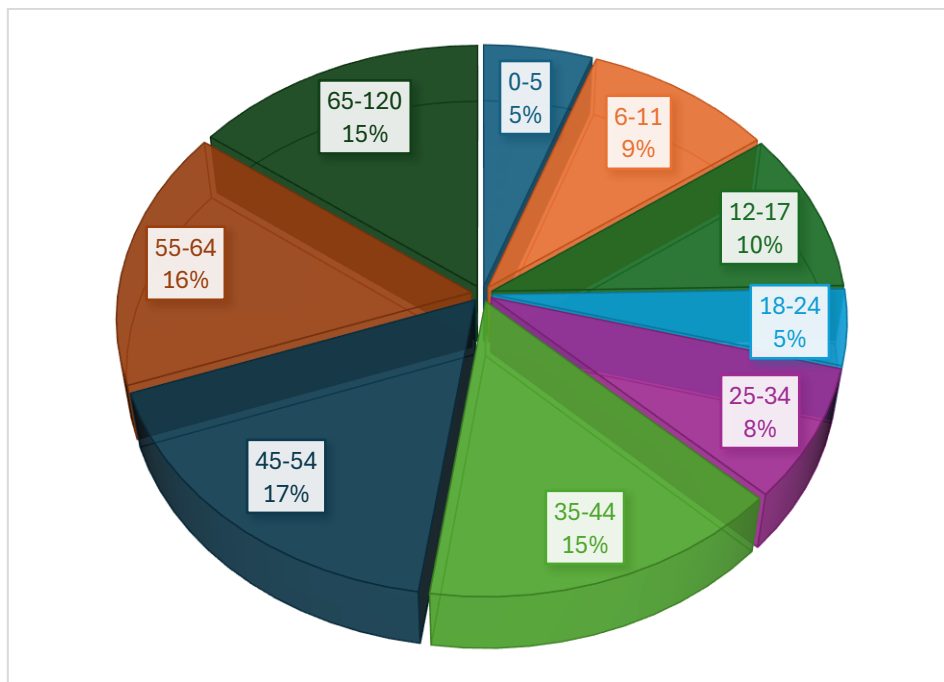
Udjel noćenja prema dobnim skupinama u razdoblju siječanj-listopad 2025.

Turist Starost	Broj noćenja	Broj noćenja Usporedba	Broj noćenja Indeks	Udjel
0-5	119.718	125.295	95,55	5,46
6-11	208.750	211.918	98,51	9,53
12-17	211.941	211.100	100,40	9,67
18-24	99.543	99.698	99,84	4,54
25-34	173.600	176.925	98,12	7,92
35-44	332.375	342.978	96,91	15,17
45-54	376.982	379.190	99,42	17,20
55-64	344.360	339.853	101,33	15,71
65-120	324.075	317.603	102,04	14,79
Ukupno	2.191.344	2.204.560	99,40	100,00

Najviše noćenja ostvaruju gosti s **prosječnom dobi u granici od 35 - 54 godina** promatrajući s udjelom od 32,37 % .

Pojedinačna skupina koja ostvaruje najveći udjel noćenja od 17,2 % je skupina turista u dobi od 45 -54 godina.

Stariji od 55 godina zastupljeni u dvije starosne grupe i ostvarili su udjel od 30,5 % noćenja.



Plan noćenja temeljen je na dinamici ostvarenja noćenja po mjesecima u 2026.

godini vodeći računa o planovima članica TZG Malog Lošinja, kretanjima na tržištima u 2025. i procjenama kretanja u 2026, vodeći računa o vrstama smještajnih kapaciteta i sezonama visini turističke pristojbe u 2026.godini za komercijalne smještajne kapacitete-hotele, kampove, ostale ugostiteljske objekte za smještaj kao i iznos godišnjeg paušalnog iznosa po krevetu za objekte u domaćinstvu.

Plan noćenja po vrstama smještajnih kapaciteta i plan uplata turističke pristojbe u 100 % iznosu po vrstama smještajnih kapaciteta

Noćenja 2026.

Objekt Vrsta objekta	Plan noćenja 2025.	Plan 2026.	Broj noćenja Indeks
Kampovi	884.127	893.000	101,00
Hoteli	426.891	431.160	101,00
Objekti u domaćinstvu	405.960	406.000	100,01
Nekomercijalni smještaj	270.754	271.000	100,09
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj (Druge vrste - skupina kampovi)	245.657	249.000	101,36
Objekti na OPG-u (seljačkom domaćinstvu)	180	180	100,00
Ukupno	2.233.569	2.250.340	100,75

Plan uplata 2026.

Objekt Vrsta objekta	Procjena uplata EUR - 2025.	Procjena 2026.
Kampovi	1.080.000,00	1.090.000
Hoteli	695.000,00	705.000
Objekti u domaćinstvu	390.000,00	390.000
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj (Druge vrste - skupina kampovi)	333.000,00	350.000
Nekomercijalni smještaj	160.700,00	171.000
Objekti na OPG-u (seljačkom domaćinstvu)	160,00	160
Ukupno	2.658.860,00	2.706.160
ZA TZG ML	1.130.015,50	1.150.118,00

Objekti u domaćinstvu

U kategoriji smještajnih kapaciteta, objekti u domaćinstvu planira se ostvarenje prihoda po osnovi godišnjeg paušalnog iznosa po krevetu od 55 EUR-a uzimajući u obzir

broj kreveta objekata u domaćinstvu. (osnovnih i pomoćnih)

Objekt Vrsta objekta	Broj kreveta	Broj dodatnih kreveta	Broj objekata	Broj obveznika
Objekti u domaćinstvu	6.377	647	1257	1124

Iznos turističke pristojbe u 2026. koju plaća pružatelj usluge smještaja (EUR)			
Smještaj u domaćinstvu - po krevetu	Smještaj u domaćinstvu u kampu i objektu vrste kamp odmorište ili kamp odmorište - robinzonski smještaj - za svaku smještajnu jedinicu	Smještaj na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu - po krevetu	Smještaj na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu u kampu i u objektu vrste kamp odmorište ili kamp odmorište - robinzonski smještaj - za svaku smještajnu jedinicu
55 EUR-a	80 EUR	40 EUR-a	40 EUR

UREDBA O UTVRĐIVANJU VISINE BORAVIŠNE PRISTOJBE ZA 2026. GODINU

Iznos turističke pristojbe u 2026. koju plaća osoba koja noći u smještajnom objektu (EUR)			
Smještajni objekt u kojem se obavlja ugostiteljska djelatnost - po osobi - u sezoni 1.4.-30.9.	Smještajni objekt u kojem se obavlja ugostiteljska djelatnost - po osobi - ostalo razdoblje 1.10.-31.12. i 1.1.-31.3.	Smještajni objekt iz skupine Kampovi (Kampovi i Kamp odmorišta) - u sezoni 1.4.-30.9.	Smještajni objekt iz skupine Kampovi (Kampovi i Kamp odmorišta) - ostalo razdoblje 1.10.-31.12. i 1.1.-31.3.
2,00	1,50	1,60	1,10

Iznos turističke pristojbe u 2026. koju plaća vlasnik objekta za odmor (EUR)			
Vlasnik kuće, apartmana ili stana za odmor, za prvog člana	Vlasnik kuće, apartmana ili stana za odmor, za drugog člana	Vlasnik kuće, apartmana ili stana za odmor, za trećeg i svakog idućeg člana	Vlasnik kuće, apartmana ili stana za odmora za sebe i sve osobe koje noće u toj kući, apartmanu ili stanu za odmor koji turističku pristojbu plaćaju po svakom ostvarenom noćenju
30,00	30,00	12,00	2,00

PLAN PRIHODA**1. IZVORNI PRIHODI****1.410.000 EUR****1.1. Prihodi od turističke pristojbe****1.250.000 EUR**

Plan prihoda turističke pristojbe iznosi 1.250.000 EUR-a i iskazuje ind 102 u odnosu na planiranu veličinu rebalansom 2025. Analizirajući veličinu ostvarenog prihoda za razdoblje siječanj-listopad 2025., procjenu do kraja godine kao i planove članica TZG Malog Lošinja za 2026., kao i visinu turističke pristojbe u 2026. planirali smo iznos

1.250.000 EUR. (1.150.000 smještajni objekti + 100.000 nautika)

Iznos 1.150.000 EUR-a predstavlja 42,55 % od ukupno naplaćenog 100 % iznosa turističke pristojbe od 2.706.160 EUR-a naplaćene u smještajnim kapacitetima (hoteli, objekti u domaćinstvu, kampovi, Kampovi i druge vrste, nekomercijalni smještaj), dok se prihod po osnovi nautičkog turizma pribraja u apsolutnom iznosu.

Kod planiranja prihoda turističke pristojbe u kategoriji objekata u domaćinstvu planiran je puni iznos paušala za vlasnike ugostiteljskih objekata koji pružaju usluge u domaćinstvu (7.024 osnovnih i pomoćnih kreveta) u iznosu od 55 EUR-a za osnovne i pomoćne krevete.

Raspodjela planiranog iznosa turističke pristojbe u 2026.godini 2.706.160 EUR -a
(100 %)

RASPORED UPLETE TURISTIČKE PRISTOJBE	udjel u %	PLAN 2026.
HTZ	18,70	506.051,92
TZ KVARNERA	14,03	379.674,24
TZG MALOG LOŠINJA	42,54	1.150.000,00
GRAD MALI LOŠINJ	18,23	493.332,96
CRVENI KRIŽ	1,00	27.061,60
NERAZVIJENA RN	3,50	94.715,60
UDRUŽENE TZ	2,00	54.123,20

Od uplaćene turističke pristojbe koju plaćaju osobe koje noće na objektima nautičkog turizma na našem području 65 % sredstava pripada TZG Malog Lošinja, od čega se 30 % odmah doznačuje na račun Grada Malog Lošinja.

2. Prihodi od članarine

160.000 EUR

Prihod članarine planira se na razini očekivanog ostvarenja u 2025 godini. uvećanog za postotak od 6,6 % .

Prihodi od turističke članarine ostvaruju se od uplata članarina koju uplaćuju pravne i fizičke osobe koje ostvaruju prihod pružanjem ugostiteljskih usluga, usluge u turizmu ili obavljanjem s turizmom neposredno povezanih djelatnosti

Na snazi je Zakon koji propisuje smanjenje obveze plaćanja turističke članarine i to smanjenjem stopa (njih pet) na temelju kojih se članarina obračunava. Stope za obračun članarine su linearno umanjene te će iznos za plaćanje članarine za svih pet skupina obveznika biti 12% manji.

Prva skupina se odnosi na smještaj i ugostiteljstvo, druga skupina na prijevoz putnika, cestovni prijevoz elektroničke usluge, treća skupina na poštanske djelatnost, četvrta skupina na emitiranje programa, a peta skupina na trgovinu na veliko i malo.

Od ukupno uplaćenih sredstava članarine;

9 % sredstava izdvaja na posebni račun Hrvatske turističke zajednice (Fond za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent) i

2 % na posebni račun Hrvatske turističke zajednice za projekte i programe udruženih turističkih zajednica (Fond za udružene turističke zajednice), 89 %, preostala sredstva raspoređuju se:

- 65 % sredstava lokalnoj turističkoj zajednici
- 15 % sredstava regionalnoj turističkoj zajednici koja je osnovana sukladno zakonu kojim se uređuje sustav turističkih zajednica i
- 20 % sredstava Hrvatskoj turističkoj zajednici

Fizička osoba koja pruža ugostiteljske usluge u domaćinstvu ili na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu plaća godišnji paušalni iznos članarine za svaki krevet u sobi, apartmanu i kući za odmor, za svaku smještajnu jedinicu u kampu i kamp-odmorištu te prema kapacitetu u objektu za robinzonski smještaj koji se koriste za pružanje usluga smještaja sukladno propisu kojim se uređuje obavljanje ugostiteljske djelatnosti.

Godišnji paušalni iznos članarine za objekte u domaćinstvu je umnožak najvećeg broja kreveta u sobi, apartmanu i kući za odmor odnosno najvećeg broja smještajnih jedinica u kampu i kamp-odmorištu odnosno kapaciteta u objektu za robinzonski smještaj u prethodnoj godini, koji su utvrđeni rješenjem o odobrenju za pružanje ugostiteljskih usluga u domaćinstvu ili na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu, i iznosa članarine za svaki krevet odnosno smještajnu jedinicu u kampu i kamp-odmorištu odnosno kapacitet u objektu za robinzonski smještaj.

2. Prihodi iz proračuna grada / županije i državnog proračuna

200.000 EUR

2.1. Sufinanciranje Grada Malog Lošinja

 Organizacija manifestacija u 2026.

U 2026. godini planira se sklapanje Ugovora s Gradom Mali Lošinj vezano za sufinanciranje projekata čiji nosioci će biti TZG Malog Lošinja kao i sufinanciranje manifestacija u zajedničkoj organizaciji s Gradom Mali Lošinj.

3. Prihodi od sustava turističkih zajednica

150.000 EUR

3.1. Hrvatske turističke zajednice (Fond za udružene turističke zajednice) 50.000 EUR

HTZ dostavlja sredstva iz Fonda za udružene turističke zajednice udruženim turističkim zajednicama na temelju Uredbe o namjeni i načinu raspodjele sredstva Fonda za udružene turističke zajednice

TZG Malog Lošinja i TZG Cresa temeljem sklopljenog Sporazuma o neformalnom udruživanju vezano za definiranje zajedničkih aktivnosti u 2026. koje se odnose na zajedničke promidžbene aktivnosti i brandiranje destinacije Cresa i Lošinja planiraju aplicirati na Fond za udružene turističke zajednice.

3.2. TZ Kvarner -potpora za projekte

80.000 EUR

TZG Malog Lošinja planira aplicirati na Javni poziv TZ Kvarnera za sufinanciranje događanja, sportskih manifestacija i projekata u kulturi kao i sufinanciranje zajedničkih marketinških aktivnosti i projekata u funkciji razvoja proizvoda.

3.3. Ostale potpore HTZ -natječaji

20.000 EUR

Kandidiranje projekata i manifestacija na Javne pozive Hrvatske turističke zajednice.

4. Prihodi iz EU fondova**71.000 EUR**

Upravni odbor LAGUR-a Vela vrata donio je Odluku o odabiru projekta na FLAG natječaju za Mjeru 2.2. "Očuvanje i valorizacija pomorske ribarske baštine i očuvanje identiteta područja" za projekt Losinava.

5. Prihodi od gospodarske djelatnosti**30.000 EUR**

Planiraju se prihodi - prihodi ostvareni sukladno zajedničkim aktivnostima s članicama.

6. Preneseni prihodi iz prethodne godine**7. Ostali prihodi****5.000 EUR**

Planiraju se prihodi od kamata i prihodi od donacija pravnih osoba vezano uz neke zajedničke manifestacije.

UKUPNO PLANIRANI PRIHODI**1.866.000 EUR****AKTIVNOSTI****1. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE****25.000 EUR****1.1. Izrada strateških / operativnih/komunikacijskih / akcijskih dokumenta**

TZG Malog Lošinja planira aktivnosti vezano za već postojeće strateške dokumente, prioritetne turističke proizvode te akcijski plan razvoja prema tematskim područjima.

Sukladno navedenom planiraju se;

1.1.2. Izrada plana upravljanja destinacijom**9.000 EUR**

U 2025. Sklopljen je ugovor s Institutom za turizam Iz Zagreba za izradu Plana upravljanja destinacijom Mali Lošinj. Preostaje rata plaćanja nakon prihvatanja prijedloga Plana upravljanja destinacijom Mali Lošinj.

Nakon izrade Plana upravljanja destinacijom Mali Lošinj u 2025. godini, planskog dokumenta koji sadrži analizu stanja i popis resursne osnove, pokazatelje održivosti na razini destinacije, mjere i aktivnosti potrebne za ostvarenje razvojnog smjera, prijedlog smjernica i preporuka za razvoj destinacije te popis projekata koji pridonose provedbi mjera potrebnih za doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti na razini destinacije.

Turističke zajednice dobivaju novu ulogu u upravljanju destinacijom i to kroz nastavak njihove transformacije u organizacije za upravljanje destinacijom (eng. *Destination management organization* - DMO), koje osim marketinške potpore imaju i ulogu okupljanja i koordinacije dionika s ciljem integriranog upravljanja destinacijom u smjeru održivosti. Alati koji će se turističkim zajednicama dati u upravljanju destinacijom, vezani su uz izradu planova upravljanja destinacijom i upravljanje turističkim tokovima.

Plan upravljanja destinacijom izradio se za područje Grada Malog Lošinja, prema postupku za donošenje godišnjeg programa rada turističke zajednice propisanim posebnim zakonom kojim se uređuje sustav turističkih zajednica, za razdoblje od četiri godine.

Nositelji aktivnosti i partneri;	TZG Malog Lošinja, Grad Mali Lošinj
----------------------------------	-------------------------------------

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:	9.000 EUR
---	-----------

Rokovi realizacije aktivnosti;	Ožujak - listopad 2026.
--------------------------------	-------------------------

1.2. Istraživanje i analiza tržišta	16.000 EUR
-------------------------------------	------------

1.2.1. Upitnik o stavovima stanovnika o turizmu u suradnji s Institutom za turizam

U 2026. godini planira se provođenje Istraživanja o stavovima stanovnika o turizmu na području Grada Malog Lošinja. Turistička zajednica Grada Malog Lošinja već dugi niz godina provodi istraživanje zadovoljstva stanovnika turističkim razvojem.

Zadnje istraživanje provedeno je 2023. godine, kada je, u suradnji s Institutom za turizam, razvijen i instrument istraživanja (upitnik) te je postavljen metodološki okvir istraživanja. Istraživanje će se provoditi i ove godine te će se podaci prikupljati osobnim intervjuom, koristeći tiskani upitnik.

Planirano razdoblje prikupljanja podataka je tijekom ožujka 2026. godine.

1.2.2. Istraživanje TOMAS – Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj – Mali Lošinj prošireni uzorak

U 2025. godini sklopljen je Ugovor o povećanju uzorka za Grad Mali Lošinj u okviru istraživanja TOMAS Hrvatska 2025. U okviru istraživanja TOMAS Hrvatska 2025. osnovni uzorak za Grad Mali Lošinj u razdoblju od travnja 2025. do ožujka 2026. godine iznosi 170 ispitanika.

Institut za turizam provodi nacionalno istraživanje; Istraživanje stavova i potrošnje turista u Hrvatskoj u 2025. godini- TOMAS Hrvatska 2025. u razdoblju od travnja 2025. do ožujka 2026. godine na ukupnom uzorku od 14.000 ispitanika. Rezultati istraživanja će se prikazati u okviru cjelovitog izvještaja TOMAS Hrvatska 2025. na razini županija.

2. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA

752.000 EUR-a

2.1. Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda

2.1.1. Razvojne aktivnosti – inovativni destinacijski doživljaji i proizvodi

2.1.1.1.2. TO DO CRES LOŠINJ – platforma za instant prodaju turističkih doživljaja 7.000 EUR

U suradnji s TZG Cresa, otočnom agencijom OTRA nastavljamo aktivnosti za pokretanje platforme koja će korisnicima olakšati rezervaciju aktivnosti na otocima, ponuđačima omogućiti promociju i prodaju tura, aktivnosti i doživljaje na platformi. Razvoj moderne i efikasne booking Marketplace platforme koja će omogućiti korisnicima jednostavno i brzo rezerviranje aktivnosti na otocima Cresu i Lošnju i ujedno kroz različite ture i doživljaje pokazati bogatstvo, raznolikost i jedinstvenost otoka Cresa i Lošinja, te povećati vidljivost ponude i centralizirati sve aktivnosti na jednom mjestu radi bolje promocije i boljeg korisničkog iskustva.

OTRA je izradila digitalno rješenje za Booking marketplace po specifikaciji ponude i ponuđača i posebno je izrađen vizualni identitet i smjernice web dizajna za novi web portal turističkih produkata destinacije Lošinj – Cres.

U 2026. se planira priključenje novih subjekata ta s ponudom i početak funkcionalnosti platforme.

Nositelji aktivnosti i partneri; TZG Malog Lošinja, TZG Cresa, partneri u destinaciji nosioci ponude

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 7.000 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti; tijekom godine 2026.

2.1.1.3. Projekt istraživanja, valorizacije lošinjskog limuna 5.000 EUR

Nakon sklapanja Ugovora s Institutom za poljoprivredu i turizam iz Poreča, za usluge istraživanja i valorizacije limuna na području Grada Malog Lošinja aktivnosti se nastavljaju u 2026. po fazama.

Ponovno je pokrenuta rezidba limuna i rad na sadnicima s obzirom da prošlogodišnje sadnice nisu uspjele. U rujnu su uzete reznice s dvaju limuna (Saganić i Nikolić).

Projekt „Lošinjski limun“ – projekt valorizacije i zaštite lošinjskog limuna vodi Institut za poljoprivredu i turizam iz Poreča u suradnji s TZG Malog Lošinja.

TZG Malog Lošinja je dogovorila s nekoliko građana u Malom Lošnju suradnju vezano za davanja uzoraka lošinjskog limuna iz lošinjskih vrtova.

Građani će ustupiti djelatnicima Instituta za poljoprivredu i turizam iz Poreča sve potrebne podatke o limunu u njihovom vlasništvu za potrebe istraživanja i valorizacije lošinjskog limuna.

Dogovorena je suradnja s rasadnikom iz Rovinja, uzimanje resnica.

Planirat će se podjela sadnica lošinjskog limuna u okviru akcije Lošinjski cvijet kad budu sadnice spremne

Nositelji aktivnosti i partneri TZG Malog Lošinja, Grad Mali Lošinj,

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 5.000 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti; tijekom godine 2026.

2.2. Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda

2.2.1. Gastronom – gastronomsko brendiranje destinacije na temu vitalnosti „Taste of Vitality“

20.000 EUR

Nakon osmišljavanja i vođenja projekta gastronomskog brendiranja destinacije u suradnji s tvrtkom Abisal – Gastronomaut, planira se nastavak projekta u 2026. godini. Planiraju se događanja u sklopu Fešte lošinjske kuhinje, edukacije, marketinške aktivnosti.

Oznaka Taste of vitality odnosi se na hranu bogatu hranjivim tvarima koja podržavaju opću dobrobit i razinu energije.

Naglašava uravnoteženu prehranu s esencijalnim vitaminima, mineralima i drugim nutrijentima za promicanje vitalnosti zdravlja s posebnim naglaskom na način kuhanja i pripreme hrane.

Projekt je nastao u suradnji s Klubom Gastronomaut, pod vodstvom Karin Mimice, te nutricionisticom Dijanom Gluhak Spajić, urednicom Healthy meal standarda.

U projekt se uključilo 16 ugostiteljskih objekata s 54 jela i 6 napitaka na bazi vitalnosti.

Ciljevi projekta ; povezivanje ugostiteljskog objekta u zajedničku priču s marketinškim potencijalom

Očekivani rezultati;

Stvaranje prepoznatljivih gastronomskih brendova destinacije

Veća vidljivost destinacije na tržištu

Dizanje kvalitete i sadržajnosti ugostiteljske ponude

Veća osviještenost ugostitelja o jedinstvenosti destinacije

Ugostiteljska ponuda kao sastavni dio aduta destinacije te postojećih i novih brendova

Povećanje potrošnje gostiju

Osmišljavanje tematskih menija vezanih za brand otoka – vitalnosti u skladu s najnovijim gastronomskim trendovima uz edukaciju ugostitelja, promotivne aktivnosti i organizacija događanja.

Na web stranici su promovirani objekti koji su uključeni u projekt

<https://www.visitlostinj.hr/hr/taste-of-vitality.aspx>

Nositelji aktivnosti i partneri TZG Malog Lošinja, Udruženje obrtnika Cres- Lošinj, Ugostitelji

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 20.000 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti; tijekom godine 2026.

2.3. Podrška razvoju turističkih događanja

580.000 EUR

2.3.1. Razvoj događanja u destinaciji i drugih motiva dolaska u destinaciju Organizacija i suorganizacija događanja, kulturno-zabavnih sportskih i sl. manifestacija u destinaciji

U cilju održavanja atraktivnih kulturno-zabavnih, sportskih i ostalih sadržaja koji doprinose obogaćivanju turističke ponude grada podržavat će se održavanje zabavnih, kulturnih, sportskih i ostalih projekata koji su od važnosti za promidžbu grada.

Turistička zajednica Grada Malog Lošinja u suradnji s Gradom Malim Lošinjem planira organizaciju niza manifestacija u Malom Lošinju, te u svim drugim mjestima, manjim otocima.

Neke od manifestacija ćemo samostalno organizirati, dok planiramo i suorganizaciju s partnerima, pružanje razne potpore i pomoći, sufinanciranja i pokroviteljstva, raznim udrugama, klubovima.

U 2026. godini planira se održavanje sportskih događanja kao dodatni motiv dolaska gostiju u destinaciju i u cilju proširenje postojeće turističke ponude i stvaranja novih turističkih doživljaja.

2.3.1.1. Događanja po mjestima	250.000 EUR
--------------------------------	-------------

2.3.1.1.1. Mali Lošinj

Planira se održavanje događanja;
Karnevalske priredbe
Klape na pjacalu -srpanj
Festival lošinjskih balkona – kolovoz
Pomorske večeri, srpanj, kolovoz, rujan
Advent u Malom Lošinju

2.3.1.1.2. Veli Lošinj

U suradnji s Mjesnim odborom Veli Lošinj planiraju se manifestacije
Veloselske ljetne užance, obilježavanje Sv. Grgura

2.3.1.1.3. Nerezine

U suradnji s Mjesnim odborom i sportskim društvima i udrugama koje djeluju na području Nerezina planira se organizacija;
Nerezinskih ljetnih igri, Nerezinski muaj, Advent u Nerezinama.

2.3.1.1.4. Punta Križa

2.3.1.1.5. Sveti Jakov

2.3.1.1.6. Belej

2.3.1.1.7. Unije

2.3.1.1.8. Ilovik

2.3.1.1.9. Ćunski

2.3.1.1.10. Susak – Susačke glazbene večeri, Dan iseljenika

U svim mjestima planira se sufinanciranje i organiziranje tradicionalnih manifestacija u manjim mjestima i otocima, ekološke i sportske manifestacije u dogovoru s Mjesnim odborima i udrugama i društvima koja djeluju a koja sudjeluju u organizaciji događanja. Sufinanciranje brojnih sportskih događanja koje promiču aktivni odmor i prirodna bogatstva otoka Lošinja.

Nositelji aktivnosti i partneri; TZG Malog Lošinja, Grad Mali Lošinj, Mjesni odbori, dionici u destinaciji

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 250.000 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti kontinuirano u 2026.

2.3.1.2. Festivali i sportska događanja 260.000 EUR

2.3.1.2.1. Fešta lošinske kuhinje / Taste of vitality – travanj, svibanj 2026 (23. ili 30.4.2026. do kraja svibnja)

Plan je gostima tijekom svibnja približiti gotovo sve gastro užitke po kojima je poznat otok vitalnosti. Na meniju se će se naći još mnogo specijaliteta koje će pripremiti naši ugostitelji i to po promotivnim cijenama.

Bitna je suradnja svih dionika u destinaciji kako bi se što prije prevladao negativni utjecaj korona krize. Ovaj festival idealna je prilika da posjetitelji upoznaju Lošinj kroz lokalne specijalitete.

Fešta lošinske kuhinje se već tradicionalno održava na Lošinju dugi niz godina s ciljem promocije gastronomske ponude otoka Lošinja, izvorne i lokalne otočne kuhinje, bazirane na flori i fauni otoka Lošinja.

Plan je uključiti ugostitelje koji će ponuditi dogovoreni meni uz promotivnu cijenu za vrijeme trajanja Fešte lošinjske kuhinje.

Nositelji aktivnosti i partneri; TZG Malog Lošinja, Grad Mali Lošinj, ugostitelji

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti; 10.000 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti; travanj, svibanj 2026.

2.3.1.2.2. Losinava - Festival Lošinjskim jedrima oko svijeta 5.-19.9.2026.

Posljednjih godina veliku pažnju posvećujemo oživljavanju pomorske baštine otoka Lošinja, koji je u prošlosti bio treća luka na Jadranu, kao i centar brodogradnje. Toj tradiciji u rujnu posvećujemo festival Losinava - Lošinjskim jedrima oko svijeta koji traje dva tjedna te se u okviru programa Festivala održavaju četiri regate, pomorske večeri, izložbe, koncerti, radionice, uprizorenja na otvorenom. Festival Losinava- Lošinjskim jedrima oko svijeta posvećen je bogatoj pomorskoj i brodograđevnoj tradiciji otoka Lošinja.

Sama ideja za osmišljavanjem ovakve vrste festivala proizašla je iz želje za očuvanjem, revitalizacijom i turističkom valorizacijom pomorske baštine i to kroz oživljavanje i prezentaciju povijesnog i kulturnog naslijeđa lošinjskog pomorstva, koje je svoje zlatno doba živjelo od 1853. do 1884. godine.

Ovaj segment lošinjske povijesti izabran je za turističku promociju zbog svoje specifičnosti i namjere da se lošinjskim gostima, ali i domaćem stanovništvu, približi bogat i nadasve zanimljiv život hrabrih, poštovnih i sposobnih lošinjskih moreplovaca, brodograditelja te brodovlasnika koji su ovaj otok, zapravo neprikladan za razvoj brodarstva, učinili centrom pomorstva istočnog Sredozemlja 19. stoljeća.

Nositelji aktivnosti i partneri; TZG Malog Lošinja, Grad Mali Lošinj, članice u destinaciji

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti; 80.000 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti; rujan 2026.

2.3.1.2.3. XTERRA 2026. 25.000 EUR

8.-10.5.2026. Mali Lošinj prva XTERRA utrka u regiji SEE

Vodeći svjetski off-road triatlon brand, preko 150 događaja godišnje, po prvi puta se održava u Hrvatskoj. Očekuje se 500-600 sudionika.

Organizatori su ; Jadranka turizam uz punu podršku Grada Malog Lošinja, TZG Malog Lošinja, brojnih članica u destinaciji, kao i podršku TZ Kvarnera.

Svibanj 2026.

2.3.1.2.4. 4 Islands MTB Stage race-Ironman Epic series

30.000 EUR

Biciklistička utrka 4 Islands – MTB stage race održava se od 14.-1.4.2026. na otocima Krku, Rabu, Cresu i Lošnju već niz godina, a zadnjih nekoliko godina održava se pod okriljem UCI – Međunarodne biciklističke federacije. Za narednu godinu planirano je da utrka bude dio branda **Ironman** i to kao jedna od njihovih utrka Epic serije uz Cape epic (JAR) , Swiss epic (Švicarska) i Pioneer (Novi Zeland). Epic Series je globalni znak za najzahtjevniju brdsko-biciklističku utrku u etapama na svijetu.

Ulazak pod brand **Ironman** znači :

- podizanje Lošinja kao Premium MTB destinacije
- podizanje utrke na zlatni standard kao EPIC LEGEND EVENT
- podizanje broja sudionika na 500 timova = 1.000 natjecatelja

Uz ove brojke treba dodati i promociju na svjetskoj razini, budući da se utrka prenosi u 68 zemalja uz prisutnost na društvenim mrežama preko branda Ironman i samih natjecatelja.

S obzirom na zahtjevnost projekta partneri su na nacionalnom nivou Ministarstvo turizma i sporta i Hrvatska turistička zajednica, te na regionalnom Turistička zajednica Kvarnera i otočne turističke zajednice Raba, Krka, Cresa i Lošinja.

Raspored učešća je napravljen prema etapama i danima noćenja, otok Lošinj ima završne dvije etape utrke s dva noćenja što znači cca 5.000 noćenja (timovi, pratnja, gledatelji) i veću gledanost i objave s obzirom na završnicu i proglašenje pobjednika dviju etapa i ukupnog pobjednika.

U 2022. godini se utrka prvi puta održala u sklopu serije utrka Epic Series.

Epic Series je najprestižnija serija etapnih utrka u svijetu biciklizma.

‘4Islands’ je postao dio velike familije Epic Series utrka koja je dio grupacije Ironman. Veličanstvenost naših otoka je prepoznata sa strane rekreativnih i profesionalnih UCI vozača. Duh utrke, koji je bio i prije, ostao je isti, dok je sinergija sa utrkom Epic Series dala fantastičan rezultat uz pomoć 180 osoba iz produkcije koje su vrijedno radile kako bi natjecatelji dobili najviši nivo utrke. Njihovu sigurnost, dobre staze, odličan smještaj te mnogi drugi aspekti su bili ispunjeni na obostrano zadovoljstvo.

Ugovor s 4 Islands d.o.o. predviđen je na tri godine s godišnjim iznosom od 24.200 Eura (+ PDV) odnosno udjelom u troškovima regije od 22 %.

2.3.1.2.5. XCO LOŠINJ UCI C1

25.000 EUR

Predviđeni datum 28. /29. ožujka 2026.

Nakon uspješno održane prve utrke XCO na Lošinju u idućoj godini planiraju se dvije utrke kategorije C2 i C1 kako bi što više vozača ostvarilo dodatne bodove za predstojeće Olimpijske igre u Parizu.

Očekuje se oko 200 -300 vozača.

Riječ je o uređenju potpuno nove staze i organizaciji druge utrke na Lošinju u disciplini koja je također uključena u Olimpijske igre. Staza će se voziti duž Čikata u dužini kruga od cca 4 km te uključuje i prelazak rive u blizini hotela Bellevue. Natjecatelji voze nekoliko krugova, start je grupni. Olimpijska kros utrka bit će prve kategorije prema Međunarodnoj biciklističkoj uniji (UCI Class1), pa očekujemo oko 200 natjecatelja koji će se također boriti za dobivanje UCI bodova za nastup na Olimpijskim igrama.

2.3.1.2.6. Cres Lošinj Trail 31.10. /1.11.2026.

15.000 EUR

Utrka Cres & Lošinj trail (skraćeno CLT) je rekreativna trkačka utrka za sve generacije koja se 2024. godine uspješno održala po deseti put. Broj natjecatelja je bio najveći do sad te je na Lošinju nastupilo preko 1.100 ljudi dok je na Cresu nastupilo oko 500.

Trkači su dolazili iz 9 zemalja, najviše domaćih natjecatelja, a zatim Slovenci i Talijani. Koncept CLT-a je dovesti trkače na otoke i pokazati im prekrasne trkačke mogućnosti koje oni pružaju, te na taj način spojiti otoke Cres i Lošinj. Oba dana sastoje se od tri dužine: 8 km, 15 km i 23 km što omogućava svim razinama kondicije da nastupe na sebi ugodnoj dužini. Uz vrsne trkače koji se bore za postolja, na CLT dolaze brojne obitelji u potrazi za aktivnim vikendom i rekreacijom što je sjajan način za upoznavanje mladih s prirodom i aktivnostima u njoj, te je tako bilo i ovaj put.

Udruga Pokret odmora organizira već pet godina za redom najveći trkački događaj na otocima Cresu i Lošinju- Cres& Lošinj Trail Race.

Cilj utrke je povezati otoke Cres i Lošinj te uključiti što veći broj ljudi svih uzrasta u aktivan vikend u prirodi koji bi im pokazao ljepote obaju otoka.

2.3.1.2.7. Gastro festival Taste the Mediterranean

20.000 EUR

Predviđeni datum: 10.-13.9.2026.

Međunarodni susret svjetskih i domaćih vrhunskih chefova (Michelin, Gault&Millau, 50 Best), restoratera, hotelijera, stručnjaka iz područja turizma i gastronomije, te malih proizvođača hrane, vinara i maslinara, TTM će predstaviti i kuhinje drugih mediteranskih zemalja, a u prvom planu bit će priprema riba i plodova mora. Održati će se kulinarski masterclassovi za učenike srednje ugostiteljske škole u Malom Lošinju, kao i za domaće kuhare uz uključivanje lošinjski restorana, naravno uz najavu Kvarnera – Europska regija gastronomije.

2.3.1.2.8. Via Apsyrtides Trail stage

15.000 EUR-a

- Via Apsyrtides Stage Race je međunarodna petodnevna etapna trail utrka koja će se održati na otocima Cresu i Lošinju od 1. do 7. ožujka 2026.

Utrka ukupne dužine 155 kilometara prolazi u svojoj većini rutom staze Via Apsyrtides, a uključuje sljedeće etape:

- Etapa 1: Porozina - Cres (28,2 km / 1.040 m uspona)
- Etapa 2: Cres - Martinšćica (36,8 km / 1.040 m uspona)
- Etapa 3: Martinšćica - Nerezine (38,1 km / 940 m uspona)
- Etapa 4: Nerezine - Mali Lošinj (24,1 km / 700 m uspona)
- Etapa 5: Mali Lošinj - Mali Lošinj (26,4 km / 360 m uspona)
- Natjecatelji će se natjecati u tri kategorije: Muškarci (18+), Žene (18+), Parovi (18+).

Utrka je organizirana kao "full-service" te uključuje:

- smještaj u hotelu (polupansion) 1. - 7. ožujak 2026.
- piće dobrodošlice
- briefing prije svake etape
- prijevoz na start etape i povratak sa cilja etapa
- prijevoz torbe sa suhim stvarima svakog sudionika sa starta na cilj (brendiranu torbu natjecatelji dobivaju kao dio startnog paketa)
- ručak nakon utrke u cilju
- feed zone na svakoj etapi
- profesionalni medicinski tim
- nagrade i proglašenja pobjednika nakon svake etape
- fotografije s utrke
- video utrke

2.3.1.2.9. Advent na Lošinj

40.000 EUR-a

Datum: 6.12.2025. – 6.1.2026.

Najljepša božićna priča dolazi na otok vitalnosti, a sve otočane i goste očekuje raznovrstan provod prepun iznenađenja. Uz prigodne božićne kućice smještene na malološinjском gradskom trgu, Grad i Turistička zajednica Grada Malog Lošinja, u suradnji s brojnim partnerima pripremaju svakodnevna kulturno zabavna događanja namijenjena svim generacijama.

Kićenje borova, pa čak i podvodnih, zatim animacija za djecu, glazbeni, dramski, recitatorski, plesni i zabavni programi te humanitarne akcije, nogometni turniri, novogodišnje kupanje kazališne predstave – dio su Adventa na Lošinj.

Specifičnost lošinskog adventskog doba, kao i cjelokupnog božićno novogodišnjeg programa je humanitarna nota. Svi sudionici udružiti će svoje snage kako bi prikupili sredstva kroz različite akcije i aukcije i donirali ih u humanitarne svrhe, za zajednicu.

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

Predmet ovog financiranja su prikupljeni pisani prijedlozi o održavanju događanja na području Grada Malog Lošinja u 2026. godini, a koji će se financirati iz Programa rada Turističke zajednice grada Malog Lošinja za 2026.godinu.

Javni poziv za potporu događanjima bit će objavljen u veljači 2026.godine.

Sufinancirat će se događanja koja su organizirana od strane sportskih klubova, udruga, društava odnosno događanja koja se održavaju na području Grada Malog Lošinja. Prednosti pri sufinanciranju imat će događanja koja :

- doprinose unapređenju / obogaćivanju turističke ponude destinacije, Kvarnera i Hrvatske u cjelini
- imaju međunarodni karakter
- u kojima sudjeluje veći broj natjecatelja
- imaju termin održavanja u predsezoni, odnosno posezoni
- imaju nazočnost u medijima

Sredstva će se dodjeljivati temeljem dostavljenih prijava projekata i manifestacija na raspisani Javni poziv za sufinanciranje.

Cilj aktivnosti;

Promocija grada Malog Lošinja kao turističke destinacije, obogaćivanje kulturno-zabavne ponude i atraktivnosti grada kroz podupiranje i sufinanciranje organizacije manifestacija.

Nositelji aktivnosti i partneri; TZG Malog Lošinja, razne udruge, društva, organizacije	
Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:	70.000 EUR
Rokovi realizacije aktivnosti;	kontinuirano 2026.

2.4. Turistička infrastruktura

70.000 EUR

2.4.1. Outdoor Lošinj

Nastavak provođenje projekta u 2026.godini.

Uređenje i označavanje staza, izrada tiskanih karti, odmorišta i vidikovaca prema digitalnom prikazu na

<https://www.visitlostinj.hr/hike-bike.aspx>

Prilagodba staza podrazumijeva aktivnosti postavljanja standardizirane signalizacije projekta Kvarner Outdoor, označavanje staza, čišćenje, krčenje, uređenje i sve one aktivnosti koje će doprinijeti uređenosti i atraktivnosti staza.

U okviru **Outdoora Lošinja** planira se ;

2.4.1.1. Via Apsyrtides – nastavak projekta

20.000 EUR-a

VIA APSYRTIDES – označene otočne povijesne staza posebno osmišljenom oznakom koja se sastoji od stiliziranih slova V i A, što je kratica za Via Apsyrtides.

Cresko-lošinjsko otočje zvalo se u antičko doba zajedničkim imenom Apsyrtides te je taj naziv odabran za transverzalu koja se proteže od najsjevernije točke otoka Cresa, rta Jablanac, pa sve do rta Radovan, najjužnije točke otoka Ilovika

Planira se postavljanje interpretacijskih tabli duž cijele staze (na sjevernom djelu su već postavljene) tiskanje planinarske karte Via Apsyrtides, promidžbene aktivnosti. Via Apsyrtides, projekt je koji ima za cilj ima povezivanje javnog, privatnog i civilnog sektora pri razvoju kulturne baštine kroz zahvat uređenja transverzalne pješačke rute cresko-lošinjskog otočja u okvirnoj dužini od 150 km.

Planinarska transverzala *Via Apsyrtides* novi je turistički proizvod nastao kao plod suradnje turističkih zajednica otoka Cresa i Lošinja. Cilj je gostima stvoriti dodatni doživljaj otkrivanja do sada manje poznatog dijela otočja, uz revitalizaciju napuštenih pastirskih stanova i drugih objekata, stvaranja centara za posjetitelje (etno muzeji) te uređenja smještajnih objekata. Grad Mali Lošinj i Grad Cres već duži niz godinu vode se vizijom održivog razvoja i održivog turizma te upravo cjelogodišnjim i diversificiranim turističkim proizvodima otvaraju lokalnom stanovništvu dodatnu mogućnost prihoda, a samim time i ostanka u manje naseljenim mjestima.

S druge strane, razvojem projekata ovakve vrste i razvijanjem selektivnih oblika turizma, usmjeravaju se posjetitelji na skrivene potencijale ovog područja i pružaju im se nova znanja o resursima destinacije.

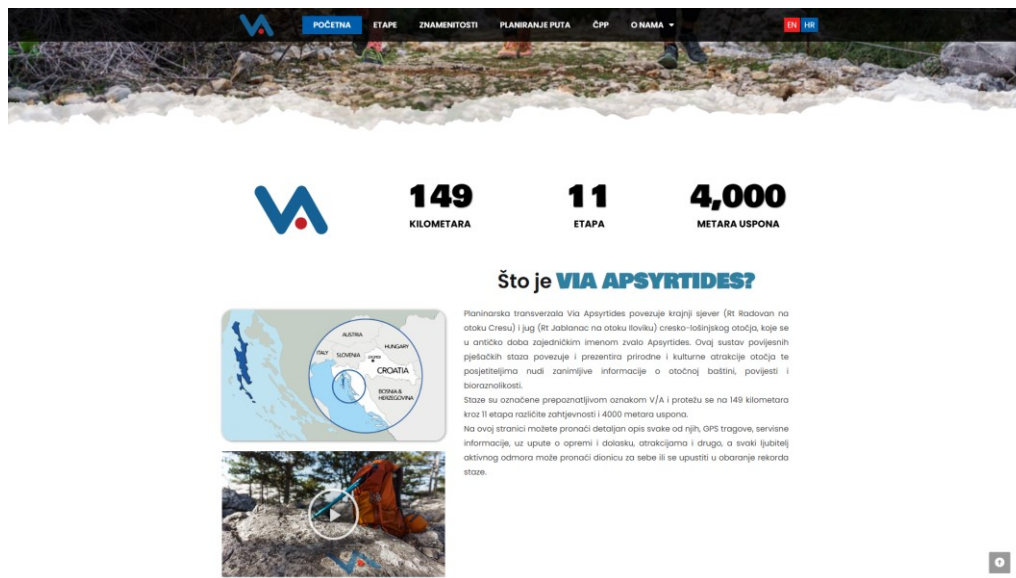
Označavanje otočnih povijesnih staza je realizirano posebno osmišljenom oznakom koja se sastoji od stiliziranih slova V i A, što je kratica za Via Apsyrtides.

Cresko-lošinjsko otočje zvalo se u antičko doba zajedničkim imenom Apsyrtides te je taj naziv odabran za transverzalu koja se proteže od najsjevernije točke otoka Cresa, rta Jablanac, pa sve do rta Radovan, najjužnije točke otoka Ilovika.

Ovim turističkim proizvodom povezat će se krajnji sjever i jug cresko-lošinjskog otočja te ponuditi posjetiteljima pregršt zanimljivih informacija o otočnoj baštini, povijesti i bioraznolikosti, postavljajući tako temelje za razvitak turizma duž čitave staze, naročito izvan ljetne sezone.

Kao cjelogodišnji turistički proizvod, većinom vezan za pred i posezonu, predviđamo da će u nekoliko prvih godina privući više tisuća posjetitelja koji će prohodati cijelu rutu ili njene pojedine dionice.

Planiraju se troškovi postavljanja interpretacijskih tabli, pripremanje materijala i sudjelovanje u ažuriranju web stranice www.viaapsyrtides.hr i promocije.



Doprinos strateškim ciljevima;

Rast turističkom prometa, diverzifikacija turističkog proizvoda, rast potrošnje gostiju, prepoznatljivost i vidljivost destinacije

Projekt Via Apsyrtides planiran je kroz stavke;

1. Nastavak projekta
2. Promidžbene aktivnosti
3. Objava Javnog poziva za uređenje dizajniranih skloništa duž rute što će pridonijeti većoj atraktivnosti staze
4. Uređenje ostalih staza
5. Vođenje društvenih mreža Via Apsyrtides



U 2026. se planira utrka Via Apsyrtides, dok će se kroz 2025. promovirati ova jedinstvena pustolovna utrka u trajanju od 5 dana dužine 149 km. Utrka je planirana u 2026. u ožujku.

Nositelji aktivnosti i partneri ;
TZG Malog Lošinja, TZG Cresa, OTRA
Potpora ; Grad Mali Lošinj, Grad Cres

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:	20.000 EUR
---	------------

Rokovi realizacije aktivnosti;	tijekom godine 2026.
--------------------------------	----------------------

2.4.1.2. Signalizacija, interpretacijske table	20.000 EUR
--	------------

2.4.1.3. Uređenje staza na području Nerezina i Punta Križe	30.000 EUR
--	------------

Nakon što je dovršen idejni projekt brdsko biciklističke staze Nerezine – Lopari -Osor u suradnji s Lošinjskom plovidbom turizam d.o.o. i tvrtkom MTB Klub Trbovlje za provedbu projekta uređenja pješačko-biciklističke trase na postojećem javnom putu dužine cca. 15 km od Nerezina – Halmac - AC Lopari – Tržić – Osor, planira se uređenje pješačko -biciklističke trase na tom području, kao i na području Punta Križe u suradnji s Komunalnim poduzećem i Lovačkim društvom „Halmac“

2.5. Podrška turističkoj industriji	70.000 EUR
-------------------------------------	------------

2.5.1. Javni poziv za sufinanciranje marketinških aktivnosti članica, pravnih subjekata	65.000 EUR
--	------------

Nastavljamo s konceptom koji će biti dodatna mogućnost članicama da unaprijede svoje marketinške mogućnosti.

Pored sufinanciranja kandidature udruženog oglašavanja, TZG Malog Lošinja podržat će i razne marketinške aktivnosti članica.

Objavit će se Javni poziv za sufinanciranje marketinških aktivnosti članica u 2026. godini. Predmet javnog poziva bit će marketinško oglašavanje destinacije, odnosno smještajne ponude i ostalih oblika turističke ponude. Nositelji kampanja oglašavanja su gospodarski subjekti a kampanju provode u suradnji s TZG Malog Lošinja.

Nositelji aktivnosti i partneri;	TZG Malog Lošinja, članice TZG Malog Lošinja
Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:	65.000 EUR
Rokovi realizacije aktivnosti;	kontinuirano 2026.

2.5.2. Podrška marketinškim aktivnostima – obiteljski smještaj

5.000 EUR

Kako bi se u skladu s trendovima unaprijedio način prezentacije, komuniciranja i dodatno promovirao privatni smještaj na području Lošinja, planiramo nastaviti s konceptom suradnje s privatnim iznajmljivačima u sklopu kojeg Turistička zajednica Grada Malog Lošinja objavljuje Javni poziv iznajmljivačima za prijavu programa financiranja marketinških aktivnosti iznajmljivača.

Razradit ćemo niz aktivnosti i pripremiti poziv koji ćemo provoditi tijekom godine.

Planira se održavanje edukacija, radionica za iznajmljivače i organizacija Forumu lošinjskih iznajmljivača– Inovativni privatni, Info dani za iznajmljivače.

Preuzima se trošak digitalnog izdanja časopisa Apartman plus namijenjenog obiteljskom smještaju.

TZG Malog Lošinja tradicionalno svake godine organizira akciju Lošinjski cvijet.

Svojim građanima Grad Mali Lošinj dijeli sadnice ukrasnog bilja, a svoju ponudu također će izlažu cvjećarnice po promotivnim cijenama. Glavni trg u Malom Lošnju ovom prilikom pretvara se u veliki cvjetni spektakl.

Nositelji aktivnosti i partneri;	TZG Malog Lošinja, iznajmljivači građani
Iznos potreban za realizaciju aktivnosti	5.000 EUR
Rokovi realizacije aktivnosti;	kontinuirano 2026.

3. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE

615.000 EUR

3.1. Definiranje brending sustava i brend arhitekture

3.2. Oglašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda 100.000 EUR

3.2.1. Kandidature udruženog oglašavanja 100.000 EUR

Turistička zajednica Grada Malog Lošinja podržat će dodatno i sufinancirati hotele, kampove u marketinškim kampanjama u suradnji s TZ Kvarnera u aktivnosti udruženog oglašavanja u 2026. godini.

Na temelju Javnog poziva TZ Kvarnera, članice će predložiti svoje media planove (Jadranka turizam d.o.o. i Lošinjska plovidba Turizam d.o.o.)

Očekuje se sudjelovanje u media planovima TZ Kvarnera s 25 % udjelom, gospodarski subjekti s 50 % i TZG Malog Lošinja s 25 %.

Pored sufinanciranja kandidature udruženog oglašavanja, TZG Malog Lošinja podržat će i razne marketinške aktivnosti članica.

3.3. Odnosi s javnošću; globalni i domaći PR 60.000 EUR

3.3.1. Globalni PR – posebni PR, posebne tematske kampanje po turističkim proizvodima

40.000 EUR

Posebni PR projekti, posebne tematske kampanje po turističkim proizvodima

Komunikacija s medijima i prenošenje informacija omogućava dodatnu vidljivost informacija o projektima i proizvodima za koje se provode promotivne i informacijske aktivnosti.

U 2026. će se provesti PR aktivnosti na hrvatskom i stranom tržištu u suradnji s PR agencijama, samostalno ili u suradnji s članicama.

TZG Malog Lošinja sudjeluje u raznim ostalim oblicima promocije, tijekom godine dolaze razne ponude za oglašavanjem u posebnim izdanjima u zemlji i regiji.

Nositelji aktivnosti i partneri;	TZG Malog Lošinja, PR agencije
Iznos potreban za realizaciju aktivnosti	40.000 EUR
Rokovi realizacije aktivnosti;	kontinuirano 2026.

3.3.2. Press clipping – suradnja s domaćim medijima

20.000 EUR

- Press clipping – domaći PR

Planira se praćenje press objava u suradnji s Presscutom i Medianetom, s novim ključnim riječima, video klipovima i radio isječcima.

- Suradnja s domaćim medijima ; specijalne radio i TV emisije

Otoci- net, Turizmoteka , HR turizam ugovori o suradnji na godišnjem nivou za oglašavanje

Radio Lošinj – Radio Jadranka -sufinanciranje na godišnjoj razini

TZG Malog Lošinja sudjeluje u raznim tiskovinama i ostalim oblicima promocije, tijekom godine dolaze razne ponude za oglašavanjem u posebnim izdanjima u zemlji i regiji.

Nositelji aktivnosti i partneri;	TZG Malog Lošinja, PR agencije, domaći mediji
Iznos potreban za realizaciju aktivnosti	20.000 EUR
Rokovi realizacije aktivnosti;	kontinuirano 2026.

3.4. Marketinške i poslovne suradnje

3.4.1. Udruženo oglašavanje u suradnji sa sustavom TZ Kvarnera 20.000 EUR

Turističke zajednice Kvarnera su izrazile spremnost da se i u 2026. godini nastavi s provođenjem zajedničkog media plana, ali u nešto većem iznosu od uloženog u 2025. godini, po svakoj subregiji.

Digitalna promotivna kampanja pokrenuta je u travnju 2025. godine, te je bila usmjerena na europska tržišta (Njemačka, Austrija, Italija, Slovenija i Nizozemska) s ciljem jačanja prepoznatljivosti regije kao cjelogodišnje, kvalitetne i autentične destinacije.

Kampanja je realizirana u suradnji s renomiranim medijskim partnerima i obuhvatila je prilagođeni sadržaj po tržištima, s naglaskom na raznolikost ponude i nadolazeću titulu Europske regije gastronomije 2026.

Svatko od vas je imao direktnu komunikaciju s agencijom u pripremi materijala, te vjerujemo da ste uspješno realizirali vizuale.

Ostvareni rezultati po tržištima:

Njemačka (DE):

Preko 6.3 milijuna impresija oglasa (native teaseri, display oglasi, programmatic)
 Preko 11.800 klikova na oglase (native teaseri, display oglasi, programmatic)
 Preko 16.000 čitanja članaka

Austrija (AT):

Preko 4.8 milijuna impresija (native teaseri, display oglasi, programmatic)
 Više od 43.000 klikova na oglase (native teaseri, programmatic, display oglasi)
 Preko 31.300 čitanja članaka
 Preko 78.000 impresija Facebook postova

Italija (IT):

Preko 18.000 impresija oglasa
 Preko 20.000 čitanja članaka

Slovenija (SLO):

Više od 2.000.000 impresija oglasa
 Preko 13.000 klikova na oglase
 Preko 14.000 čitanja članaka

Uz to, preko 18 milijuna impresija native oglasa putem Linkera i 10.000 klikova

Nizozemska (NL):

Preko 340.000 impresija video oglasa
 Više od 2.700 klikova na oglase

UKUPNI REZULTATI KAMPANJE:

Preko 30 milijuna impresija kroz sve kanale
 Više od 80.000 klikova na oglase
 Više od 79.000 čitanja članaka

Kampanja je ostvarila snažan medijski doseg, osobito na ključnim tržištima poput Njemačke i Austrije, što potvrđuje rastuću vidljivost i atraktivnost Kvarnera kao europske destinacije.

Osim tržišta Njemačke, Slovenije, Austrije i Italije, predlaže se kampanja u Poljskoj, Mađarskoj, Slovačkoj i Češkoj.

Nakon uspješne kampanje u 2025. za 2026. predložena su dodatna ulaganja te samim tim i snažnija digitalna prisutnost. Odabrana tržišta su ista kao i 2025. Njemačka, Austrija, Italija, Češka, Slovenija uz dodatak dva nova tržišta – Poljska i Mađarska.

Cilj kampanje jest pozicionirati sve uključene sub destinacije kao poželjna odredišta za odmor u 2026. i to na dva glavna načina;

- Kroz pričanje priče (storytelling) o destinaciji (Kvarner) u koju će biti uključena svaka subdestinacija
- Kroz dovođenje relevantnih korisnika na internetske stranice svake uključene sub destinacije

Nositelji aktivnosti i partneri;	TZG Malog Lošinja, TZ Kvarnera, HTZ
Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:	20.000 EUR
Rokovi realizacije aktivnosti;	kontinuirano 2026.

3.4.2. Promotivne kampanje sa strateškim partnerima 60.000 EUR

Destinacijska promotivna kampanja na njemačkom tržištu s ciljem jačanja awarenessa / brandinga destinacije i regije putem online oglašavanja na njemačkim portalima t-online, focus.de, web.de, sz.de i društvenim mrežama.

Planira se oglašavanje u jednom zajedničkom kanalu i u suradnji s TZG Cresa.

(Njemačka -kamping gosti)

Turistička zajednica Grada Malog Lošinja, u suradnji s članicama u destinaciji, planirat će promoviranje benefita Grada Malog Lošinja.

Kampanja se planira pokrenuti na području dviju najvažnijih njemačkih pokrajina za lošinski turizam -Baden-Württemberg i Bayern.

Proizvodi će se promovirati u medijima koji imaju visoku vjerodostojnost te velik doseg: t – online i web.de, s ukupno oko 400 milijuna posjeta mjesečno, te na najvećim i najutjecajnijim društvenim mrežama - Facebooku i Instagramu.

Glavni cilj kampanje je privući što veći broj potencijalnih turista, a budući da su outdoor aktivnosti, sigurnost i privatnost otkriveni kao najpoželjnije vrijednosti turista pri odabiru destinacije u 2024. godini, pri kreiranju promotivnih vizuala posebno će se naglasiti upravo ti benefiti otoka vitalnosti.

Kampanjom će se naglasiti prirodne činitelje – mikroklimu, više od 1018 biljnih vrsta, more visoke kakvoće, zrak prve kvalitete te brojni sunčani dani. Istaknut će se i wellness i wellbeing te aktivni odmor i outdoor.

Kampanja se planira u ožujku/ travnju/ svibnju / lipnju 2026.godine.

Nositelji aktivnosti i partneri;	TZG Malog Lošinja
Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:	60.000 EUR

3.5. Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice 100.000 EUR

Planiraju se sudjelovanja na posebnim prezentacijama i poslovnim radionicama koje organizira sustav TZ ili organizacija samostalnih prezentacija u suradnji s gospodarskim subjektima.

U 2026. godini Hrvatska turistička zajednica planira sudjelovati na **11 turističkih sajmov**, namijenjenih široj i/ili poslovnoj publici, kao i na specijaliziranim nautičkim sajmovima.

TZ Kvarnera će sudjelovati kao suizlagač HTZ-a na sajmovima;

Utrecht, Beč, Stuttgart, Muenchen i Rimini.

GRAD	SAJAM	TIP	DATUM 2026
Utrecht	Vakantiebeurs	Opći	8.-11.1.2026.
Beč	Ferien Messe	Opći	15.-18.1.2026.
Stuttgart	CMT	Opći	17.-25.1.2026.
Düsseldorf	BOOT	Nautika	17.-25.1.2026.
Madrid	FITUR	Opći	21.-25.1.2026.
München	f.re.e	Opći	18. - 22.2.2026.
Berlin	ITB	Opći	3.-5.03.2026.
Dubai	ATM	Opći	4.-7.5.2026.
Pariz	TOP RESA	Opći	23.-25.9.2026.
Rimini	TTG	Poslovni	7.-9.10.2026.
London	WTM	Opći	3.-5.11.2026.

U nastojanju prilagodbe novo rastućim trendovima digitalizacije, a i u cilju uvođenja ekološki prihvatljivih rješenja, Hrvatska turistička zajednica nastavlja s procesom digitalizacije na sajamskim nastupima. Želja je u narednom razdoblju sve više se okrenuti digitalnim medijima za davanje informacija putem QR kodova i time smanjiti udio tiskanih brošura. Za izradu QR koda potreban je aktivan link koji će voditi na web stranicu ili digitalne brošure u odgovarajućoj jezičnoj varijanti ovisno o tržištu na kojem se sajam odvija, odnosno potrebama posjetitelja sajma.

3.5.1. Presentacija Italija – Barcolana

3.5.2. Presentacije i sajmovi Austrija, Slovenija, Njemačka Srbija

3.5.3. Poslovne radionice u suradnji s dionicima i sustavom HTZ i TZ Kvarnera

3.6. Suradnja s organizatorima putovanja 80.000 EUR-a

3.6.1. Pružanje podrške u organizaciji studijskih putovanja novinara, predstavnika organizatora putovanja i agenata u suradnji s TZ Kvarnera, HTZ-om i članicama. Ova marketinška aktivnost slijedi smjernice ostalih aktivnosti TZG Malog Lošinja u skladu s prioritetnim tržištima posebice segmentima ponude (postojećim i onima koji se uvode na tržište), a koji produžuju sezonu i podižu kvalitetu usluge.

Odabir i prihvata studijskih grupa je kroz nekoliko kanala:

- U suradnji s HTZ-om i u suradnji s Predstavništvima HTZ -a
- Na poziv TZ Kvarnera u suradnji s PR agencijama
- U suradnji s članicama
- Ostale studijske grupe novinara

Prihvata i boravak novinara u Malom Lošnju organizira se uz suorganizaciju i financijsku potporu gospodarskih subjekata u destinaciji, TZ Kvarnera, Hrvatske turističke zajednice.

NOSIOCI AKTIVNOSTI; Turistička zajednica Grada Malog Lošinja, Grad Mali Lošinj, članice TZ, Hrvatska turistička zajednica, TZ Kvarnera

ROK IZVRŠENJA: Siječanj - prosinac 2026.

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti; 80.000 EUR

3.7. Kreiranje promotivnog materijala (Izrada i distribucija informativnih materijala)

3.7.1. Image katalog Cres Lošinj

U 2025. su obavljene pripremne aktivnosti za zajednički Image Katalog Cres -Lošinj.

- naslovna fotografija - svaki jezik različita fotografija

- naglasak na proizvode, a ne predstavljanje svakog mjesta posebno:

Lošinj: sunce & more (tirkizne plaže), očuvana priroda (stoljetna borova šuma, zelen otok), outdoor (brojne mogućnosti bavljenja sportom na otvorenom - Hike & Bike, sportovi na vodi (SUP, surf, ronjenje, izleti), relax & enjoy (wellness & wellbeing, event), gastro (Michellin menu + lokalna kuhinja

Cres: sunce & more (prekrasne plaže, kristalno čisto more, Plava grota, marina), netaknuta priroda (Tramuntana, Vransko jezero, maslinici, supovi, ovce, ljekovito bilje – cijeli otok se može promatrati kao botanički vrt), outdoor (brojne mogućnosti bavljenja sportom na otvorenom - Hike & Bike, sportovi na vodi s posebnim naglaskom na jedrenje (SUP, surf, ronjenje, izleti), baština (ne o svakom mjestu, ali kratki pregled što se od strane kulturno – povijesne baštine može vidjeti na otocima), domaći proizvodi i lokalni ljudi (med, sir, proizvodi od vune, ulje, janjetina i dr., a lokalni ljudi kao najbolji ambasadori destinacije i odlični domaćini), lokalna kuhinja (jednostavna, bazirana na lokalnim namirnicama, ali iznimno ukusna), zabava i event (posebno event bazirani na prirodnim resursima, gastronomiji, kulturi i tradiciji)
Cres, no stress island.

- iskomunicirati green & respect poruke za oba otoka (npr. nošnja sa Suska, masline i vuna s Cresa, leše, očuvanje prirode itd.,) / Be green, keep it clean pravila ponašanja

- ikone za brojke ostaju za oba otoka (kilometri šetnica, sunčani dani, broj stanovnika itd.)

- izraditi zajednički vizualni znak, a što se tiče logotipa, uz HTZ i TZK idu logotipi Cresa i Lošinja

Format: A4, 28 stranica + omot.

Poruka koju želimo poslati: Prekrasni otoci, prepuni doživljaja i ljepota, koji posjetiteljima nude sve potrebno za savršen odmor i otpuštanje stresova uzrokovanih svakodnevnim životom, ali uz visoku razinu odgovornosti prema destinacijama koje su jedan od predvodnika održivog razvoja.

3.7.2. Karta šetnica, pješačkih staza -reprint

3.7.3. Plan grada (Mali Lošinj, Veli Lošinj, Nerezine)

3.7.4. Letak plaža, gastro, event

3.7.6. Karte manjih otoka Susak, Ilovik, Unije

3.7.8. Ostali promidžbeni materijal

3.7.11. Suveniri – razni za potrebe novinara

Nabavljaju se razni suveniri, promidžbene košarice s lokalnim lošinjskim proizvodima, vino, med, maslinovo ulje, prigodne šalice i lončići, kemijske olovke i ostali suveniri.

Nositelji aktivnosti i partneri;	TZG Malog Lošinja
Iznos potreban za realizaciju aktivnosti	70.000 EUR
Rokovi realizacije aktivnosti;	kontinuirano 2026.

3.8. Internetske stranice 30.000 EUR

3.8.1. Upravljanje određenim sadržajem na internetskim stranicama visitlostinj.hr

Izvršit će se manji redizajn stranica, novi tekstovi sa manje informaciji .

TZG Malog Lošinja će redovito održavati, ažurirati web stranicu visitlostinj.hr.

3.8.2. Razvoj i održavanje internetskih stranica

Planiramo prijevod sadržaja, aktualiziranih informacija i drugih raznih sadržaja koji se planiraju za stranicu visitlostinj.hr.

3.8.3. Održavanje web kamera na stranici visitlostinj.hr

Održavanje web kamera u Malom Lošinju, Velom Lošinju, Osoru i Nerezinama, na otocima Susak, Unije, Ilovik

Postavljene kamere u Malom Lošinju, Velom Lošinju, Nerezinama, Osoru i na otocima Ilovik, Unije i Susak u suradnji s Live Cam Croatia.

Planirani troškovi su usmjereni na njihova održavanja.

3.9. Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka 40.000 EUR

3.9.1. Proizvodnja multimedijalnih materijala, fotoarhiv, video klipovi, teaseri

Planira se nastavak suradnje s lokalnim fotografima kroz otkup fotografija, izradu video klipova.

TZG Malog Lošinja obnavlja i popunjava fotoarhiv, video i audio materijale.

Plan je dogovoriti s lokalnim fotografima kratka videa i snimke po temama(jesen, ljeto, zima, proljeće, outdoor, ljudi, romantika, životinje, priroda, vrata, detalji i sl.)

3.9.2.Otkup fotografija

Planiraju se otkupi fotografija po temama, ugovori s fotografima.

3.10. Turističko informativne aktivnosti 55.000 EUR

3.10.1. Upravljanje TIC-evima – Mali Lošinj 25.000 EUR

Turistički ured TZG Malog Lošinja podijeljen je dva dijela, prvi dio se odnosi na visitor centar, dok se u drugom djelu nalaze ostali zaposlenici na drugim radnim zadacima. U ovoj grupi aktivnosti planiraju se troškovi djelatnika u visitor centru TIC-u Mali Lošinj tijekom cijele godine.

TIC Mali Lošinj nalazi se u Turističkom uredu

Nositelji aktivnosti i partneri;	TZG Malog Lošinja
Iznos potreban za realizaciju aktivnosti	25.000 EUR
Rokovi realizacije aktivnosti;	kontinuirano 2026.

3.10.2. Postavljanje infopunktova te postavljanje i održavanje turističke signalizacije

(city light, info table)

Izmjena folija na city light-u, osiguranja, održavanje.

Planiramo češće mijenjati folije radi ažurnosti događanja i informacija na city-lightu.

Nositelji aktivnosti i partneri;	TZG Malog Lošinja
Iznos potreban za realizaciju aktivnosti	30.000 EUR
Rokovi realizacije aktivnosti;	kontinuirano 2026.

4. DESTINACIJSKI MENADŽMENT 94.000 EUR

4.1. Turistički informacijski sustav i aplikacije /eVisitor

4.2. Stručni skupovi i edukacije

4.2.1. Edukacije i predavanje za privatne iznajmljivače 8.000 EUR

Planiraju se edukacije i predavanja vezano za upoznavanje iznajmljivača s novim zakonskim odredbama u 2026. godinu vezano za planirane izmjene Zakona o ugostiteljskoj djelatnosti.

4.2.2. Poslovna izvrsnost u turizmu

10.000 EUR

Sustav nagrađivanja, priznanje postignućima u turizmu -Poslovna izvrsnost u turizmu

Nagrade i priznanja u okviru projekta naj djelatnik – Čovjek ključ uspjeha

- Dodjelu organizirati za Svjetski dan turizma 27.09. uz prezentacije po određenoj temi
- Nagraditi inovacije, novitete u ponudu, određeni program, izlet, doživljaj
- Nagraditi naj učenike po uspjehu u školi, sudjelovanju na tematskim natjecanjima,
- Dodjela nagrada naj djelatnicima: lokalno, regionalno, nacionalno

Nositelji aktivnosti i partneri;	TZG Malog Lošinja
Iznos potreban za realizaciju aktivnosti	10.000 EUR
Rokovi realizacije aktivnosti;	kontinuirano 2026.

4.2.3. Program „Upoznaj Apsyrtides „

6.000 EUR

S ciljem upoznavanja otočja, Turistička zajednica Grada Malog Lošinja planira tijekom ožujka i travnja organizirati jednodnevne edukativne izlete za turističke dionike pod zajedničkim nazivom „Upoznaj Apsyrtides“.

Planiraju se neke nove lokacije –Nerezine, Torač (Ćunski)...

Intencija je uključiti što više dionika različitih profila i djelatnosti da se svi upoznaju s ponudom i atrakcijama otoka i da znaju preporučiti gostima.

4.3. Koordinacija i nadzor

4.3.1. Sustav upravljanja razvojem turizma – Partnersko vijeće destinacijskih dionika vezano za Plan upravljanja destinacijom Mali Lošinj

5.000 EUR

Nakon donošenja Plana upravljanja destinacijom Mali Lošinj planiraju se koordinacije Partnerskog vijeća koje će nadzirati i koordinirati svim aktivnostima provođenja Plana upravljanja u 2026. godini kao i izvještavati nadležna tijela.

4.3.2. Suradnja s obrazovnim institucijama, javnim i civilnim sektorom

8.000 EUR

TZG Malog Lošinja nastavlja suradnju s ostalim dionicima u destinaciji vezano za sufinanciranje programa.

Plavi svijet

Sufinanciramo program Dolphin Watching Udruge Plavi svijet obzirom na prepoznatljivost i sastavni dio programa boravka studijskih grupa i novinara, posjet Lošinjskom edukacijskom centru o moru, razne edukacije i radionice.

Lošinjski muzej

Muzej Apoksiomena je nezaobilazna točka programa prihvata novinara i studijskih grupa, pa tako TZG Malog Lošinja najavljuje i organizira razgled muzeja u suradnji s članicama.

S Lošinjskim muzejom se sklapa ugovor o suradnji vezano za organizaciju prihvata gostiju.

Suradnja s Osnovnom školom Maria Martinolića ,sa Srednjom školom Ambroza Haračića i Dječjim vrtićem Cvrčak

4.4. Upravljanje kvalitetom u destinaciji 10.000 EUR

TrustYou – izvještaj kvalitete i online reputacije - suradnja u projektu IQM

Nastavak rada na projektu IQM uključuje;

1. Ocjena kvalitete za destinaciju u cijelosti.
2. Benchmarking između IQM destinacija u Hrvatskoj.
3. Ocjena kvalitete po grupama dionika (hoteli, kampovi, ugostitelji, atrakcije, privatni smještaj....).
4. Svaki dionik IQM Destination LOŠINJ dobiva svoj individualni izvještaj sa analizom elemenata zadovoljstva/negativnih elemenata usluge ili proizvoda (sentimenti).
5. Svakom dioniku se u izvještaju može postaviti benchmark (usporedba sa 6 konkurenata u Hrvatskoj i svijetu), sukladno iskazanom interesu dionika.
6. IQM Destination tim daje savjete svakom dioniku o mjerama poboljšanja reputacije i usklađivanja sa destinacijskom kvalitetom
7. Mogućnost dobivanja periodičnih izvještaja (npr. mjesečno), već prema potrebi dionika.
8. Postaviti sustav mjerenja TrustYou za do 150 dionika ukupno.
10. Daljnji razvoj, promocija i umrežavanje sa IQM Pass - Welcome cardom
11. Marketing analize za sve nove dionike IQM Destination LOŠINJ s naglaskom na destinacijsku promociju - svih projekata i tema koje provodi Turistička zajednica, te savjetima za implementaciju. Navedenim se stvara visoki učinak multipliciranja vidljivosti projekta TZ GML kod svakog dionika.

12. Predstavljanje rezultata IQM Destination LOŠINJ krajem godine s analizom rezultata i planom razvoja integralnog upravljanja kvalitetom u sljedećim godinama. TZG Malog Lošinja nagrađuje najbolje dionike po kvaliteti proizvoda i usluga certifikatima IQM Destination. Mjerenje kvalitete TZ GML radi protekle 4 godine kao lider u turizmu Hrvatske. U međuvremenu su prema primjeru Lošinja i ostale Turističke zajednice Hrvatske krenule s mjerenjem online reputacije i kvalitete u destinaciji.

Nositelji aktivnosti i partneri; TZG Malog Lošinja, članice u destinaciji, Feel IQM, Interligo

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti	10.000 EUR
Rokovi realizacije aktivnosti;	kontinuirano 2026.

4.5. Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša

4.5.1. Lošinjski cvijet – akcija za ljepši i čišći Lošinj 12.000 EUR

U 2026. planira se podjela sadnica iznajmljivačima u okviru akcije Lošinjski cvijet – akcija za ljepši i čišći Lošinj.

Ovu manifestaciju se održava još od 2006. godine s idejom da se pomogne stanovnicima i iznajmljivačima urediti vrtove i okućnice. U 19 godina, koliko „Lošinjski cvijet“ broji, podijelili smo otprilike 15 tisuća sadnica ukrasnog bilja, citrusa i drugog. Svjesni svoje okoline, svake godine stavljamo dodatni naglasak na uređenje destinacije, programe zaštite okoliša, uređenje i čišćenje starih putova, podmorja i obalnog dijela naših otoka.

Slijedom navedenog u travnju na više lokacija otoka Lošinja održat će se velika dvodnevna eko akcija „More zna, otok pamti“ u kojoj nekoliko stotinjaka ronioca, volontera i građana zajedničkim snagama uklanja otpad s lošinjskog podmorja i obala, s ciljem podizanja svijesti javnosti o problemu otpada na morskom dnu te obali i plažama, kao i promicanja održivih rješenja za očuvanje morskog okoliša.

4.5.2. Eko akcija „More zna-otok pamti“ 5.000 EUR

4.5.3. Ekološke akcije čišćenja plaža 10.000 EUR

U dogovoru s Mjesnim odborima, Gradom Mali Lošinj, Komunalnim uslugama Cres Lošinj, udrugama dogovarat će se ekološke akcije čišćenja plaža i uvala.

4.5.4. GREEN LOŠINJ

Grad Mali Lošinj je od 2016 godine član TOP 100 zelenih destinacija svijeta te nositelj **GOLD AWARD**. Tijekom 2024 godine radilo se novo certificiranje destinacije za period od 2024 – 2026. Također planira se organizacija eventa u sklopu Green destinations Good travel Program. Uz ove programe certificiranja nastavljamo s programom

GREEN LOŠINJ

Respect island's nature & traditions

Termin: cjelogodišnje

Mali Lošinj jedina je hrvatska destinacija unutar organizacije TOP 100 zelenih destinacija svijeta nositelj je GOLD AWARD to certify its attractiveness, quality and efforts for sustainability. Green Lošinj obuhvaća niz projekata i publikacija u očuvanju tradicije i prirode otoka, održivog i odgovornog ponašanja (kriteriji održivosti GSTC), ETIS, Crosto, ankete lokalnog stanovništva, Thomas istraživanje, vodič po otoku Respect Lošinj, usvojenje plaže, „zelene patrole“, podjela sadnica, markica izvornosti Lošinj Local products i dr. Green Destination Lošinj

TZG Malog Lošinja u svom usmjerenju održivog poslovanja definira aktivnosti kako slijedi;

Aktivnosti definirane kroz Green Destination; organizacija edukacija/radionica za dionike destinaciji (uključujući vrtiće i škole), organizirati nagrade i certifikate za održivo poslovanje (prema 17 Svjetskih ciljeva).

Dijeljenje UNWTO, Green Destination i drugih informacija s dionicima u vlastitom newsletteru

Izrada online vodiča za održivo bavljenje turizmom (za iznajmljivače) – uz popratne primjere održivih poruka u objektima

- Izrada smjernica o smanjenju buke
- Izrada smjernica o invazivnim vrstama
- Postavljanje informacija o pravilnom načinu ponašanja na plaže, šetnice, u šume itd.
- tijekom cijele godine educirati putem mreža (videa, poruke, highlightsi), weba i sl.
- na sve tiskane materijale dodati Respect
- plaže i priroda - green poruke, dijeliti pepeljare, vrećice i sl.
- praćenje najnovijih turističkih održivih trendova i pravovremeno informiranje dionika

Respect island' nature / traditions

U suradnji s udrugama, klubovima, organizacijama pokrenuti program „usvajanja plaže“ i pokretanje inicijative za formiranje „zelene patrole“ koja bi u prirodi upozoravala i sprječavala devastaciju morskog i kopnenog okoliša.

U sklopu projekta Lošinjski lokalni proizvodi planiramo sufinanciranje marketinških djelatnosti nosiocima obrta i suradnju vezano za sudjelovanje na događanjima.

U suradnji s Gradom Malim Lošinjem i nadležnim tijelima angažiranje dodatnih komunalnih redara ili pomoćnih turističkih inspektora radi bolje nadzora ilegalnog kampinga, zaštite od požara, evidentiranja posjetitelja, prijavljivanja gostiju u vikend kućama i dr.



4.5.4.1. Certificiranje destinacije Mali Lošinj

15.000 EUR

Nakon provedenog certificiranja destinacije Mali Lošinja 2024. , u 2026. planiramo nastavak aktivnosti edukacija.

Standard Green Destinations je alat za mjerenje, praćenje i poboljšanje održivosti profila destinacija i regija. Odredišta diljem svijeta mogu prilagoditi svoju održivost sustava upravljanja i radnje prema zahtjevima standarda Green Destinations i dobiti priznanje za njihov trud.

Proces razvoja, primjene i priznavanja GSTC standarda nadzire Green Odbor za standarde odredišta – skupina predstavnika, revizora i ostalih članova.

Zemljopisni opseg standarda je globalan: može se primijeniti na bilo koje odredište.

Konceptualni opseg standarda odnosi se na turistički sektor destinacije.

Stoga, utjecaji koji su obrađeni i uključenih dionika, trebali bi biti povezani sa sektorom turizma.

Standard Green Destinations primjenjuje se za programe certifikacije.

www.greendestinations.org

Sustav online procjene i izvješćivanja www.greendestinations.eu postavljen je na takav način da zemlje, regije i postojeći ili novi programi certifikacije ili razvoja održivosti mogu koristiti standard Green Destinations i njegov sustav izvješćivanja.

Nositelji aktivnosti i partneri; TZG Malog Lošinja, Grad Mali Lošinj, gospodarski subjekti, udruge

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti; 15.000 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti kontinuirano 2026.

4.5.4.2. Respect Lošinj -online edukacije

5.000 EUR

5. ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA**8.000 EUR**

5.1. Međunarodne strukovne i slične organizacije 6.800 EUR

5.1.1. UNWTO 2.700 EUR

TZG Malog Lošinja je pridružena članica UNWTO od 2009.godine.

Za potrebe Svjetske turističke organizacije, Turistička zajednica Grada Malog Lošinja sudjeluje kroz:

1. Pisanje Case study-a (Studija slučaja) o različitim temama – od gastronomije, održivom razvoju i sl. ovisno koji Globalni izvještaj UNWTO-a se priprema
2. Ispunjavanje različitih anketa
3. Davanje prijedloga o programu rada za naredne godine
4. Prijava na UNWTO nagrade za izvrsnost u inovacijama u turizmu

5.1.2. Green destinations 2.875 EUR

Grad Mali Lošinj je od 2016. godine član TOP 100 zelenih destinacija svijeta te nositelj Gold Award-a.

U ovoj stavci aktivnosti planirana je godišnja članarina.

5.1.3. Članstvo u organizaciji Napoleonski putevi 1.225 EUR

5.2. Domaće strukovne i slične organizacije 1.200 EUR

5.2.1. Klaster zdravstvenog turizma

TZG Malog Lošinja je članica Klastera zdravstvenog turizma Kvarnera, kao destinacija zdravstvenog turizma u suradnji s destinacijama Opatijske rivijere i Crikvenice promovira se u segmentu zdravstvenog turizma kao regija Kvarner.

Nositelji aktivnosti i partneri;	TZG Malog Lošinja,
Iznos potreban za realizaciju aktivnosti	8.000 EUR
Rokovi realizacije aktivnosti;	kontinuirano 2026.

6. ADMINISTRATIVNI POSLOVI - ukupno planirano 332.000 EUR

6.1. Plaće 227.000 EUR

6.1.1. Plaće zaposlenika Turističkog ureda

U Turističkom uredu je zaposleno 7 djelatnika na radnim mjestima;

1. Direktor
2. Voditelj poslova
3. Stručni suradnik I – Marketing manager
4. Stručni suradnik II – Administrator
5. Stručni suradnik I – Event manager
6. Stručni suradnik I - Experience manager- Sustainability coordinator
7. Stručni suradnik I – PR manager

Planirani rashodi za zaposlene obuhvaćaju plaće djelatnika i sve ostale primitke sukladno sklopljenom Ugovoru o radu i Zakonu o radu.

Turistički ured će tijekom 2026.godine

- Provoditi zadatke utvrđene Programom rada TZG Malog Lošinja
- Obavljati stručne i administrativne poslove u vezi s pripremom sjednica, te izradom i izvještavanjem akata tijela
- Obavljati pravne, financijske i knjigovodstvene poslove, kadrovske i opće poslove evidencije i statističkih podataka sukladno aktualnim propisima i aktivnostima
- Izraditi analize, informacije i druge materijale za potrebe tijela Turističke zajednice
- Davati tijelima TZ i drugim zainteresiranim stručna mišljenja iz djelokruga TZ
- Obavljati i druge poslove koje odrede tijela TZ
- Ured će kontinuirano surađivati sa sustavom Turističkih zajednica, Ministarstvom turizma i sporta, Gradom Malim Lošinjem, članicama TZ, Državnim inspektoratom i ostalim institucijama javnog i privatnog sektora
- Direktor TZG Malog Lošinja zastupa TZG Malog Lošinja, organizira i rukovodi radom i poslovanjem Zajednice, provodi odluke Turističkog vijeća i u granicama utvrđenih ovlasti odgovoran je za poslovanje i zakonitost rada Zajednice.

Nositelji aktivnosti i partneri;	TZG Malog Lošinja,
Iznos potreban za realizaciju aktivnosti	227.000 EUR
Rokovi realizacije aktivnosti;	kontinuirano 2026.

6.2. Materijalni troškovi 89.000 EUR

U ovoj grupi rashoda planirani su svi ostali prateći troškovi Turističkog ureda, rashodi za komunalne i intelektualne usluge, uredski materijal, materijal za održavanje i energiju, troškovi stručnog usavršavanja djelatnika, financijske i ostale rashode neophodne za obavljanje djelatnosti te rashode nabavke osnovnih sredstva.

6.2.1. Naknade troškova radnicima (dnevnice, putni nalozi, paušal za podmirivanje troškova prehrane)

6.2.2. Rashodi za usluge

6.2.2.1. Usluge telefona, pošte i prijevoza

6.2.2.2. Usluge tekućeg i investicijskog održavanja

6.2.2.3. Komunalne usluge

6.2.2.4. Zakupnine i najamnine

6.2.2.5. Ostale usluge

6.2.3. Rashodi za materijal i energiju

6.2.4. Ostali nespomenuti materijalni rashodi

6.2.4.1. Premije osiguranja

6.2.4.2. Reprezentacija

6.2.4.3. Članarine, kotizacije i ostalo

6.2.5. Rashodi amortizacije

6.2.6. Financijski rashodi

6.2.7. Ostali rashodi

Nositelji aktivnosti i partneri;	TZG Malog Lošinja
Iznos potreban za realizaciju aktivnosti	89.000 EUR
Rokovi realizacije aktivnosti;	kontinuirano 2025

6.3. Tijela turističke zajednice 4.000 EUR

6.3.1. Troškovi zakupa prostora za potrebe održavanja sjednica tijela turističke zajednice i ostali troškovi vijeća. Rad članova tijela (Turističko vijeće i Radna skupina za nadzor) se honorira.

Plan održavanja sjednica;

Skupština	2 sjednice (ožujak, prosinac)
Turističko vijeće	7 sjednica -tijekom godine

Nositelji aktivnosti i partneri;	TZG Malog Lošinja
Iznos potreban za realizaciju aktivnosti	4.000 EUR
Rokovi realizacije aktivnosti;	kontinuirano 2026.

6.4. Informatizacija

6.4.1. Nabava nove informatičke opreme	1.500 EUR
6.4.2. Održavanje postojećih programa i opreme	6.000 EUR
6.4.3. Održavanje financijskog softvera	4.500 EUR

Nositelji aktivnosti i partneri;	TZG Malog Lošinja
Iznos potreban za realizaciju aktivnosti	12.000 EUR
Rokovi realizacije aktivnosti;	kontinuirano 2026.

7.REZERVA 40.000 EUR

Predviđena su sredstva za osiguranje likvidnosti u izvanrednim okolnostima, te financiranja neplaniranih aktivnosti (Odlukom Turističkog vijeća moguća je alokacija sredstva rezerve na ostale pojedinačno planirane aktivnosti ili nove aktivnosti).

Nositelji aktivnosti i partneri;	TZG Malog Lošinja
Iznos potreban za realizaciju aktivnosti	40.000 EUR
Rokovi realizacije aktivnosti;	kontinuirano 2026.

SVEUKUPNO PLANIRANO 1.866.000 EUR

Turistički ured, studeni 2025.

Prilog; Financijski plan TZG Malog Lošinja za 2026. godinu