



IZVJEŠĆE O RADU DIREKTORA  
TURISTIČKE ZAJEDNICE ŠIBENSKO-KNINSKE ŽUPANIJE

-2023.-

Direktor:  
mr.sc. Krešimir Šakić

---

Šibenik, veljača 2024. godine

## I. UVOD

Turistička 2023. godina u Šibensko-kninskoj županiji obilježena je sljedećim činjenicama:

2023. godina je u dvanaest mjeseci polučila dobre rezultate

u razdoblju od siječanja do prosinca zabilježeno je 1.052.247 dolazaka i 6.568.711 noćenja, što je 2,97% više u dolascima i 2,76 % manje u noćenjima u odnosu na isto razdoblje prošle godine pri čemu su najviše udio noćenja ostvarili gosti iz Njemačke (16,28%), Poljske (9,87%), Slovenije (9,22%), Češke (7,72%), Slovačke (6,55%), Austrije (5,61%) i Mađarske (4,37%).

## II. ADMINISTRATIVNI MARKETING

U svom djelovanju Turistička zajednica Šibensko-kninske županije surađuje s Hrvatskom turističkom zajednicom, 17 turističkih zajednica gradova, općina i mjesta, te koordinacijom regionalnih turističkih zajednica (TZ Zadarske županije, TZ Splitsko-dalmatinske županije, TZ Dubrovačko-neretvanske županije i TZ Ličko senjske županije), Ministarstvom turizma i sporta, Šibensko–kninskom županijom, Hrvatskom gospodarskom komorom, Obrtničkom komorom, Kamping udrugom Hrvatske, ostalim županijskim turističkim zajednicama, hotelskim kućama, turističkim agencijama, jedinicama lokalne samouprave, medijima i dr.

Turistička zajednica Šibensko-kninske županije obavlja stručne i administrativne poslove. Sukladno Pravilniku o djelokrugu, organizaciji, sistematizaciji i unutarnjem ustrojstvu Turističke zajednice Šibensko-kninske županije, u cilju stručnog, kvalitetnog, pravovremenog i odgovornog izvršavanja poslova Zajednice, utvrđenih člankom 59. Pravilnika, u Turističkoj zajednici ustrojena su sljedeća radna mjesta:

- Direktor Zajednice
- Pomoćnik direktora za razvoj i sustav TZ
- Pomoćnik direktora za operativni marketing
- Pomoćnik direktora za financije i računovodstvo
- Stručni suradnik za promociju i studijska putovanja.

Direktor Turističke zajednice Krešimir Šakić. Na radnom mjestu pomoćnika za razvoj i sustav TZ poslove obavlja Ivana Lušić. Pomoćnik direktora za operativni marketing je Ines Ljubić. Pomoćnik direktora za financije i računovodstvo Katarina Aleksić. Stručni suradnik za promociju je Nikolina Staničić Petković. Zaključno, Turistička zajednica Šibensko-kninske županije trenutno zapošljava direktora i 4 djelatnice.

Turistička zajednica administrativno vrši pripremne radnje za održavanje sjednica Tijela zajednice. U razdoblju siječanj –prosinac 2023. godine održane su:

- 2. sjednice Skupštine (29. ožujka i 15. prosinca).
- 4. sjednice Turističkog vijeća (29. ožujka, 23. svibnja, 13. listopada i 15. prosinca).

### III. KOORDINACIJA DJELOVANJA I NADZOR IZVRŠAVANJA CILJEVA I ZADAĆA TZ GRADOVA, OPĆINE I MJESTA NA PODRUČJU ŽUPANIJE

Turistička zajednica županije ima obvezu koordinirati djelovanje i nadzirati izvršavanje zadaća i ciljeva lokalnih turističkih zajednica. U 2023. godini održane su tri koordinacije s direktorima lokalnih TZ.

Prva koordinacija je održana četvrtak 30.03.2023. u 12,30 sati u Vinariji MI, Podglavica, Rogoznica, uz sljedeći dnevni red:

- Pripremne aktivnosti za nadolazeću turističku sezonu
- Zajednički projekti
- Tekuća problematika

Druga koordinacija je održana 27. 09. 2023. u Kninskom muzeju, uz dnevni red:

- Radionica „Koordinacija rada sustava TZ na području Šibensko-kninske županije“, dr. Hrvoje Kenfelj
- Realizacija zajedničkih projekata
- Tematske staze
- izrada Strategije turizma Šibensko-kninske županije do 2030. godine
- Predstavljanje projekta Voda malih divova (Natalija Krešić/Tina Vickov)
- Razno

Treća Koordinacija je održana 27.10.2023. u Presentacijskom centru Betina, uz slijedeći dnevni red:

Radionica „Turističke zajednice na društvenim mrežama“, Ana Penović (Jasno i glasno d.o.o.)

Zajedničke aktivnosti TZ-a s područja ŠKŽ

Tematske staze

Izrada Strategije turizma Šibensko-kninske županije do 2030. godine - radionice

Prezentacija novog promotivnog filma TZ ŠKŽ

Razno

## I. IZRADA STRATEGIJE TURIZMA ŠIBENSKO-KNINSKE ŽUPANIJE

U 2023. godini pokrenuta je izrada Strategije turizma Šibensko-kninske županije. Kako je trenutno važeći Master plan turizma donesen izrađen 2017. godine s perspektivom do 2020., stvorili su se uvjeti i potreba za izradom novog strateškog dokumenta koji bi sagledao realizirano i definirao nove pravce razvoja. Također, kod osmišljavanja projektnog zadatka anticipirala se buduća obaveza koja će proizaći iz novog Zakona o turizmu, a koja se odnosi na potrebu izrade plana upravljanja destinacijom te je ugovoreno da se kao završni dio strategije izradi Plan upravljanja destinacijom sukladno metodologiji koja će biti propisana pravilnikom koji će se donijeti temeljem Zakona. Suradnja na ovom projektu ugovorena je s Institutom za turizam, a u 2023. je odrađen terenski obilazak te prvi krug radionica s dionicima. Dovođenje izrade ovog strateškog dokumenta planiran je kroz 2024. godinu.

## II. PROJEKT UVOĐENJA QL (QUALITY LABEL) PRIVATNOG SMJEŠTAJA

Zbog značaja i specifičnosti privatnog smještaja Šibensko kninske županije, te činjenice kako se povećanjem kvalitete smještaja u postojećim kapacitetima i podizanjem razine usluga mogu stvoriti preduvjeti za produženje glavne sezone, TZ Šibensko-kninske županije je u suradnji sa sustavom lokalnih turističkih zajednica pokrenula projekt Označavanja kvalitete (labelling) u obiteljskom smještaju pod marketinškim imenom „Like HOME“. Riječ je o skupini standarda i mjerila kojima se želi stvoriti nova osnova za povezivanje nositelja obiteljskog smještaja te o nadopuni postojećeg sustava kategorizacije s ciljem povećanja konkurentnosti i razine kvalitete apartmana, soba i kuća koje se iznajmljuju. Kroz projekt su definirani posebni

kriteriji za svaki podbrend, sukladno potrebama koje bi mogli imati korisnici traženog podbrenda.

U 2023. godini su u sklopu projekta održane edukacijske radionice s iznajmljivačima koje su obuhvaćale razne teme vezane za poslovanje u obiteljskom smještaju. Edukacije su se provodile u suradnji s Interligom – savjetovalištem za male iznajmljivače, a ukupno ih je održano sedam i to na sljedećim lokacijama:

- Knin (15.02.)
- Drniš (16.02.)
- Skradin (17.02.)
- Rogoznica (27.02.)
- Otok Murter - Tisno (07.03.)
- Primoštena (17.03.)
- Šibenik (04.04.)



Turistička zajednica **Šibensko kninske županije** - [www.tz-sibensko-kninske-iznajmljivaca.hr](#)

• **EDUKACIJU ZA MALE IZNAJMLJIVAČE TZ OPĆINE ROGOZNICA**

**Saznajte novosti i povećajte prihode u 2023.**

Posetimo vas da nam se pridružite

u **ponedeljak 27. 02. 2023.**

U Domu mladića Hrvatske (obala Hrvatske mornarice 2)  
Rogoznica,

u **početkom u 17,00 sati**

**TEME**

**NOVOSTI U OGLAŠAVANJU**

Kako da vas gost lakše nađe na portalu (filteri)

Sustavne badge

360 - nova vrsta fotografije

Smart flex rezervacije

Naš objekt je osiguran do 1.000.000 USD

Što u ocjenom 1 na Google Maps

Kakav oglaš apartmana dobije rezervaciju na društvenim mrežama

5 načina zašto ste dobili rezervaciju putem web stranice

**NOVOSTI U UPRAVLJANJU OBJEKTIOM**

9 stvari koje gosti manje vole u privatnom smještaju i kako ih pretvoriti u prednosti

Adults only objekti - prednost ili nedostatak

7 načina zašto biti ili ne biti pet friendly objekt

Osje postaviti cenik, plan evakuacije, oprema... u objektu

**UPRAVLJANJE FINANCIJAMA U PRIVATNOM SMJEŠTAJU**

Procena koliko možete zaraditi po smještajnoj jedinici

Na koliko popust pristati i kada

PDV - 15% ili 25%

Što kad iznajmljivač ima prihod veći od 300.000 kn

Check lista financijskih obveza

15 najčešćih pitanja iznajmljivača



Turistička zajednica **Šibensko kninske županije** - [www.tz-sibensko-kninske-iznajmljivaca.hr](#)

• **EDUKACIJU ZA MALE IZNAJMLJIVAČE TZ GRADA KNINA**

Administrativno poslovanje i osnovne pripreme za sezonu 2023.

Posetimo vas da nam se pridružite

u **črtnu 15. 02. 2023.**

u **diviziji študentskog doma "Fra Ljubo Marun"**

**Ulica kralja Petra Krešimira IV 22, Knin,**

u **početkom u 17,00 sati**

**TEME**

- Administrativno poslovanje

- Koje dokumente i knjige treba voditi iznajmljivač

- Prijave i odjava gostiju

- Cjenik

- Sve o izdavanju računa

- Akontacija i depozit iznajmljivača

- Financijske obveze iznajmljivača

- Što sve mora imati apartman (prema Pravilniku)

- PDV identifikacijski broj

- Platanje PDV-a na proviziju (način)

- E-Porezna i kako zlatiti PDV na proviziju (PDV i PDV-s obrasci)

- Razlika iznajmljivač kao fizička i pravne osobe

- Dolazak inspektora u objekt

- Priprema za sezonu 2023

- Pravila poslovanja vlastitog objekta

- Određivanje cijena i upravljanje cijenama

- Oglašavanje (algoritam portala)

- Top brendovi u sezoni 2023





### III. PROJEKT RAZVOJA CIKLOTURIZMA U ŠIBENSKO-KNINSKOJ ŽUPANIJI

Turistička zajednica Šibensko kninske županije je u suradnji s sustavom lokalnih turističkih zajednica pokrenula projekt razvoja cikloturizma. Nakon potpisivanja sporazuma o projektu krenulo se u realizaciju istoga. Sukladno uputama Hrvatskih i županijskih cesta. Broj staza u županiji je trenutno 85, ukupne dužine 2.450 km, te je označno preko 60% staza u cijeloj županiji.

Web stranica je osvježena i ažurirana s novim podacima, brošura i karte nisu dodatno tiskane obzirom da su količine na skladištu bile dovoljne za planirane sajmove i aktivnosti.

#### IV. RAZVOJ HIKE SEGMENTA TURISTIČKE PONUDE U ŠIBENSKO-KNINSKOJ ŽUPANIJU

TZ Šibensko-kninske županije od 2019. godine provodi projekt razvoja hike segmenta turističke ponude koja je zamišljena po istom modelu kao i projekt razvoja cikloturizma koji se pokazao kao uspješan i funkcionalan.

U sporazumu s lokalnim turističkim zajednicama definirana je i trasirana 41 rute u županiji. Radna skupina koja je snimala rute se vodila načelom da ruta bude zanimljiva, da obuhvaća atrakcije (ugostiteljske objekte, OPG-ova, arheoloških nalazišta, vidikovaca i sl.) te atraktivna i u turističkom smislu. Za članove radne skupine angažirani su agencije koje se bave hike turama, planinarske klubove i te pojedince koji su članovi HGSS-a. Staze trasirane u tri kategorije (lagana, srednja i teška) te su podijeljene po zonama (ukupno 5 zona). Sve rute prikazane su na stranici [www.bikeandhike.hr](http://www.bikeandhike.hr).

TZ Šibensko-kninske županije je na početku projekta definirala standarde za označavanje hike ruta, ali kako se većina ruta nalazi u ili prolazi zaštićenim područjima, zaključeno je da bi ekološki prihvatljivije bilo postavljati što manjeg broja fizičkih oznaka, te su se staze označile (markirale) oznakama planinarskih staza, a čije su boje prilagođene zoni u kojoj se staza nalazi. Table s oznakama će se tako postavljati samo na raskrižjima i mjestima koja to nužno zahtijevaju. Ukupno je u županiji markirano 15 staza, a u tijeku je markiranje i ostalih. Do kraja 2024. godine planiraju se obilježiti sve rute. Ovim projektom je realizirano postavljanje 16 info tabli za 20 ruta na području cijele županije. Dio lokalnih turističkih zajednica će samostalno postaviti preostale table na svom području, pa će tako TZG Šibenika imati označene sve pješačke rute na području djelovanja TZG Šibenika jedinstvenom signalizacijom prema Hike standardima TZ Šibensko-kninske županije.

#### V. PROJEKT RURAL EXPERIENCE – TEMATSKE RUTE ŠIBENSKO-KNINSKE ŽUPANIJE

Projekt označavanja kvalitete u ruralnom turizmu Šibensko-kninske županije pokrenut je 2017. godine od strane Turistička zajednica Šibensko-kninske županije u suradnji sa Šibensko-kninskom županijom i sustavom lokalnih turističkih zajednica. U projektu se posebna pozornost posvećena inventarizaciji turističke atrakcijske osnove ruralnog turizma, ponudi i njegovim posebnim oblicima te suradnji s njegovim nositeljima. Standardizacija i certifikacija ruralnog turizma Šibensko-kninske županije dobrovoljna je dopunska kategorizacija koja se

provodi s ciljem unapređenja marketinške atraktivnosti ponude usluga seoskog turizma, služi kao poticaj i naputak pružateljima usluga u njihovom nastojanju unapređenja svoje ponude te osigurava potencijalnom gostu potpuniju i vjerodostojnu informaciju o ponuđenim uslugama. U okviru projekta provodi se više aktivnosti poput: klasifikacija, standardizacija, certifikacija, dodjela oznaka kvalitete, edukacija, marketinškog oblikovanja, promocije i sl. Glavni ciljevi projekta su:

- detaljna i proizvedu prilagođena standardizacija i klasifikacija koja prvenstveno ima za cilj još jače kvalitetno integrirati usluge na domaćinstvima, ali i detaljno informirati gosta što može očekivati,
- kvalitativni odmak ka uvažavanju i prepoznavanju osobitosti i specifičnosti ovog turističkog proizvoda od ostalih turističkih proizvoda,
- povećanje kvalitetu turističke ponude u ruralnom turizmu,
- jačanje vidljivosti i prepoznatljivosti ruralnog turizma,
- poticanje specijalizacije prema različitim ciljnim skupinama i tržištima, te
- povećanje prometa u predsezoni i posezoni.

Pravilnikom o standardima kvalitete u ruralnom turizmu Šibensko-kninske županije (labelling) utvrđuje se postupak standardizacije i certificiranja ruralnog turizma, ureduju se standardi ruralno-turističke kvalitete, procesi klasifikacije i certifikacije, postupak označavanja te procedura standardizacije i dodjela oznaka kvalitete. Definirana je Branding strategija razvoja ruralnog turizma Šibensko-kninske županije, a za finalnu fazu je slijedilo definiranje tematskih puteva (vina, ulja, sira, pršuta i meda).

Cilj organiziranja tematskih ruta Šibensko-kninske županije je tematski uvezati ponudu tradicijskih proizvoda na razini županije kao prepoznatljivog regionalnog turističkog proizvoda u smislu stvaranja turističkih atrakcija. Stoga se pokazalo kao nužno i iznimno važno definirati tematske rute, koje će u budućem periodu omogućiti svim dionicima bolju vidljivost, promociju i u konačnici poboljšanje dostupnosti krajnjem potrošaču. Za destinaciju je ovaj vid turističke ponude jako važan, obzirom na sve veći interes za ovaj tip ponude gostiju koji provode svoj odmor na području Šibensko-kninske županije. Autohtono, lokalno i ekološko je ono što traži sve veći broj gostiju. Ovo predstavlja dobar put razvoja ruralnog turizma i turističke ponude u županiji kojim se unaprjeđuje imidž destinacije.



Nakon obilaska terena definirane su sljedeće tematske rute:

- Vinska ruta,
- Ruta sira,
- Ruta maslinovog ulja,
- Ruta drniškog pršuta,
- Medna ruta.

Kako se, zbog obaveza koje pojedini sudionici na ruti imaju, prikupljanje dokumentacije od dionika odvijalo sporije od planiranog, označavanje ruta je odgođeno za 2024. godinu.

## VI. PROJEKT TASTE LIKE DALMATIA ŠIBENIK

Projekt Taste like Dalmatia Šibenik je projekt brendiranja eno i gastro ponude u Šibensko-kninskoj županiji. Cilj projekta je stvaranje prepoznatljivog brenda kuhinje i isticanje komparativnih prednosti područja, kao i dodatnu afirmaciju vrhunskih regionalnih namirnica i delacija (poput janjetine, ekstra djevičanskog maslinovog ulja, sireva, vina autohtonih sorti i slično), odnosno jačanje eno i gastronomske ponude županije i stvaranje njene prepoznatljivosti kao destinacije bogate gastronomske ponude na globalnom turističkom tržištu.

Obzirom da Šibensko-kninska županija obiluje brojnim lokalnim autohtonim sortama vina (debit, babiće, maraština, lasin i druge te da je ponuda vinarija koje nude vrhunska vina isključivo lokalnih sorti jako dobra, odlučili smo nastaviti se s realizacijom projekta Dani otvorenih kušaonica Šibensko-kninske Županije. U ovogodišnjem izdanju je sudjelovalo 15 vinarija od Primoštena, Šibenika, Vodica, Murtera, Pirovca i Skradina do Drniša, Oklaja i Knina. Manifestacija je prepoznata od gostiju s područja Dalmacije i Grada Zagreba te ocijenjena kao izvrstan događaj koji je promovirao eno i gastro ponudu i upoznao se s pričama lokalnih vinarija. Manifestacija je pokazala da je uspjeh među lokalnim stanovništvom, odnosno domaćim gostima, najvažniji kanal prijenosa informacija i vlastitog doživljaja stranim gostima. U organizaciji su, uz vinare, kreiranjem programa sudjelovale i lokalne turističke agencije te turistički vodiči. Organiziran je i prijevoz kako bi sudionici mogli bezbrižno uživati u vinima. U okviru manifestacije su kreirane su dvije rute kako bi se bolje organizirala posjet svim vinarijama: „zelena ruta“ koja je uključivala većinom vinarije u kontinentalnom dijelu Županije i „plava ruta“ koja je pratila vinarije u morskim destinacijama. Posjetitelji su s obje rute bili

izuzetno zadovoljni, a atmosfera je bila odlična što su prenijele i brojne fotografije i izvještaji. Osim posjetitelja, zadovoljstvo nisu krili ni vinari koji su dobili priliku prezentirati svoju ponudu znatno široj publici. Među publikom je bio i određeni broj ugostitelja s kojima su neki vinari uspostavili uspješnu suradnju. Uz navedeno, ostvarena je i zadovoljavajuća prodaja buteljiranih vina. TZ Šibensko-kninske županije je ovom manifestacijom postigla efekt prepoznatljivosti i vidljivosti na eno karti regije. Također, regionalne autohtone sorte lokalnih vinara prepoznate od strane ugostitelja u Šibensko-kninskoj i susjednim županijama, a većina restorana, prije ostalih, nudi lokalna vina čemu je, vjerujemo, dijelom pridonijela i ova manifestacija.

Turistička zajednica Šibensko-kninske županije, u suradnji s turističkom zajednicom grada Šibenika, u sklopu projekta Taste like organizirala je i pravo gastro uživanje na manifestaciji „Pidoća i Debit se vole“ u sklopu koje su posjetitelji uživali u specijalitetima od pidoća (dagnji) i lokalnom vinu sorte debit specifičnom isključivo za područje Šibensko-kninske županije. Drugo izdanje manifestacije okupilo je lokalne uzgajivače pidoća, ugostitelje i chefove koji su na šibenskoj rivi školjke pripremali po raznim receptima, dok su vinari posjetiteljima nudili vino debit koje se izvrsno slaže s delicijama pripremljenim od pidoće. Svaki vinar je imao partnera koji je pripremao školjke, a kako se vina u nijansama razlikuju, posebno se pazilo da jelo odgovara vinu. Uz zalazak sunca, ugodnu glazbenu podlogu, dobro društvo i skladne okuse Šibenčani i njihovi gosti ponovno su otkrili da se pidoća i debit vole, ali i da oni vole ovu dobitnu kombinaciju. Manifestaciju su prepoznali i neki od influencera i ljubitelja vinske kapljice iz susjednih regija koji su došli zbog ovog događaja, a među lokalnim stanovništvom i stranim gostima kojih je u to vrijeme u Šibeniku bilo poprilično, ocijenjena je kao izvrstan gastro događaj koji promovira lokalnu namirnicu uzgojenu u obližnjim uzgajalištima, pripremljenu na razne maštovite načine i sljubljenu s vinom debit kojeg su nudili vinari iz cijele županije. Ovakav koncept povezivanja lokalnih gastro namirnica s lokalnim sortama vina planira se nastaviti i dalje uz širenje na druge destinacije u cilju promocije njihovih jela i namirnica (skradinski rižot, kninska pastrva, drniška peka, kornatska janjetina i sl.) te drugih autohtonih sorti vina.

Dio lokalnih turističkih zajednica (Drniš, Skradin i Bilice) također je pokrenuo slične manifestacije u sklopu projekta Taste like kojima su promovirale gastro i eno poruku svog kraja.

U sklopu projekta Taste like snimljene su i četiri reportaže u specijaliziranoj emisiji HRT-a Fino i vino. Reportaže se mogu pogledati na You tube kanalu:

- Zlarin – konoba Prslika: <https://www.youtube.com/watch?v=aiM3Dweowts>
- Zlarin – koralji: [https://www.youtube.com/watch?v=1HPnf\\_Wc--Y](https://www.youtube.com/watch?v=1HPnf_Wc--Y)
- Prvić - <https://www.youtube.com/watch?v=bSV3cUZ-aIM>
- Šibenski maslinari: <https://www.youtube.com/watch?v=3BLPFQsk8VQ>.

U cilju razvoja i prezentacije eno i gastro ponude Šibensko-kninske županije pokrenuta je i priprema Gastro peljara Šibensko-kninske županije koji bi trebao prezentirati bogatu gastro ponudu našeg kraja kroz priče i fotografije o namirnicama, jelima i običajima vezanim uz hranu. Zbog potrebe praćenja i prezentacije naše gastronomije kroz različite sezonske periode realizacija ovog projekta iziskuje vremensko razdoblje duže od jedne godine.

## VII. DALMATIA ŠIBENIK OUTDOOR FESTIVAL – RAZVOJ AKTIVNOG TURIZMA I OUTDOOR PROIZVODA

Na ovogodišnjem Dalmatia Šibenik Outdoor festivalu našlo se za svakoga ponešto. Oni željni sportskog natjecanja mogli sudjelovati na trailovima dužine 5, 12.5 i 24 kilometra koji su se protezali prekrasnim stazama skradinskoga kraja, natjecanju u sportskom penjanju održanom u kanjonu Čikole, natjecanju u SUP-u i kajakingu na rijeci Krki ispred skradinske plaže Krečana te novoj natjecateljskoj disciplini vožnje brdskog bicikla 15 i 34 kilometra, kao i e-bike utrci na 34 km. Dalmatia Šibenik Outdoor opet je opravdao svoj naziv „family friendly festival“ jer je privukao i brojne obitelji s djecom koje su sudjelovale na brojnim edukativnim radionicama. Trail je disciplina koja privlači najveći broj sudionika, a kako rezultat mnogima nije prioritet te na njima natjecatelji ne moraju nužno trčati, mnogi ljudi se prijave i sa svojim obiteljima ili prijateljima u šetnji uživaju u prekrasnim prirodnim krajolicima.

U subotu 7. listopada, prvog dana festivala, održana je i edukativna radionica za djecu „Odgoj s glazbom“, sportski poligoni za djecu te radionica joge za odrasle. Nakon trail utrke na skradinskoj plaži je bio organiziran ručak koji je posjetiteljima ponudio poznatu lokalnu deliciju – skradinski rižot. Poslije ručka, prisutni su se imali priliku okušati u tradicionalnim dalmatinskim igrama za obitelji i prijatelje te se sudjelovati na SUP na radionici. Istoga dana na rasporedu je bila i radionica sportskog penjanja u kanjonu Čikole te natjecanje u penjanju. Drugi dan festivala započeo je MTB utrkom na 15 i 34 km te e-bike utrkom na 34 km. Nakon biciklističkih utrka su uslijedile dvije popularne natjecateljske discipline na vodi – SUP i kajak.

Od radionica su drugog dana na rasporedu su bile radionica joge i sportski poligoni za djecu. Drugi Dalmatia Šibenik Outdoor festival je zatvoren demonstracijom koju su izveli članovi karate kluba osoba s invaliditetom Krka Šibenik, a svi prisutni uživali su u ukusnim delicijama koje je pripremio lokalni ugostitelj.

Nezaboravnoj atmosferi u Skradinu i ove godine su doprinijeli voditelji Sanja Raičković i Marko Slamić te DJ MengRen. Rezultati svih natjecateljskih disciplina možete pogledati na linkovima: [https://stotinka.hr/hrv/utrka/5880/ukupni\\_poredak](https://stotinka.hr/hrv/utrka/5880/ukupni_poredak) i <https://www.stoperica.live/races/290>. Dalmatia Šibenik Outdoor Festival organizirali su TZ Šibensko-kninske županije i agencija Break a leg, uz suorganizaciju s TZG Skradin.



## VIII. INTERNET STRANICE

U 2023. godini Turistička zajednica Šibensko-kninske županije je, kao i prijašnjih godina, unaprjeđivala i doradivala web platformu [www.dalmatiasibenik.hr](http://www.dalmatiasibenik.hr).

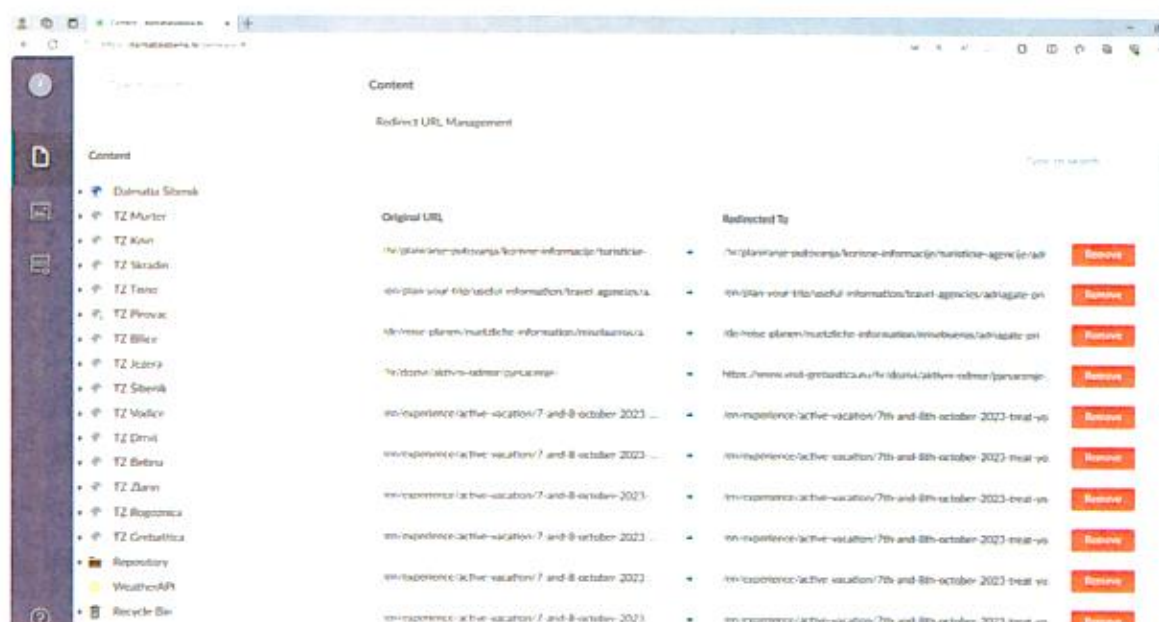
Web stranica je temelj internet oglašavanja i promocija na ciljanim emitivnim tržištima čiji je cilj primarno inspirirati i potaknuti ljude na dolazak u destinaciju, povećati svijest o destinaciji i proizvodima, te u konačnici pružiti sve relevantne informacije o destinaciji.

Osim već prepoznatljivog jednostavnog i svježeg responzivnog dizajna prilagođenog uređajima svih veličina, te brzog i jednostavnog pretraživanje, stranicu karakterizira relevantan sadržaj koji odgovara na potrebe potencijalnih posjetitelja, a koji se mijenja tijekom godine, ovisno o projektima, proizvodima i nadolazećim manifestacijama.

Web stranica ističe najvažnije kulturne i prirodne posebnosti destinacije, te najvažnije turističke proizvode, od gastro ponude, preko aktivnog odmora i nautike, pa sve do ponude MICE i zdravstvenog turizma. U 2023. godini je cjelokupni sadržaj web stranice uz engleski i njemački preveden na pet dodatnih jezika: nizozemski, talijanski, slovenski, poljski i češki jezik.



Budući da je projekt destinacijskog weba zamišljen kao jedinstvena platforma na kojoj svoje poddomene imaju i lokalne turističke zajednice, upravljanje sadržajem omogućeno je putem jedinstvenog CMS sustava, što podrazumijeva jednostavna ažuriranja te smanjenje troškova dijeljenjem sadržaja.



Uz ranije pokrenutih devet web stranica lokalnih turističkih zajednica, u 2023. godini u CMS strukturu su dodane turističke zajednice Jezera, Zlarin i Grebaštica, te Rogoznica i Betina. Svi webovi nisu podjednako popunjeni, ali uredništvo TZ Šibensko-kninske županije trudi se držati centralno mjesto s podacima ažurno i održavano, te je pristupilo izgradnji arhive web fotografija destinacije, te odgovarajućih SEO tekstova po destinacijskim proizvodima.

Kako je website nakon više godina bio bez većih zahvata, zahtijevao je preinake – vizualno i tehnički. Vizualno se pokušava približiti aktualnim standardima HTZ-a, a tehnički aktualnim zahtjevima web medija i Umbraco CMS-a. Tako je tijekom 2023. godine proveden projekt razvoja web-a tehničkim unapređenjem sustava (CMS), blagim redizajnom i zahtjevima uredništva, kako bi se, s obzirom na složenost cjelokupnog sustava omogućilo brže ažuriranje podataka i funkcioniranje web stranica.

## IX. IZRADA E-GUIDE APLIKACIJE

U 2023. godini ugovorena je i pokrenuta izrade eGuide aplikacije. Riječ je o kartografskom prikazu koji će biti integriran u postojeću web stranicu, a koji će korisnicima nuditi kartografski prikaz najzanimljivijih točaka interesa (POI-ja) u županiji, nuditi navigacijski sustav koji će ih do njih voditi te osnovne informacije o njima. Također, tako strukturirane točke interesa bit će povezane u različite tematske rute za korisnike različitih interesa, a korisnici će imati i mogućnost povezivanja različitih točaka interesa u rute sukladno vlastitim željama.

## X. PRODUKCIJA FOTO I VIDEO MATERIJALA

- *Kreativni studio Brotherside*

U suradnji sa kreativnim studiom Brotherside koji se bavi produkcijom social-first video sadržaja dio županije dokumentiran je hyperlapse i timelapse snimkama. Izrađeno je 10 snimki koje će se tijekom 2024. godine koristiti za internu upotrebu, web stranicu, organsku upotrebu na vlastitim društvenim mrežama, kao i za vlastite produkcije.

- *Agencija za promidžbu Stratus*

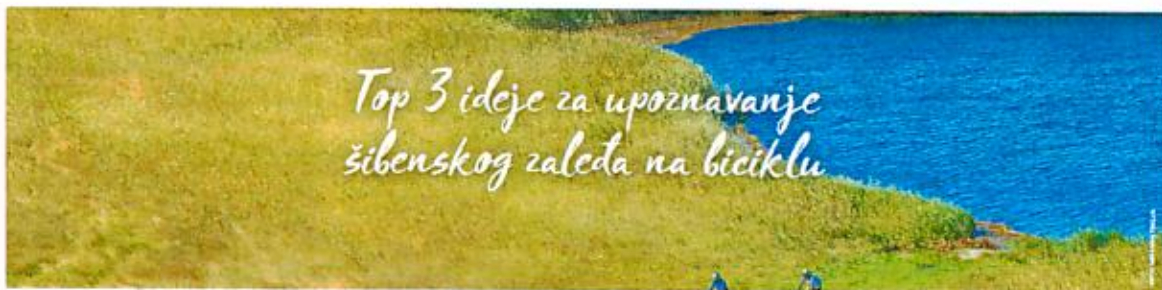
Tijekom 2023. godine Turistička zajednica Šibensko-kninske županije je u suradnji sa agencijom Stratus generirala 12 SEO web tekstova za bike proizvode za lokalne turističke zajednice, 6 SEO tekstova bike proizvoda za destinacijski web, te fotografije namijenjene promociji biciklističkih ruta na području županije. Sadržaj je kreiran na način da odgovara na long-tail upite odnosno koristi fraze od 4 i više riječi koje u pravilu imaju mali volumen pretrage, ali se odnose na vrlo konkretne upite i primarno je fokusiran na dovođenje ljudi s Google searcha na našu web stranicu. Kvalitetnim tekstovima zanimljivih clickbait ili dobro promišljenih SEO naslova cilj je povećati online vidljivost, kako samog proizvoda, tako i cjelokupne web stranice.

Biciklirajte uživajući u prekrasnim panoramskim stazama uz mnoštvo maslinika, bujnih vinograda, stabala smokava, gustog niskog rasilinja, crnogoričnih šuma i blagih brežuljaka. Istražite uz opuštajuće zvukove i pogled na prirodne ljepote i kulturne znamenitosti regije.

Na području Šibenske županije nalazi se više od 2450 km uređenih biciklističkih staza koje zadovoljavaju i najzahtjevnije biciklističke opetite udruge zahvaljujući svojoj raznovrsnosti. Bilo da se odlučite za srednje tešku ili laganu stazu, makadam ili cestovnu površinu, važna biciklistička rubovna je zaštita, za posetitelja staza i za cijelu obitelj.

Pogledajte više detalja projektirajući na stranici [Bikeškola](#)

## Nadahnjujuće biciklističke staze



Ukoliko želite na najbivše, najguo način iskuziti Šibensko-kninsku županiju, najbolje je odlučiti se za bicikliranje. Šibensko-kninska županija ima više od 2450 km uređenih biciklističkih staza koje zadovoljavaju i najzahtjevnije biciklističke opetite udruge zahvaljujući svojoj raznovrsnosti. Bilo da se odlučite za srednje tešku ili laganu stazu, makadam ili cestovnu površinu, važna biciklistička rubovna je zaštita, za posetitelja staza i za cijelu obitelj.

[Put u storu Dinare](#)

- Izrada promotivnih filmova „More Than Beauty“ – K&K promocija d.o.o.

U suradnji s tvrtkom K&K promocija d.o.o. snimljena je serija promotivnih filmova „More than Beauty“ čija je namjena prezentacija kulturnih i prirodnih vrijednosti Šibensko-kninske županije. Pored osnovnog filma u trajanju od 4 minute i 30 sekundi, napravljena su i tri kraća tematska filma u trajanju od minute koji obrađuje različite teme: More than sea, sailing and sun, More than heritage, delicious food and fine wine i More than sports, adrenaline and fun. Autor koncepta i scenarija je Igor Šišara, snimatelj i režiser filma Branko Drakulić, a u snimanju su sudjelovali glumci HNK u Šibeniku: Franka Klarić i Bojan Brajčić. Filmovi se mogu pogledati na You Tube kanalu TZ Šibensko-kninske županije.



- *Izrada fotografija za monografiju Šibensko-kninske županije – Igor Tomljenović*

Tijekom 2023. godine obavljeno je fotografiranje oko 300 motiva za potrebe izrade Monografije Šibensko-kninske županije. Fotografiranje je vršio fotograf Igor Tomljenović. Trenutno se vrši se obrada fotografija nakon čega će se definirati koncept, napisati tekstove i završiti dizajn. Sve izrađene fotografije će se, osim za potrebe Monografije, koristiti i za ostale promotivne aktivnosti TZ Šibensko-kninske županije.

## XI. OGLAŠAVANJE – DIGITALNI MEDIJI - PUTNI KOFER

U 2023. godini Turistička zajednica Šibensko–kninske županije surađivala je sa Putnim koferom, najčitanijim nezavisnim portalom za teme o putovanjima, gastronomiji i ekologiji te vodećom platformom o putovanjima na čak tri društvene mreže u Hrvatskoj, na Instagramu, Viberu i Tik Toku. Njihove objave na portalu i društvenim mrežama svakog mjeseca čita više od tri milijuna korisnika.

U 2023. godini Putni kofer je promovirao Šibensko–kninsku županiju putem svojim kanala sa:

- 12 redakcijskih članaka na portalu
- 6 PR članaka na portalu
- 12 feed objava, 60 story objava i 12 objava u grupi na facebooku
- 60 feed objava i story objava na Instagramu
- 10 - dnevnim bannerom i
- Tik Tok videom.

### putni kofer

Znate li koji hrvatski grad leži na čak sedam rijeka? U njemu su nekad stolovali kraljevi, a danas je nebrušeni biser nerazvikanog dijela zemlje



Tema	Facebook - ukupan broj prikaza	IG story (*za sada procjena / average arhiva)	Viber kanbal (broj kontakata na koji je priča poslana)	Ukupan broj ostvarenih kontakata
Obiteljski izleti	32.392	15.000	45.436	92.828
Karneval Murter	45.282	15.000		60.282
Festival drniškog merlota	38.655	15.000	45.000	98.655
Dani otvorenih kušaonica	31.888	15.000	44.000	90.888
Ljetne aktivnosti	71.831	15.000	43.000	129.831
Antonia Dorbić intervju	49.902	15.000		64.902
Outdoor fest	20.811	15.000		35.811
Skradin gastro				
Primošten	58.870	15.000		73.870
Drniš	25.367	15.000		40.367
Zimski izleti	15.531	15.000	40.150	70.681
<b>UKUPNO</b>				<b>758.115</b>

BANNER	Ukupno impresija
#1 banner	532.762

DODATNE REDAKCIJSKE OBJAVE IZ ŠKŽ
Susak
Skradin
Nova godina
Otočići šibenskog arhipelaga
NP Krka jeftinije ulaznice
NP Krka stablo godine
Zlarin
NP Krka stablo godine, EU
Visovac
Najava događanja (Merlot)
Knin
Prijedlog za izlet: Happy Horse




vikend u dalmaciji



Sve Slike Videozapisi Karte Više

Alati

Oko 283.000 rezultata (0,35 sek)

 putnikofer.hr  
<https://putnikofer.hr/preporuke/izlet-u-dalmaciji>

### Kamo na izlet u Dalmaciju? Imamo 9 sjajnih ideja!

20. sij 2023 — Želite otici na izlet u Dalmaciju? Donosimo devet uzbudljivih ideja za izlete koji će zadovoljiti sve uzraste i tipove putnika. Posjeta ste ovu stranicu 4 puta. Posljednji posjet: 01. 04. 23.



 crnojaje.hr  
<https://www.crnojaje.hr/Deals/DealList-Dalmacija>

### Odmor u Dalmaciji - Crno Jaje

Odmor u Dalmaciji - Obiteljski odmor u Biogradu na Moru - 2 ili 3 noćenja s polupansionom za

Članak na temu Vikend u Dalmaciji je dospio na prvo mjesto Google tražilice, a o karnevalu na Murteru na drugo mjesto.



karneval na murteru



Sve Slike Videozapisi Karte Više

Alati

Oko 70.000 rezultata (0,34 sek)

 bake.hr  
<https://bake.hr>

### Murter Carnival – Najbolji Hrvatski karneval

MANIFESTACIJA DANI O BAK. Upoznajte BAKE! Murter triježi dugu tradiciju pokladnih zbrivanja, koji prema neslužbenim podacima zadiru 130 godina u prošlost.

Naziv: Posjetili ste ovu stranicu 2 puta. Posljednji posjet: 09. 02. 23.



 putnikofer.hr  
<https://putnikofer.hr/preporuke/karneval-na-otoku>

### Karneval na Murteru morate doživjeti barem jednom u životu

10. velj 2023 — Želite doživjeti karneval na Murteru? Donosimo pregled svih događanja na otoku koja morate doživjeti barem jednom u životu.



 dalmatiasibenik.hr  
<https://www.dalmatiasibenik.hr/događanja/poklade>

### Poklade na otoku Murteru - Turistička zajednica Šibensko ...

Prva asocijacija karnevala je većini ljudi Venecija ili barem bliža Rijeka, ali murterski poklad se mogu po svojoj raznolikosti i kreativnosti ...

 tzo-murter.hr  
<https://www.tzo-murter.hr/kultura-bastina/tradicija>

### Murterski karneval - Turistička zajednica Šibensko kninske ...

Murterski karneval je sačinjen od tri povorke: MAŠKARANA REGATA LATINSKO IDRO. Spoj je to karnevalske zabave i regate na tradicijskim jedrima "latinsko idro".



 vecernji.hr  
<https://www.vecernji.hr/viesti/foto-krvavi-karneval>

### FOTO Krvavi karneval u Murteru: Mrtve životinje visjele po ...

27. velj 2020 — Ono što je Murteru već tradicionalno bio ponos, murterski karneval - tzv. "murterske bake" - sada je sramota. Koliko moraš biti nakaradan ako



## XII. ONLINE KOMUNIKACIJE

Vodeći se za smjericama iz Strateškog marketing plana hrvatskog turizma na razini klastera DALMACIJA ŠIBENIK marketinške aktivnosti su usmjerene na povećanje vidljivosti i jakosti turističkog brenda klastera Dalmatia Šibenik te prepoznatljivosti slogana soUNIQUEsoBEAUTIFUL s naglaskom na prirodne, kulturne i gastronomske vrijednosti našeg kraja.

Ključni atributi koji se koriste prilikom provođenja marketinških aktivnosti su:

- More i sunce – razvedena obala , prekrasne plaže
- prirodne ljepote- dva nacionalna parka, dijelovi 3 parka prirode
- Kulturna baština – dva UNESCO spomenika, brojnosti srednjovjekovnih utvrda, arheoloških nalazišta i kulturno povijesnih spomenika
- nautika - raj za nautičare
- aktivni turizam (bike and hike – više od 2.500 km uređenih biciklističkih staza, avanturizam, pješačenje)
- eno i gastro ponuda
- Like home - privatni smještaj sa oznakom kvalitete.

Aktivnosti su se odvijale na društvenim mrežama Facebook (stranica CROATIA/DALMATIA/ŠIBENIK - @croatia.sibenik) i Instagram (visit\_dalmatiasibenik) kako bi se aktivirao, odnosno zadržao interes za destinaciju.



Na društvenoj mreži Facebook stranica CROATIA/DALMATIA/ŠIBENIK trenutačno broji nešto više od 150.000 pratitelja koje je potrebno pratiti i obavještavati kako bi se zadržao interes za destinaciju.



Glavni cilj provođenja aktivnosti internet oglašavanja je integracija svih elemenata i oblika online oglašavanja kako bi se maksimizirao učinak promocije predsezone, posezone, određenog turističkog događanja ili ciljane turističke akcije. U praksi to znači da se određeno događanje promovira preko vijesti postavljene na internet stranici, koja se zatim prenosi na društvene mreže, a link događanja se reklamira putem Google AdWords kampanja i ostalih oblika Display oglašavanja. Ovim aktivnostima se u relativno kratkom vremenu postiže značajna medijska eksponiranost.

### XIII. INTERNET OGLAŠAVANJE

Polazeći od Internet oglašavanja kao jednog od najvažnijih marketinških alata za kreiranje interesa i potražnje za pojedinim turističkim destinacijama, a sukladno dosadašnjim iskustvima i globalnim trendovima u oglašavanju, u 2023. godini Internet oglašavanje zadržava najznačajniju ulogu u ukupnom oglašavanju TZ Šibensko-kninske županije. Globalno internet oglašavanje u 2023. godini provedeno je po sljedećim segmentima:

- oglašavanje za pretragu – Ad Words kampanje
- oglašavanje na društvenim mrežama – Facebook, Google, Twitter, You Tube, Instagram
- oglašavanje po tržištima.

Glavne aktivnosti bile su usmjerene na:

- povećanje clickthrough pokazatelja,
- povećanje broja jedinstvenih posjeta na Internet stranicama [www.dalmatiasibenik.hr](http://www.dalmatiasibenik.hr),
- poboljšano pozicioniranje Internet stranice na pretraživačima,
- povećanu aktivnost na društvenim mrežama (like-ovi, komentari, postovi) te prisutnost na društvenim mrežama koje su idealne za plasiranje poruka o predsezoni i post sezoni,
- povećanje vidljivosti i jakosti turističkog brenda klastera Dalmatia – Šibenik te prepoznatljivosti slogana **soUNIQUEsoBEAUTIFUL** s naglaskom na prirodne, kulturne i gastronomske vrijednosti našeg kraja.

#### XIV. ONLINE KAMPANJE

MEDIA	FORMAT	EDICIJA	VRIJEDNOST OGLAŠAVANJA	UDIO TZŽ
S.T.A.R. DIGITAL - Google Adword/Faceb ook	Mobile ads, Tekst i banner Oglas	Predsezona, posezona	120.000 EUR	90.000 EUR
National Geographic	Digitalni oglas, On line banner, Društvene mreže	12 mjeseci	8.330 EUR	4.165 EUR
Objemi Hrvaško	Društvene mreže	4 objave godišnje	400 EUR	400 EUR
Turismo itinerante	<a href="http://www.turismoitinerante.it">www.turismoitinerante.it</a>	12 mjeseci	1.000 EUR	1.000 EUR
Tip travel	<a href="http://www.tiptravel.hr">www.tiptravel.hr</a>	Travanj i svibanj	4.000 EUR	1.333 EUR
In Your Pocket	<a href="http://www.inyourpocket.com">www.inyourpocket.com</a>	01.04. - 30.09.2023	3.840 EUR	3.840 EUR
JET2COM	Društvene mreže, Newsletter. Objave na web stranici	Od travnja do rujna 2023.	21.000 EUR	7.000 EUR
Petit Fute	On line i tiskani vodič Magazin <a href="http://www.petitfute.com">www.petitfute.com</a>	12 mjeseci	8.585 EUR	2.870 EUR
<u>Luxury</u>	PR članak Luxury guide book Društvene mreže	Proljeće i ljetno 2023.	1.500 EUR	1.500 EUR

- *S.T.A.R digital – on line oglašavanje 2023*

Zajedničkim snagama Turističke zajednice Šibensko-kninske županije i partnera u sedam europskih zemalja predstavljeni su turistički proizvodi i lokaliteti županije.



Tijekom svibnja i lipnja 2023 godine, Turistička zajednica Šibensko-kninske županije pokrenula je jedinstvenu digitalnu kampanju s fokusom na informiranje turista o turističkoj ponudi regije i njezinim sub-destinacijama. Na sedam europskih emitivnih tržišta županija je sa svojim lokalitetima bila predstavljena kao idealna ljetna destinacija.

Kampanja je bila popraćena na brojnim uglednim medijima, uključujući njemački Focus, austrijski Kronen Zeitung, nizozemski Telegraaf i britanski Independent. Glavni naglasak kampanje stavljen je na prezentaciju raznolikih turističkih proizvoda i jedinstvenih karakteristika županije, uključujući UNESCO-ovu svjetsku baštinu, prirodne ljepote, bogatu eno i gastro ponudu te kulturnu baštinu ovog prekrasnog podneblja.

Uz turističku zajednicu Šibensko-kninske županije u kampanji su sudjelovale i turističke zajednice gradova Šibenika i Vodica, općina Bilice, Tribunj, Rogoznica i Murter te mjesta Brodarica-Krapanj. U suradnju su se uključili i partneri kao što su Kninski muzej, Nacionalni park Krka, Javna ustanova Priroda Šibensko-kninske županije i Tvrdava kulture Šibenik koji su imali važnu ulogu dijeleći svoje priče i fotografije s inozemnim medijima.

Suradnja s medijskim kućama realizirana je uz pomoć različitih storytelling formata, uključujući advertorijalne i PR članke. Isto tako, bili su prikazani dinamični i atraktivni banneri koji su obuhvaćali uzbudljive turističke proizvode, lokacije i aktivnosti te su vodili na službene stranice Turističke zajednice Šibensko-kninske županije i njezine sub-stranice. Kampanja je bila aktivna i na društvenim mrežama gdje su korišteni formati većih dimenzija s ciljem izgradnje prepoznatljivog branda i motiviranja potencijalnih posjetitelja.



**A1** Focus.de  
Germany | Spring 2021

**CREATIVE FORMATS**  
Schwefel, Schokolade



**4 Regeln in einer richtigen Stadt**  
Die vier wichtigsten Regeln für die perfekte Stadt sind: 1. Die Stadt sollte schön sein. 2. Die Stadt sollte sicher sein. 3. Die Stadt sollte grün sein. 4. Die Stadt sollte lebendig sein.







© iStock

#### 4. Segeln in einer ruhigen Bucht

Eine der schönsten Destinationen für Naturliebhaber und Segler sind die **Bilice**. Wenn Sie sich dafür entscheiden, Pukljan zu erkunden, wo "Krika das Meer küss", wird das Segeln ein unvergessliches Erlebnis für Sie sein. Wenn Sie vom Kanal des Heiligen Anton aus starten, wo Sie vom Meer aus das UNESCO-Denkmal der Festung St. Nikola bewundern können, und durch die Šibenik-Bucht fahren, die Sie in den Kanal des Heiligen Joseph führt, werden Sie sich mitten im offenen Meer von Pukljan wiederfinden, umgeben von unberührter Natur. Hier können Sie in einer der malerischen Buchten an den Ufern dieses kleinen Ortes ankern und die Strände und lokalen Spezialitäten genießen, wo Sie immer von sympathischen Gastgebern begrüßt werden.



© iStockphoto.com/John S. Brown

**Die Region Šibenik-Knin bietet zahlreiche Gründe, die Sie auf Ihre Bucket-Liste setzen könnten. Von reicher Geschichte bis hin zu wunderschönen Stränden, Tauchplätzen und Segeln in ruhigem Hinterland bietet diese Gegend für jeden etwas.**

Obwohl es viele Gründe gibt, präsentieren wir Ihnen in diesem Artikel 10 Gründe, warum Sie dieses magische Reiseziel besuchen sollten, das Sie mit einem kulturellen Erbe, unberührter Natur und unterhaltsamen Aktivitäten verzaubern wird.

#### 1. Architektonisches Juwel der Adria

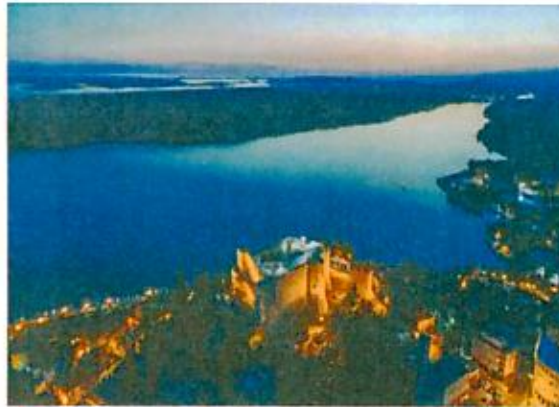
**Šibenik**, eine Stadt mit reicher Geschichte und unglaublichem Kulturerbe, ist der perfekte Ort für einen romantischen Spaziergang durch die gewundenen Straßen, die zum Stadtzentrum führen, zum Kaffeetrinken in wunderschönen Cafés und zur Besichtigung zahlreicher historischer Sehenswürdigkeiten. Es ist auch die Heimat von Museen und UNESCO-geschützten Denkmälern, was es ideal zum Erkunden macht. Während der Sommermonate sind die Straßen voller Veranstaltungen wie dem mittelalterlichen Markt in Šibenik, bei dem Sie den Geist dieser Stadt vollständig erleben können.



© iStock

## 8. Wiederbelebte Geschichte

Die Festungen von St. Michael, Baron und St. John sind nicht nur historische Sehenswürdigkeiten, sondern auch eine lebendige Kulturszene, die Besucher aus der ganzen Welt anzieht. Abgesehen davon, dass sie die Vergangenheit dieser faszinierenden Stadt wiederbeleben, sind diese drei Festungen die schönste Sommerbühne und oft Gastgeber von Konzerten und Veranstaltungen während des ganzen Sommers. So können die Besucher tagsüber entdecken, wie das Leben in den Festungen früher **aussah**, während sie abends Konzerte, Ausstellungen und Theateraufführungen in spektakulärer historischer Umgebung genießen können. Neben der historischen Bedeutung und den spektakulären Ausblicken auf die Stadt machen diese Veranstaltungen den Besuch der Festungen zu einem noch interessanteren Erlebnis.



Festung St. Michael

© Šturm 2014

## 9. Erinnerungswürdige Szenen

Eine der beeindruckendsten Erfahrungen ist sicherlich die Fahrt durch den St. Anton-Kanal und die Festung St. Nikolaus, die sich über dem kristallklaren Meer erhebt. Sie ist eines der schönsten Befestigungsbeispiele in Dalmatien und bietet ein unvergessliches Erlebnis mit wunderschönem Blick auf Šibenik und seine Umgebung. Wenn Sie bereits auf See sind, setzen Sie Ihre Entdeckungsreise fort und erkunden Sie den Kanal Luka oder den Fluss Čikola und dessen Canyon. Die Inselgruppe Žutsko-sitska und Gvozdovo-Kamenar sind nur einige der **natürlichen Schönheiten** an unserer märchenhaften Adria-Küste. Jeder Winkel dieser Region ist ein wahrer Ge-



Podgorica Murter

Volker Dieckmann

### 7. Der ungewöhnliche Star

Einer der Gründe, warum Sie **Tribunj** besuchen sollten, ist, den ungewöhnlichen Star dieser kleinen Stadt kennenzulernen - den Esel. Sie sind genau das, was diesen Ort so besonders macht - diese kleine Stadt feiert intelligente Tiere in ihrem jährlichen Eselrennen, das jedes Jahr im Juli stattfindet. Esel aus allen Teilen Kroatiens versammeln sich an einem Ort, um in verschiedenen Kategorien zu konkurrieren. Wenn Sie also diesen Teil Kroatiens besuchen, verpassen Sie nicht die Gelegenheit, mit Eseln abzuhängen und eine einzigartige Verbindung zu diesen unvergesslichen Kreaturen zu erleben.



Helmut Tribunj



Kristina Wenzel

**KROATIEN**  
*Voller Leben*

**Dalmatien Šibenik**  
*So normal, so wunderschön*

## Ungewöhnliche Stars

**Tribunj** ist ein kleiner Ort mit ungewöhnlichen Stars – Eseln. Dieser kleine Ort feiert kluge Tiere bei ihrer jährlichen Eselrennen, die jeden Juli stattfindet. Esel aus allen Teilen Kroatiens versammeln sich an einem Ort, um miteinander zu konkurrieren. Nicht weit entfernt liegen das **Knin Museum** und der **Nationalpark Krka**, der ein echter natürlicher Juwel mit Wasserfällen, Kalksteinterrassen und vielfältiger Tierwelt ist.



Marinac Tribunj, Foto: TZ Šternik Knin



**Dalmatien Šibenik**

*So einmalig, so wunderschön*



## 5. Radfahren entlang eines wunderschönen Sees

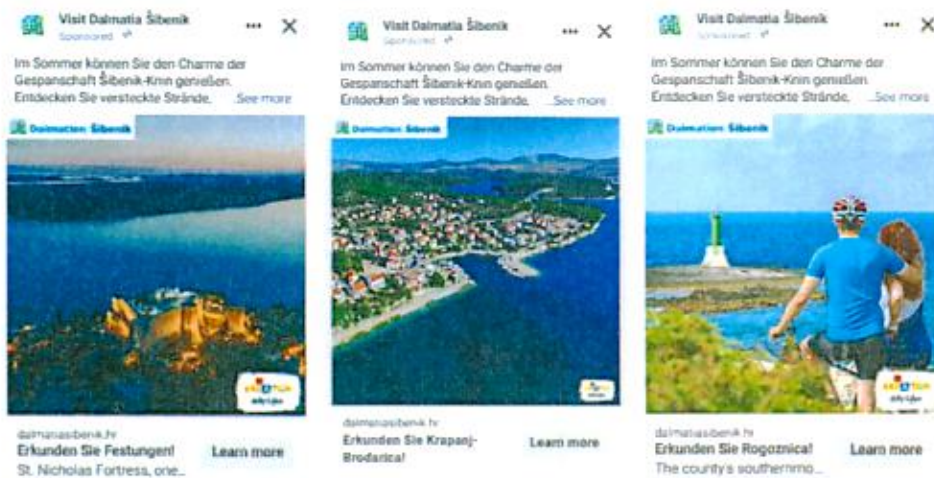
Wenn Sie Naturliebhaber sind und Abenteuer suchen, ist **Rogoznica** definitiv ein Ort, den Sie auf Ihre Bucket List setzen sollten. In Rogoznica gibt es den "Blauen Pfad", einen Fahrradweg, der durch die Landschaft schlängelt und eine ideale Möglichkeit bietet, die natürliche Schönheit zu genießen. Einer der Höhepunkte dieser Region ist der See Zmajeva Otok, ein Naturwunder an der östlichen Küste der Adria. Laut Legende bleiben Paare, die im See baden, bis ans Ende ihres Lebens treu zueinander. Dieses Phänomen ist nicht nur mit Legenden verbunden, sondern auch ein spektakulärer Anblick, der die Besucher in Erstaunen versetzen wird.



natyline / iStockphoto

## 6. Die Entdeckung des verborgenen Schatzes

perfekter Harmonie leben. **Murter** Von Murter ausgang macht, sind die Kornaten, eine Inselgruppe von über 140 Inseln, Inselchen und Felsen in der Nähe. Darüber hinaus können Sie in diesem Gebiet viele verschiedene Arten von frischem Fisch und Meeresfrüchten kosten, die auf traditionelle Weise zubereitet werden. Wenn Sie jedoch lieber Rausch mögen, verzweifeln Sie nicht, denn hier können Sie auch viele andere Spezialitäten wie das beliebte Lamm vom Spieß und unwiderstehliche Süßigkeiten wie Kroljzula und Pritula finden. Neben köstlichem Essen werden Sie sicherlich auch die wunderschöne Atmosphäre der Tavernen genießen, die sich oft in Buchten mit Blick auf das Meer befinden.



- *National Geographic – Traveler (baneri, display-i, novinarske reportaže)*

Kampanja u časopisu National Geographic uključivala je cjelogodišnje oglašavanje u paket ponudi koja je obuhvaćala novinske članke, baner-e i display-e. Kroz kampanju je naglasak stavljen na najjače adute koje u turizmu ima Šibensko-kninska županija: prirodne i kulturne vrijednosti te gastro i eno ponudu.







- *Tip travel magazine*

Šibensko-kninska županija u suradnji s gradovima Šibenikom i Vodicama je svoju turističku ponudu u 2023. promovirala u magazinu Tip Trave. Riječ je o digitalnom interaktivnom online magazinu o turizmu i putovanjima koji izlazi u izdanjima na engleskom, njemačkom i hrvatskom jeziku, a može mu se pristupiti i putem aplikacije u AppStore-u i Issuu.com platforme (vodeće platforma za digitalna izdanja u svijetu). Magazin je čitan u više od 130 zemalja svijeta. Tip Travel magazine je dostupan svim čitateljima bez naknade, što mu omogućava širinu i dostupnost. Nalazi se na aplikaciji za IOS uređaje, te je dosad preuzet iz više od 100 zemalja svijeta. Prosječna čitanost jednog broja je 2,8 milijuna.

Promocija destinacije je vršena kroz cijelu godinu kroz reportaža na 6 stranice u sklopu koje je i oglasni prostor.

# Combining culture and irresistible flavors

National parks, fortresses, UNESCO pearls, cultural and gastronomic delights that not even world-renowned chefs can resist, at every step... Learn more about the charms of the Šibenik region.

There are two national parks in Šibenik-Knin County: Risnjak NP and Kornati NP, and the Duvno Polje Park, which includes natural features and 250 cultural monuments.

It is one of the oldest cities in Croatia, whose walls surround the 17th-century Baroque St. James' Cathedral in Šibenik, the 16th-century fortress in Šibenik.

Šibenik is the only city in Croatia that has been a UNESCO World Heritage Site since 2017.

Šibenik is the only city in Croatia that has been a UNESCO World Heritage Site since 2017.

**R**egardless of whether you're coming to Šibenik by land or by sea, the first thing you will see is a beautiful sight: an old stone city protected by impressive fortresses from above and from the sea, surrounded by a small island and a long rocky peninsula. You will also be delighted by the Western and Mediterranean style of the architecture and the abundance of monuments and particularly the St. James' Cathedral and St. Nicholas Fortress. The stone cathedral is a jewel of the medieval art of Šibenik. It was built over the course of 145 years (from 1513 to 1576), and it is famous for its impressive facade and tower with 77 sculptures of heads with attributes.

Right here to also visit the triangular St. Nicholas Fortress, which has protected the city from the sea since the 16th century. Enjoy the enchanting view of the St. Anthony Channel where there is also a beautiful trail. A visitor's wonder with an echo in sand led to the legend and is especially pronounced in the form of the St. Anthony Channel. The two and a half kilometer long channel is a natural phenomenon and a part of the water cycle that flows through the city. The other important attraction in Šibenik will be the St. Nicholas Fortress. It was built over the course of 145 years (from 1513 to 1576), and it is famous for its impressive facade and tower with 77 sculptures of heads with attributes.

There are two national parks in Šibenik-Knin County: Risnjak NP and Kornati NP, and the Duvno Polje Park, which includes natural features and 250 cultural monuments.

**1** The heart of the city is the area of the Cathedral of St. James, the 16th-century Baroque cathedral in Šibenik. It is a UNESCO World Heritage Site since 2017.

**2** Šibenik is the only city in Croatia that has been a UNESCO World Heritage Site since 2017.

**3** Šibenik is the only city in Croatia that has been a UNESCO World Heritage Site since 2017.

**4** Šibenik is the only city in Croatia that has been a UNESCO World Heritage Site since 2017.

**5** Šibenik is the only city in Croatia that has been a UNESCO World Heritage Site since 2017.

**6** Šibenik is the only city in Croatia that has been a UNESCO World Heritage Site since 2017.

**7** Šibenik is the only city in Croatia that has been a UNESCO World Heritage Site since 2017.

**8** Šibenik is the only city in Croatia that has been a UNESCO World Heritage Site since 2017.

**9** Šibenik is the only city in Croatia that has been a UNESCO World Heritage Site since 2017.

**10** Šibenik is the only city in Croatia that has been a UNESCO World Heritage Site since 2017.

**11** Šibenik is the only city in Croatia that has been a UNESCO World Heritage Site since 2017.

**12** Šibenik is the only city in Croatia that has been a UNESCO World Heritage Site since 2017.



- *In YourPocket i Lust auf Kroatien*

Ova kampanja se odnosi na zajedničko on-line oglašavanje TZG Šibenik i TZŽ Šibensko kninske putem web-stranice koja je prepoznatljiva u svjetskim razmjerima, a podržana je i putem objava na Facebooku i na Instagramu. Kampanja je uključivala pozicioniranje fiksnog bannera dimenzija 300 x 250 piksela na poziciji "homepage Šibenik" od siječnja do prosinca 2023. godine. U istom razdoblju banneri istih dimenzija bili su postavljeni i na pozicijama:

- <http://www.inyourpocket.com/croatia/sibenik/Around-Sibenik>,
- <http://www.inyourpocket.com/croatia/sibenik/Dalmatian-Zagora>.

Cilj kampanje- povećanje broja pregleda na [www.dalmatiasibenik.hr](http://www.dalmatiasibenik.hr)/[www.sibenik-tourism.hr](http://www.sibenik-tourism.hr) te upoznavanje šire publike sa turističkom ponudom destinacije preko prepoznatljivog kanala [inyourpocket.com](http://inyourpocket.com).



- *JET2COM*

Ova kampanja predstavlja destinacijsko oglašavanje Šibensko-kninske županije, Vodica i Šibenika u internim kanalima strateškog partnera. Vrijednost oglašavanja je 42.000 EUR od čega polovicu dijele TZ Šibensko-kninske županije, TZG Šibenik i TZG Vodice. Jet2com Holiday, uz avio prijevoz, od svibnja do rujna nudi i paket aranžmane s tendencijom produljenja sezone na britanskom tržištu.



- *Petit Fute*

Petit Fute je jedan od najvećih vodiča na francuskom tržištu. Uz tiraža 25.000 primjeraka ima i digitalno izdanje s preko 2.5 miliona korisnika aplikacije dostupna u tri jezične varijante.



## XV. OPĆE OGLAŠAVANJE

Opće oglašavanje je još uvijek jedan od glavnih oblika komunikacije u turizmu. Upravo s ciljem informiranja potencijalnih potrošača o regiji kao turističkoj destinaciji i stvaranja pozitivnog stava javnosti, inozemna tržišta se obrađuju putem oglašavanja.

Ovim aktivnostima se potencijalne potrošače želi motivirati da realiziraju odmor u našoj županiji čija raznolikost i zanimljivost se želi promovirati.

MEDIA	FORMAT	EDICIJA	VRIJEDNOST OGLAŠAVANJA	UDIO TZŽ
Outdoor Welten	Tiskano izdanje Tour trip i tour guide on line	Ožujak 2023	2.500 EUR	2.500 EUR
Lust auf Kroatien	Tiskano izdanje Facebook Urlaub Kroatien	Travanj 2023 Jesen 2023	2.590 EUR	2.590 EUR
Morski vodiči – časopis More	Tiskano izdanje Digitalno izdanje	Listopad 2023 Studeni 2023	829 EUR	829 EUR
Lust auf Kroatien Herbst / Winter 2023	Tiskano izdanje Digitalno izdanje	jesen i zima 2023	890 EUR	890 EUR
Top kamping	Tiskano izdanje Digitalna brošura	12 mjeseci	900 EUR	900 EUR
Nautički časopis Vela	Tiskano izdanje	Lipanj 2023	1.500 EUR	1.500 EUR

- *Outdoor Welten – Wander Magazin*

Riječ je o časopisu za njemačko tržište u tiražu od 35.000 primjeraka u kojem se Šibensko-kninska županija u proljetnom i jesenskom izdanju predstavila sa svojom hike i bike ponudom. Časopis se distribuira po svim važnijim njemačkim turističkim sajmovima.



- *Lust auf Kroatien*

TZ Šibensko-kninske županije realizirala je kampanju u proljetnom i jesenskom izdanje sa zanimljivim temama o destinaciji namijenjene njemačkom tržištu.



- *Top camping*

Top Camping magazine se tiska u 50.000 primjeraka, a na svom portal ima mjesečno 300.000 posjeta i oko 3.000 klikova. Isto vrijedi i za Island camping Croatia magazine, koji je jedini hrvatski tiskani medij s temom otočnog kamping turizma, a koji izlazi u 3 jezične verzije te je distribuiran na svim važnijim turističkim i kamping sajmovima.



- *Nautički časopis Vela*

Vela je časopis koji se distribuira na talijanskom tržištu na svim značajnim nautičkim sajmovima promovirajući nautičku ponudu destinacije.



- *Turistična Jazda – TV emisija na poljskom tržištu*

Nakon uspješno započete suradnje na virtualnom izdanju sajma ITB Berlin 2021. godine, kada su u 2021. i 2022. godini realizirane po dvije epizode koje su predstavile gradove Šibenik i Vodice, treća sezona je bila posvećena Šibeniku, Primoštenu i Rogoznici. Emisiju kreira privatna producerska tvrtka Media Net iz Poljske (g. Grzegorz Skrzypak), a prikazuje se u udarnim terminima na TVP Krakow, TVP 3 i TVP Polonia Adventure koje prate i brojni Poljaci u i izvan Poljske. Emisija je prikazana između 12.05. i 19.06.2023. sa prosječnom gledanosti od 2.560.670 gledatelja.

- *Hrvaška*

U posebnom prilogu o Hrvatskoj namijenjenom slovenskom tržištu u travnju 2023. objavljen je oglas destinacije uz PR članak o novostima u destinaciji.



## XVI. UDRUŽENO OGLAŠAVANJE JAVNOG I PRIVATNOG SEKTORA U 2023. GODINI

Oglašavanje hrvatskog turizma u promotivnim kampanjama i kanalima javnog i privatnog sektora u proteklim se godinama pokazalo kao vrlo učinkovit način promocije hrvatskog turizma. Postignuti rezultati u prethodnim godinama dokaz su da takva suradnja omogućuje učinkovitiju promociju hrvatskog turizma, temeljenu na konkretnom interesu i programima koji omogućavaju realizaciju postavljenih ciljeva. Inicijativa Ministarstva turizma i sporta i Hrvatske turističke zajednice zajedno sa sustavom turističkih zajednica oko provođenja mjera udruženog oglašavanja pokazala se uspješnom, te je sukladno čl. 9. i 38. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma TZ Šibensko-kninske županije objavila Javni poziv za provedbu udruženog oglašavanja sa subjektima javnog i privatnog sektora. Sukladno strateškom marketinškom cilju Hrvatske turističke zajednice o povećanju dolazaka u predsezoni i posezoni, udruženo oglašavanje obuhvaća opću destinacijsku promociju, promociju smještajne i ostalih oblika turističke ponude destinacije.

Oglašavanje ponude destinacije (smještajne i ostalih oblika turističke ponude te događanja) odnosi se na ponudu u predsezoni i posezoni, odnosno na cjelogodišnju ponudu u destinacijama koje nemaju izlaz na more ili na turistički nerazvijenim područjima. Glavna sezona obuhvaća minimalno period od 01.06. do 30.09.

### Modeli udruženog oglašavanja

Udruženo oglašavanje provodilo se prema dva modela.

- *I.A. Nositelji smještajne ponude – smještajni objekti*

Propisani udjeli sudjelovanja za ovaj model oglašavanja su:

- sustav turističkih zajednica (TZ županije, općina i gradova) maksimalno do 50%,
- nositelj oglašavanja/ponude minimalno 50%.

Raspodjela sredstava vršila se prema udjelu u ostvarenim noćenjima u 2021. godini i 2022. do dana zaključenja Javnog poziva.

- *I.B. turističke agencije i nositelji ostalih oblika turističke ponude destinacije (mali partneri)*

Malim partnerima se smatraju:

- smještajni objekti do 50 soba ili kampovi do 66 smještajnih jedinica,
- Prednost će imati nositelji smještajne ponude koji imaju oznaku kvalitete „Like Home“.

Status malog partnera dokazuju se vjerodostojnim potvrdama i izjavama koje se prilažu uz prijavu.

Propisani udjeli sudjelovanja za ovaj model oglašavanja su:

- sustav turističkih zajednica (TZ županije, općina i gradova) maksimalno do 50%,
- nositelj oglašavanja/ponude minimalno 50%.

Propisani udjeli sudjelovanja za projekte na turistički nerazvijenim područjima za ovaj model oglašavanja su:

- sustav turističkih zajednica (TZ županije, općina i gradova) maksimalno do 80%,
- nositelj oglašavanja/ponude minimalno 20%.

Media plan se morao odnositi na oglašavanje na ciljanim inozemnim tržištima, a oglašavanje destinacija koje nemaju izlaz na more ili na turistički nerazvijenim područjima mogao se odnositi dodatno i na oglašavanje na domaćem tržištu (nacionalni mediji, mediji u drugim županijama koje su ciljana tržišta).

Uvidom u prijave su razmotreni svi dostavljeni prijedlozi i donesene odluku o prihvaćanju i odabiru predloženih aktivnosti. U prijavi/media planu bilo je potrebno specificirati aktivnosti i iznos sredstava koji se odnosi na promociju turistički nerazvijenih područja. Media plan destinacijskog oglašavanja nije mogao uključivati tekstualne oglase na tražilicama.

Turističke zajednice županije kao koordinatori propisuju i primjenjuju ostale kriterije za odabir partnera/kampanji u ovom modelu. Svi podnositelji prijave, po mogućnosti prije slanja konačne prijave, trebali su usuglasiti moguće udjele sa sustavom turističkih zajednica i shodno tome dostaviti media plan i ostalu propisanu dokumentaciju.

Prilikom odabira sredstva za svakog nositelja oglašavanja trebalo je uzeti u obzir njihov doprinos povećanju turističke potrošnje, dolazaka i noćenja, a prednost je dana oglašavanju ponude bitne za brendiranje destinacije i produženje sezone.

Kriteriji TZ Šibensko-kninske kojim se vodila pri odabiru kandidata su bili usklađenost sa Master planom i Marketing planom ŠKŽ, vrijednosti ulaganja partnera u brendiranje destinacije, udio u ostvarenim noćenjima u prethodnoj godini, cjelogodišnje poslovanje, naglasak na predsezonu i posezonu, viša kategorizacija, specifična ponuda bitna za brendiranje destinacije (cikloturizam, eno-gastronomija, kulturni turizam, touring, tradicija i

sl.), program ili ponuda koji se odvijaju isključivo na području Šibensko-kninske županije, te marketinški učinci kampanje.

U modelu IA – nositelji smještajne ponude – smještajni objekti sukladno kriterijima TZ Šibensko-kninske županije za udruženo oglašavanje posebne ponude obalnih županija – nositelja smještajne ponude prioritet su imali gospodarski subjekti hotelijeri i kampovi s većim udjelom u ukupnim ostvarenim noćenjima u Šibensko-kninskoj županiji, te veći partneri po važnosti i vrijednosti ulaganja u turistički razvoj i brendiranje destinacije.

Grupacija Solaris d.d. iz Šibenika dio je novog branda Amadria Park koji čine visoko kategorizirani hoteli s četiri i pet zvjezdica u Opatiji, Šibeniku i Zagrebu. Svi hoteli tvrtke Solaris d.d. smješteni su u Solarisu u neposrednoj blizini grada Šibenika te su iznimno bogati programima i događanjima.

U kampanjama najveći naglasak tijekom 2023. stavljen je na promociju prioriternih proizvoda koji doprinose produljenom poslovanju hotela i cijele destinacije. U prvom redu tu je veliki naglasak na kongresni i gastro turizam.

NOSITELJ TURISTIČKE PONUDE	MEDIJ	PLANIRANO NETO EUR	VRIJEDNOST KAMPANJE (REALIZIRANO / ODOBRENO)	UDIO TZŽ
SOLARIS	In Your Pocket Google Display & AdWords Društvene mreže - Facebook, Instagram, LinkedIN ADAC Campingfurher Sudeuropa 2023(D) ACSI Campingführer Europa - German edition	28.947,50 EUR	24.326,90 EUR	6.081,73 EUR



## XVII. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI

Promotivne aktivnosti na najvažnijim emitivnim turističkim tržištima naglo su prekinute zbog pandemije 2020. i 2021. godine. Aktivnosti planirane u 2022. godini ostvarene su dinamikom otvaranja tržišta i praćenjem situacije na terenu, au 2023. godini je TZ Šibensko-kninske županije u potpunosti normalizirala intenzitet sajamskih nastupa i predstavila se na 9 općih i specijaliziranih turističkih sajmovu u sklopu štanda HTZ –a:

- CMT (Stuttgart),
- VAKANTIEBEURS (Utrecht),
- NEW YORK TRAVEL SHOW (New York),
- F.R.E.E (München – Hrvatska zemlja partner),
- ITB (Berlin),
- FERIENMESSE (Beč – Hrvatska zemlja partner),-
- FITUR (Madrid),
- BOOT (Düsseldorf),
- WTM (London).

Pored nastupa na sajmovima u sklopu štanda HTZ-a, TZ Šibensko-kninske županije nastupila je i na 6 općih turističkih sajmovu samostalno, u organizaciji regionalnih TZ ili Predstavništva HTZ :

- MATKA (Helsinki),
- DESTINATIONS (London),
- SALON DES VACANCES (Bruxelles),
- BIT (Milano),
- B-TRAVEL (Barcelona),
- BMT (Napoli).

Ponuda Šibensko-kninske županije predstavljena je i na 6 specijalizirana turistička sajma:

- CARAVANING (Düsseldorf) – kamping,
- CAMPING (Parma) – kamping,
- FIETSEN WANDELBEURRS (Utrecht) – aktivni,
- FIERA DEL CICLOTURISMO (Bologna) – aktivni,
- MAP (Paris) – aktivni,
- IL SALONE NAUTICO (Genova) – nautika.

Kod suizlaganja u sklopu štanda HTZ-a koncepcija se temelji na mogućnosti zakupa dijela štanda sa vlastitim poslovnim prostorom sa informativnim pultom i ostalim pratećim sadržajima. Ovaj način predstavljanja pokazao se uspješnim, obzirom na direktan kontakt s poslovnim partnerima i prezentaciju svog turističkog proizvoda. Turističke zajednice ne mogu samostalno nastupati na sajamskim nastupima gdje nastupa HTZ, već isključivo kao suizlagači na štandu HTZ-a. Turističke zajednice nižeg ranga ustroja ne mogu samostalno suizlagati u sklopu štanda HTZ-a, već nastupati mogu isključivo regionalne turističke zajednice. Lokalne turističke zajednice mogu nastupiti u suradnji s turističkom zajednicom županije s kojom samostalno dogovaraju svoje odnose. Također, lokalne TZ mogu stupiti u partnerski odnos s privrednim subjektima iz područja lokalne TZ (hotel, kamp ili putnička agencija), na način da nositelj nastupa bude privredni subjekt, a TZ sufinancira dio troškova nastupa. Vezano na gore navedeno, TZ Šibensko-kninske županije koordinirala je interes turističkih zajednica nižeg ranga ustroja te je po navedenom konceptu zakupila prostor na štandu HTZ-a / predstavništva odnosno dogovorila samostalne zajedničke promotivne nastupe sa regionalnim turističkim zajednicama Like i Dalmacije.

TZŽ Šibensko-kninske se u suradnji sa TZG Šibenika i Vodica, predstavila u sklopu štanda Hrvatske turističke zajednice na turističkim sajmovima za poslovnu i široku publiku u Madridu, Stuttgartu, Utrechtu te Dusseldorfu.

- **MATKA – Helsinki, 19. - 23.01 .2023.**

Nakon tri godine stanke zbog pandemije COVID-19, sajam MATKA u Helsinkiju od 19. do 23. siječnja u izložbenom prostoru Messukeskus Helsinki Exhibition and Convention Centre bio je domaćin je izlagačima iz više od 60 zemalja. Sajam za odmor i putovanja MATKA, najveći sjevernoeuropski turistički sajam, bio je iznimno posjećen, a zemlja partner je bila Grčka.

„MATKA ima veliku ulogu u oporavku cijele turističke industrije. Zajednički prikaz snage turističke industrije i umrežavanje nakon duge stanke, sada je važnije nego ikad“, kazala je Heli Mäki-Fränti, direktorica Finske udruge putničke industrije.

**Broj izlagača:** 900

**Broj posjetitelja:** 50.000

**Informator:** Ivana Lušić (TZŽ ŠKŽ)

- ***FITUR – Madrid, 18. - 22.01.2023.***

Sajam za poslovnu publiku gdje se po prvi put predstavila i TZ Šibensko kninske županije. Tema sajma su bile snažni oporavak turizma na globalnom tržištu i održivost, a posjećenost i entuzijazam, nakon tri godine pauze, premašila su sva očekivanja organizatora.

**Broj izlagača:** 755

**Broj posjetitelja:** 220.000

**Informator:** Nikolina Staničić (TZŽ ŠKŽ)

- ***VAKANTIEBEURS – Utrecht, 12. – 15.01.2023.***

Nizozemcima je Hrvatska, kao i Šibensko–Kninska županija,, vrlo zanimljiva. Vole obilaziti nacionalne parkove i povijesno-kulturnu baštinu. Na području naše županije nalaze se dva nacionalna parka i mnogo povijesnih i kulturnih znamenitosti, tako da su reakcije posjetitelja odlične. Najtraženiji oblici smještaja su hoteli za obitelji s djecom te kampovi uz ponudu aktivnog odmora. Velik broj posjetitelja na našem štandu izrazio je želju i namjeru dolaska kod nas za vrijeme predstojeće turističke sezone te smatramo opravdanim ulaganje u promociju na ovom tržištu i u narednim godinama.

**Broj izlagača:** 1.400

**Broj posjetitelja:** 103.312

**Informator:** Ines Ljubić (TZ ŠKŽ)

- ***CMT – Stuttgart, 14. - 22.01.2023.***

Sajam CMT (Caravan, Motor, Tourismus) prvi je veliki turistički događaj godine u Njemačkoj koji se održao u Stuttgartu od 14. do 22. siječnja. Riječ je o najvećem turističkom sajmu za široku publiku u Europi koji se održava na ukupno 120.000 m<sup>2</sup> izložbenog prostora te kojeg posjeti više od 250.000 posjetitelja.

**Broj izlagača:** 2.192

**Broj posjetitelja:** 265.000

**Informator:** Katarina Aleksić (TZ ŠKŽ)

- ***BOOT – Dueseldorf, 21. - 29.01.2023.***

TZ Šibensko-kninske županije u sklopu štanda Hrvatske turističke zajednice i ove godine predstavljala hrvatsku nautičku ponudu na sajmu BOOT, jednom od najvažnijih europskih nautičkih sajmov, koji se ove godine održavao u svom 51. izdanju u Düsseldorfu od 21 do 29. siječnja. Među suizlagačima, uz TZ Šibensko-kninske županije, na sajmu su nastupili TZ

Splitsko-dalmatinske, Croatia Yachting, Marina Hramina, Marina Veruda, Angelina Tours, Ultra Sailing, Burin Yacht Charter, Offshore Boote te Denebola Charter i Anamore Yachting.

Broj izlagača: 2.000

Broj posjetitelja: 250.000

Informatori: Ines Ljubić (TZ ŠKŽ), Katarina Aleksić (TZ ŠKŽ), Mia Pešić (TZO Primošten)

- **NEW YORK TRAVEL SHOW – New York, 28. - 29.01.2023**

U suradnji s predstavništvom HTZ-a u New Yorku TZ Šibensko-kninske nastupila je kao izlagač u Hrvatskom paviljonu na sajmu New York Travel Adventure Show, 28. i 29. siječnja. Predstavilo se više od 250 svjetskih destinacija, turističkih i kruzer kompanija. Na zajedničkom izlagačkom prostoru u paviljonu predstavili su se i brojni hrvatski izlagači. TZ Šibensko-kninske županije organizirala je i dvije prezentacije za publiku i agente. Za poslovne gospodarske sudionike iz Hrvatske, od kojih su neki bili iz Šibensko-kninske županije, predstavništvo je organiziralo B2B radionicu s više od stotinu američkih agenata. Tijekom sajma održali su se brojni poslovni razgovori, radionice i seminari o najnovijim trendovima putovanja na tržištu SAD-a i svijeta.

Broj izlagača: 250

Broj posjetitelja: 25.000

Informator : Ines Ljubić (TZ ŠKŽ)



- **DESTINATIONS – THE HOLIDAY AND TRAVEL SHOW – London, 02.-05.02.2023.**

Sajam Destinations - The Holiday And Travel Show pod pokroviteljstvom The Times i The Sunday Times održao se od 02. do 05. veljače u London. To je jedan od najstarijih i najvažnijih sajmova turizma u Ujedinjenom Kraljevstvu. Izlaže nekoliko stotina vodećih putničkih agencija i više od 70 turističkih organizacija iz cijelog svijeta. Na okupu se našlo više od 600 vodećih neovisnih turističkih brendova, uključujući turooperatore. Sajam uobičajeno posjeti više od 40.000 ljudi koji imaju priliku upoznati kulturno naslijeđe, prirodne ljepote i gastronomiju mnogobrojnih predstavljenih turističkih destinacija. Za Šibensko-kninsku županiju taj sajam ima izuzetnu važnost zbog produženja sezone budući da britanski gosti tradicionalno stižu u Dalmaciju upravo u predsezoni i posezoni. Tome u prilog ide i najavljeni povećani broj letova iz Londona prema splitskom aerodromu.

Broj izlagača : 600

Broj posjetitelja : 40 000

Informator : Nikolina Staničić (TZ ŠKŽ)



- **FIETSENWANDELBEURRS – Utrecht, 24. - 26.02.2023**

Ovo je sajam specijalizirani za biciklizam i pješaćenje. Na njemu je TZ Šibensko-kninske županije je nastupila zajedno s TZ Splitsko dalmatinske i TZ Ličko-senjske županije koja je bila organizacijski nositelj nastupa, a u sklopu zajedničkog štanda u organizaciji predstavništva HTZ-a u Nizozemskoj. Riječ je o specijaliziranom sajmu za aktivni odmor, pješaćenje i biciklizam

koji je nakon pauze od tri godine održan u Utrechtu u razdoblju od 24. do 26.02. Naš štand je nalazio se u hali gdje su bile smještene i ostale zemlje, zajedno sa specijaliziranim agencijama za aktivni turizam, pješačenje i biciklizam. Osim Hrvatske, svoju ponudu su predstavile i Španjolska, Italija, Grčka, Švicarska, Njemačka, Austrija, Portugal i druge zemlje. Zanimanje posjetitelja je bilo najviše usmjereno na ponudu pješačenja, biciklizam te ostale aktivne oblike turizma. Također, značajna je potražnja za dugim biciklističkim rutama koji obuhvaćaju cijelu Hrvatsku i susjedne zemlje kao rezultat činjenice da su Nizozemci zainteresirani za duga putovanja biciklom (najčešću rutu im čini Italija, obale Hrvatske, Crna Gora, a ponekad se ruta protegne i do Grčke). Riječ je o putovanjima koja nerijetko traju duže od mjesec dana. Također postoji veliko zanimanje za kamping ponudu, kao i za ponudu smještaja u mirnijem, ruralnom području koje postoji mogućnost provođenja aktivnog odmora.

**Broj izlagača :** 430

**Broj posjetitelja :** 27.000

**Informator :** Etida Pavlić (TZO Jezera)



- **SALON DES VACANCES – Bruxelles, 02. - 05.02.2023.**

Sajam Salon des Vacances održan od 02. do 05. veljače u Bruxellesu okupio je oko 300 izlagača, i oko 100.000 posjetitelja. Belgijanci imaju tradiciju dolaska na ovaj sajam, žele običi cjelokupnu ponudu na štandovima koji im nude ideje i mogućnosti što raditi u slobodno vrijeme, kao i informacije o turističkim destinacijama. Na ovom sajmu za mnoge Belgijce počinje sezona putovanja, a posebno cijene činjenicu da na sajmu mogu dobiti pojedinačne i konkretne savjete i odgovore.

**Broj izlagača: 800**

**Broj posjetitelja: 100.000**

**Informator: Ivana Lušić (TZ ŠKŽ)**

- **F.R.E.E. – Munchen, 22. - 26.02.2023.**

Sajam F.R.E.E. Munchen, na kojem je Hrvatska bila zemlja partner, posjetilo je rekordnih 165.000 posjetitelja, a na atraktivnom štandu Hrvatske turističke zajednice, uz TZ Šibensko-kninske županije, svoju ponudu predstavilo je i 27 hrvatskih suizlagača, hotelijera, agencija, prijevoznika te turističke zajednice ostalih županija iz Hrvatske. Tijekom sajma Hrvatska se prezentirala brojnim nastupima, prezentacijama i degustacijama, a ispred Šibensko-kninske županije posjetitelje je tijekom dva dana sajma animirala klapa „Sebenico“ koji su na najbolji mogući način predstavili našu kulturnu baštinu. Vezano na promotivnu kampanju Hrvatske turističke zajednice povodom ulaska Hrvatske u Schengen koja se provodi na svim važnim emitivnim tržištima, TZ Šibensko-kninske županije pojačanim nastupima na sajmovima željela je privući pažnju, što je uspješno ostvarila kako na sajmu u Munchenu, tako i na ostalim sajmovima i prezentacijama koje su se odvijale tijekom siječnja, veljače i ožujka.

**Broj izlagača: 1.300**

**Broj posjetitelja: 165.000**

**Informator: Katarina Aleksić (TZ ŠKŽ)**



- **FIETSENWANDELBEURRS – Ghent, 18. - 19.02.2023.**

Ovo je sajam specijalizirani za biciklizam i pješaćenje. S ovim, za Belgijance izuzetno zanimljivim biciklističkim i pješaćkim sajmom, povezana su se i dva druga događaja: e-Bike Challenge i Mount Expo. Oko 18.000 ljudi posjetilo je sajam tražeći inspiraciju za aktivan odmor ili testirajući električni bicikl. Štand na kojem je predstavljena TZ Šibensko-kninske županije nalazio se u hali u kojoj je bila predstavljene i ostale turističke destinacije, te agencije specijalizirane za aktivni turizam. Osim Hrvatske, svoju ponudu su predstavile Španjolska, Italija, Švicarska, Njemačka, Austrija, Portugal i dr. Posjetitelji su se zanimali za ponudu pješaćenja, biciklizam te ostale aktivne oblike turizma. Također, veliki je bio i interes za kamping ponudu, te privatni smještaj i mogućnosti provođenja odmora u prirodi, kao i za ponudu smještaja u mirnijem, ruralnom području uz mogućnost provođenja aktivnog odmora. Sajam je zbog svoje specijalizacije vrlo zanimljiv i koristan, te ako bi se nastavilo sudjelovanje na istome, nužno je imati specijalizirane brošure, pješaćko i biciklističke karte, te konkretne programe agencija za aktivni turizam i smještajnih kapaciteta. Upiti su uglavnom bili vezani za specijalizirane biciklističke ture te bi svakako trebalo unaprijediti zajedničke programe koji spajaju regije koje se predstavljaju na sajmu, long distance cycling ture, specijalizirane ponude za bicikliste, biciklističke karte...

**Nositelj:** HTZ predstavništvo Benelux

**Suizlagači:** TZŽ Šibensko- kninska, klaster Lika – Karlovac, TZŽ Krapinsko-zagorska

**Broj izlagača:** 312

**Broj posjetitelja:** 15.500

**Informator:** Ivana Lušić (TZ ŠKŽ)

- **ITB – Berlin, 07. - 09.03.2023.**

Tijekom ožujka 2023. TZ Šibensko-kninske županije predstavila je svoju ponudu na vodećem svjetskom turističkom sajmu ITB Berlin gdje je na svom su izlagačkom dijelu zajedno sa TZG Vodica i TZG Šibenika pružila logističku potporu zainteresiranim poslovnim subjektima iz turističke industrije.

**Broj izlagača:** 1.500

**Broj posjetitelja:** 160.000

**Informator:** Katarina Aleksić (TZ ŠKŽ)



- **FERIENMESSE – Beč, 16. - 19.03.2023.**

Značajna prezentacija Šibensko-kninske županije odrađena je u sklopu sajma Ferienmesse u Beču gdje je Hrvatska predstavljena kao zemlja partner, a TZ Šibensko-kninske županije je austrijskoj publici poklonila zabavno-glazbeni nastup klape Sebenico.

**Broj izlagača:** 250

**Broj posjetitelja:** 65.000

**Informator:** Katarina Aleksić (TZ ŠKŽ)

- **BIT – Milano, 12. - 14.02.2023.**

Na sajmu BIT (Borsa Internazionale del Turismo) Hrvatska se predstavljala među 30-ak zemalja i 980 izlagača iz cijelog svijeta. Nositelj hrvatskog nastupa je bio je HTZ - Predstavništvo Milano, a hrvatsku turističku ponudu predstavljali su, osim TZ Šibensko-kninske županije, TZ Kvarnera, Zadarske županije te Grada Zagreba. Na sajmu je sudjelovala i nacionalna avioprijevoznička tvrtka Croatia Airlines, koja je od lipnja najavila nove sezonske linije Split - Milano.

**Broj izlagača:** 980

**Broj posjetitelja:** 45.000

**Informator:** Ines Ljubić (TZ ŠKŽ)



- **BMT – Napoli, 14. - 16.03.2023.**

Na sajmenom prostoru od 12.000 m<sup>2</sup>, u organizaciji Predstavništva HTZ iz Milana, po prvi put se predstavila i TZ Šibensko-kninske županije. Pored TZ Šibensko-kninske županije, ponudu Hrvatske su predstavljali TZ Splitsko-dalmatinske županije, TZ Zadarske županije, Jadrolinija i Amatori. BMT je jedan od najznačajnijih poslovnih sajmova u Italiji, gdje se susreće preko 10.500 agenata iz 25 zemalja, a sve je popraćeno s više od 220 predstavnika talijanskih i inozemnih medija.

**Broj izlagača: 400**

**Broj posjetitelja: 15.000**

**Informator: Nikolina Staničić (TZ ŠKŽ)**



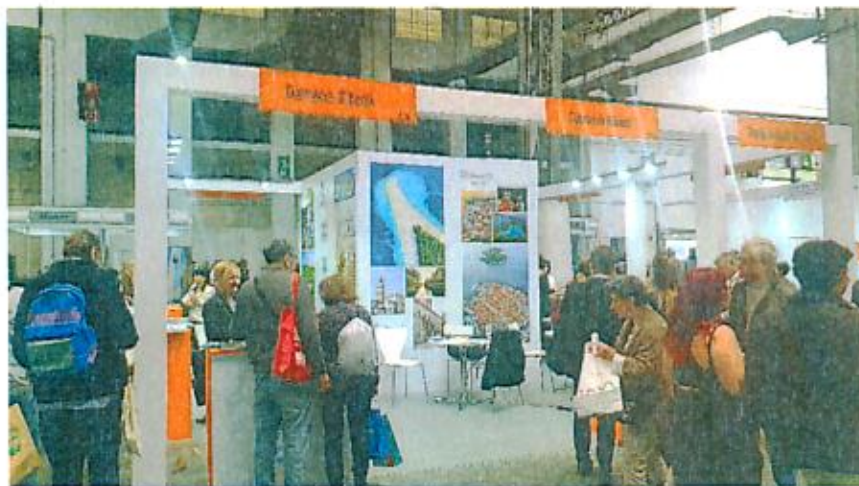
- **B- TRAVEL – Barcelona, 24. - 26.03.2023.**

Tijekom ožujka TZ Šibensko-kninske županije nastupila je i na sajmu B-Travel u Barcelona čiji slogan je bio: „Tu gdje putovanje počinje“. Sajam B-Travel namijenjen je širokoj publici, a posjetilo ga je preko 20.000 posjetitelja. Na sajmu se predstavilo 200-tinjak izlagača iz preko 30 zemalja koji su svoju ponudu predstavili na 6.500 m<sup>2</sup> izložbenog prostora.

**Broj izlagača:** 200

**Broj posjetitelja:** 20.000

**Informator:** Ines Ljubić (TZ ŠKŽ)



- **SALON MONDIAL DU TOURISME – Paris, 16. - 19.03.2023.**

Godišnji svjetski sajam turizma Salon Mondial du Tourisme održavao se u razdoblju od 16. do 19. ožujka 2023. godine u Parizu u prostorima pariškog izložbenog centra Porte de Versailles. Svjetski sajam turizma je okupio 335 izlagača koji su predstavili francuske regije i gradove kao i veliki broj država i svjetskih destinacija. Sajam je posjetilo ukupno 101.000 posjetitelja (od čega 2.868 profesionalaca s područja turizma) te preko 600 novinara.

**Broj izlagača:** 400

**Broj posjetitelja:** 100.000

**Informator:** Anita Franin Pećarica (TZG Vodice)

- **FIERA DEL CICLOTURIZMO – Bologna, 01. - 02.04.2023.**

Sukladno dogovoru o zajedničkim nastupima četiri dalmatinske te Ličko-senjske županije, TZ Šibensko-kninske je bila organizator nastupa na sajmu Fiera del Cicloturismo, koji se održao u Bologni 1 i 2. travnja 2023. godine na 40.000 m<sup>2</sup> izložbenog prostora. Posjetitelji su mogli pronaći sve specifične informacije za planiranje biciklističkog itinerera, birajući najljepše destinacije do kojih je moguće doći biciklom i najbolje bike friendly usluge na svom putovanju. Drugo izdanje sajma premješteno je iz Milana u Bolognu, a posjetilo ga je preko 19.000 posjetitelja. (s trendom rasta 30% u odnosu na prvu ediciju). Uz destinacije i agencije na sajmu su sudjelovali i proizvođači bicikla i popratnih proizvoda. Osim samog predstavljanja na sajmu, TZ Šibensko-kninske županije je sudjelovala i na B2B radionici koju je organizirala Adventure Travel Trade Association & Bologna Welcome.

**Broj izlagača: 90**

**Broj posjetitelja: 19.000**

**Informator: Ines Ljubić (TZ ŠKŽ)**



- **CAMP E CARAVAN SALON – Parma, 09. - 17.09.2023**

U Parmi se od 9. do 17. rujna 2023. godine održao kamping sajam Il Salone del Camper. Na zajedničkom štandu od 16 m<sup>2</sup> predstavile su se turističke zajednice Splitsko-dalmatinske, Zadarske, Šibensko-kninske, Dubrovačko neretvanske i Ličko-senjske županije, kao i udruga Top kamping Hrvatska. Sajam Il Salone del Camper održava se po 14 put u izložbenom prostoru Fiere di Parma, a okuplja brojne profesionalce iz turizma, te je među najposjećenijim kamping sajmovima u Europi. Na izložbenom prostoru od oko 80.000 m<sup>2</sup> izlagalo je 350 izlagača, a sajam je posjetilo preko 130.000 posjetitelja.

Broj izlagača: 350

Broj posjetitelja: 130.000

Informator: Nikolina Staničić (TZ ŠKŽ)



- *CARAVAN SALON – Düsseldorf, 25.08. - 03.09.2023*

Caravan Salon u Düsseldorfu, najveći svjetski sajam automobila i kamp prikolica, značajno je povećao rezultat od prethodne godine te postavio novi rekord. Caravan Salon 2023. bio je izvanredan događaj sa zadovoljnim posjetiteljima i izlagačima, izvrsnim prodajnim podacima i odličnom atmosferom na svim izložbenim terenima. Broj od preko 254.000 posjetitelja više je nego ispunio očekivanja i organizatora i izlagača. To ovaj događaj čini ne samo najpopularnijim sajmom karavana, već i najpopularnijim sajmom za odmor i odmori u Europi. Posebno velik broj posjetitelja bio je u vrijeme dana vikenda. Caravan Salon neprestano raste i naglašava svoju veliku važnost za industriju kao sjajna poslovna platforma i istovremeno kao mjesto iskustva za cijelu obitelj. Caravan Salon jedinstveno je prodajno mjesto i nudi raznolikost vozila i proizvoda. Posjetitelji Düsseldorfa vide najnovije stanje i razvoj karavana, sa svim najnovijim trendovima, inovacijama i vizijama za naredne godine. Sajam u Düsseldorfu najvažnija je platforma za međunarodne stručnjake koji ovdje razmjenjuju ideje i uspostavljaju kontakte. Prateće konferencije i događanja s temama poput mobilnosti ili infrastrukture jačaju položaj Caravan Salona kao vodećeg svjetskog sajma. Ukupno 750 izlagača iz 37 zemalja predstavilo je svoje inovacije i aktualne modele u 16 dvorana i na otvorenom prostoru na više od 250.000 m<sup>2</sup>. Na štandu su bili prisutni predstavnici TZ Šibensko-kninske, Ličko-senjske, Zadarske i Splitsko-dalmatinske županije. Sajam je bio iznimno dobro posjećen, a zahvaljujući brošuri Top Camping u kojoj je kamping ponuda najboljih kampova i mini kampova u županiji

dobro zastupljena, odrađen je iznimno dobar posao na području promidžbe kamping ponude Šibensko-kninske županije. Više od 90% posjetitelja ovog sajma, realno putuju u neku od destinacija o kojoj se informira na sajmu.

**Broj izlagača: 750**

**Broj posjetitelja: 250.000**

**Informator: Katarina Aleksić**

- ***IL SALONE NAUTICO – Genova, 21 - 26.09.2023***

Jedan od vodećih svjetskih nautičkih sajmova - Salone Nautico Genova održao se od 21. do 26. rujna 2023. godine i to u svom 63. izdanju, a na njemu je Turistička zajednica Šibensko-kninske županije, koja je ujedno bila i koordinator sajamskog nastupa, predstavila cjelokupnu turističku, a posebice nautičku ponudu, zajedno sa TZ Zadarske i Splitsko-dalmatinske županije s kojima kao cjelina čini najznačajniji dio nautičke ponude hrvatskog Jadrana. Salone Nautico Genova održao se na čak 200.000 m<sup>2</sup> izlagačkog prostora na kopnu i u moru, a na njemu je nastupilo više od 980 izlagača iz sektora nautičkog turizma, nautičke opreme, jahti i super jahti. O značaju tog sajma svjedoči više od tisuće izloženih plovila i jednako toliko brendova koji se na njemu predstavljaju. Pored toga, sajam je iznimno dobro medijski popraćen i nazoče mu brojni predstavnici svjetskih medija.

**Broj izlagača: 1.500**

**Broj posjetitelja: 103.000**

**Informator: Ines Ljubić (TZ ŠKŽ)**



- *WTM – London, 06. - 08.11.2023.*

Ovogodišnji sajam WTM u Londonu koji se održao od 6. do 8. studenog je jedan od najvažnijih svjetskih turističkih sajmova na koji su došli brojni turistički profesionalci iz cijelog svijeta. Turistička zajednica Šibensko-kninske županije je u suradnji s TZG Vodice i TZG Šibenik u sklopu štanda Hrvatske turističke zajednice zakupila suizlagački prostor i omogućila predstavnicima realnog sektora uvjete za njihove poslovne razgovore i predstavljanje turističke ponude za 2024 godinu. Na WTM-u su se okupili predstavnici Svjetske turističke organizacije (UNWTO), Svjetskog vijeća za putovanja i turizam (WTTC), Svjetske turističke burze (WTM), svjetskog udruženja Skål International i drugih udruženja profesionalaca i biznismena, ministri, državni tajnici i drugi dužnosnici zaduženi za te sektore te brojni profesionalci u turizmu. Na sajmu je ove godine bilo 3.875 izlagača i preko 4.560 agenata iz cijelog svijeta. Na našem suizlagačkom dijelu predstavnici hotelijera su uspostavili značajne kontakte i ugovorili poslove za 2024. godinu.

Broj izlagača :3875

Broj posjetitelja : 50 000

Informator : Ines Ljubić- TZŽ Šibensko kninske



## XVIII. STUDIJSKA PUTOVANJA NOVINARA I AGENATA

U 2023. godine u suradnji s HTZ-om i sustavom lokalnim turističkim zajednicama organizirala su se studijska putovanja novinara i agenata s ciljem bolje promocije turističke ponude na određenim tržištima i pružanja novinarima i agentima potpune informaciju o određenoj turističkoj destinaciji i novostima u njejoj turističkoj ponudi. Uz već postojeće modele, velika pažnja bila je usmjerena i na bloggere tj. organizaciju blog studijskih putovanja. Ovakvim pristupom omogućava se predstavnicima medija i agentima da se upoznaju i familijariziraju s turističkom ponudom, teritorijem, mogućnostima turističkih aktivnosti te za susret s turističkom operativom i proizvodima koje nude.

Ciljevi aktivnosti koje su ostvarene su:

- informiranje o turističkim proizvodima i atrakcijama te motiviranje turističke industrije na veću prodaju aranžmana za turističku destinaciju,
- stvaranje „efekt širenja“ sa više medijske prisutnosti i stanje potpune informiranosti medija o turističkoj destinaciji.

Organizacija samog putovanja tj. programi putovanja rade se u suradnji s HTZ-om, koji financijski sudjeluje u samim putovanjima i u suradnji s lokalnim turističkim zajednicama koje u pojedinim slučajevima manjim dijelom financijski sudjeluju u samom putovanju. Glavni ured HTZ-a pokriva troškove dolaska, transfera i smještaja, a županijske turističke zajednice pokrivaju troškove vođenja, dodatnih obroka i u određenim slučajevima usluga smještaja.

Studijska putovanja predstavnika medija u 2023. godini vršila su se po dosadašnjem principu:

- odabir modela od strane predstavništva HTZ-a, te iscrpna analiza medija s ciljem odabira najutjecajnijih kanala,
- usuglašavanje programa boravka s Glavnim uredom, županijskim i lokalnim turističkim zajednicama (operativno i financijski), fokus na posjete mjestima ili programima koja se želi dodatno ili pojačano promovirati,
- monitoring, sakupljanje press clippinga i objavljenih članaka,
- potenciranje putovanja na određenu temu (proizvod ili posebnost) u odnosu na opća destinacijska putovanja.

Predlaganje tema te organiziranje itinerara i boravka stranih novinara, glavne su aktivnosti TZ Šibensko-kninske županije u svrhu realizacije studijskih putovanja. Većina studijskih putovanja realizira se između mjeseca ožujka i lipnja te rujna i listopada. Ovisno o programu, izvanredno se odobravaju i putovanja u glavnoj sezoni. Studijska putovanja novinara razlikuju se ovisno o



tome tko je inicijator navedenog putovanja: predstavništva HTZ-a, Glavni ured HTZ-a, turističke zajednice županija ili domaći gospodarski subjekti i organizatori događanja.

Edukacijska putovanja agenata organiziraju se u suradnji sa stranim turoperatorom i njihovim domaćim partnerom ili turističkom zajednicom županije. Predstavništva Hrvatske turističke zajednice imaju aktivnu ulogu i služe kao posrednik i savjetnik kod organizacije studijskih putovanja djelatnika putničkih agencija i posrednika u prodaji putovanja. Operativni cilj putovanja je informirati o hrvatskim turističkim proizvodima i motivirati da se proda što više paket aranžmana za Hrvatsku. Ciljne skupine su turooperatori, putničke agencije, agencije specijalizirane za proizvode od posebnog interesa, udruženja, klubovi, itd., a usmjereni na različite turističke proizvode.

- **18.04. - 21.04.2023. *Dodjela Zlatne Penkale***

TZ Šibensko-kninske je bila domaćin za dodjelu godišnje nagrade HTZ-a „Zlatna penkala” koja se dodjeljuje inozemnim predstavnicima medija (novinarima, blogerima, influencerima, itd.) za najbolji objavljeni materijal o Hrvatskoj na inozemnim tržištima u prethodnoj godini. Više od 50 utjecajnih predstavnika turističkih medija boravilo je u Šibensko-kninskoj županiji te su obišli grad Šibenik, NP „Krka”, kanal Sv. Ante i tvrđavu sv. Nikole, vinarije Testament i Baraka te kušaonicu školjku Oyster 22.

- **21.04.2023., *Rej Martin***

Organizirano je studijsko putovanje influencerice iz Kanade Rej Martin. Influencerica je sudjelovala na dodjeli Zlatne Penkale, te je nakon dodjele dodatno obišla područje Šibensko-kninske županije.

- **26.04. – 27.04.2023., *Licia Colo***

TV ekipa koja je posjetila Hrvatsku i snimila 3 zasebne reportaže za talijansku TV LA7. Ekipa je snimala u NP Krka, Visovac, te posjetila grad Skradin i grad Šibenik.

- **04.05.2023., *Vincent O.van Leeuwen***

Vlasnik PR agencije Holiday Croatia Vincent O. van Leeuwen posjetio je gradove Skradin i Šibenik te NP „Krka”.

- **06.05. – 12.05.2023., *Helinskija i Marllen Kuijpers***

Studijsko putovanje Romana Helinskija i Marllen Kuijpers koji su pokazali veliki interes za putovanje u zaleđe izvan gradske vrve. Novinari su posjetili izvor Cetine, crkvu sv. Spasa,

Šarena jezera, izvor Krčić, Napoleonovu cestu, grad Knin, kanjon Čikole, Roški Slap, Ozidanu pećinu, Manojlovačke slapove te noćili su u Promini.

- **07.05.2023., *Fam trip turističkih agenata iz Sjedinjenih Američkih Država***

Studijsko putovanje 31 turističkog agenta iz Sjedinjenih Američkih Država. Svi agenti su pomno probrani i s velikom bazom klijenata. Tendencija je prezentirati grad Šibenik kao poželjnu „home port“ destinaciju za brodove, odnosno polaznu i/ili završnu luku krstarenja čime bi obuhvatili i ostali dijelovi županije.

- **11.05.2023., *EuroMed Regional Congress 2023.***

Međunarodni kongres o upravljanju turizmom i baštinom. Kongres je održan na otoku Murteru, te se održao kroz 3 radionice koje su vezale 3 stručne ekscurzije. Jedna od ekscurzija vezala se za radionicu pod nazivom „Cultural heritage“, a koja se održala u Šibeniku i okupila 25 sudionika.

- **12.05. -17.05.2023., *Romanian Television Society (12.-17.5.)***

Studijsko putovanje rumunjske televizije Romanian Television Society - TVR. Televizija je snimala područje NP Krke, te su posjetili gradove Skradin i Šibenik u kojem su i noćili.

- **19.05. - 22.05.2023., *Adamski Przemyslav***

Novinar je snimao otoke Prvić i Zlarin vlastite autorske emisije namijenjene InfoV4+ programa koji obrađuje turizam, kulturu i kulinarnstvo.

- **22.05. - 26.05.2023., *Amy Courtens , Karen Michiels, Sigrid Rijckoort, Evelyn Jeannette Zielstra, Lars Hilgersom i Bianca Kramer***

Influenceri Amy Courtens, Karen Michiels, Sigrid Rijckoort, Evelyn Jeannette Zielstra, Lars Hilgersom i Bianca Kramer bili su na studijskom putovanju s direktorom predstavništva HTZ-a za zemlje Beneluxa Ivanom Novakom. Influenceri su posjetili Primošten, grad Šibenik, Obonjan, bili na vožnji biciklom kroz kanal sv. Ante, posjetili otoke Prvić i Zlarin, NP Krka, vrelo Cetine, crkvu sv. Spasa, Napoleonovu cestu, Šarena jezera, slap Krčić, Kninsku tvrđavu i muzej grada Knina.

- **22.05. - 26.05.2023., *Tjitske Kingma***

Studijsko putovanje nizozemske novinark Tjitske Kingma koja piše o nautici. Novinarka je posjetila grad Šibenik, NP Krka i grad Skradin, Zlarin, Prvić, NP Kornati i Primošten.

- **22.05. – 23.05.2023., studijsko putovanje u sklopu projekta Turistička valorizacija kanala sv. Ante – 2. faza**

Posjet novom Posjetiteljskom centru u uvali Minerska prije njegova otvorenja za javnost te razgledavanje ostalih popratnih sadržaja u veličanstvenom Kanalu sv. Ante u Šibeniku i posjet značajnom krajobrazu Vodeni tok i kanjon Čikole uz sudjelovanje u zip line avanturi.

- **30.05. – 03.06.2023., novinari iz Nizozemske i Belgije**

Studijsko putovanje novinara iz Nizozemske i Belgije u pratnji Dalibora Soldana zaposlenika u predstavništvu u Belgiji. Ova grupa novinara orijentirana je prema kulturi, prirodi i iskustvima u destinaciji.

- **01.06. – 04.06.2023., Isabella Grassano**

Novinarka piše za časopis s Intimita', lifestyle, putovanja i za Dress code magazine te za rubriku putovanja u dnevniku La repubblica. Novinarka je posjetila grad Šibenik, NP Kornate, Murter, tvrđavu Sv. Nikole, grad Skradin, NP Krka.

- **06.06. – 08.06.2023., Alena Dankova**

Studijsko putovanje Alene Dankove reporterke Češke televizije u Pragu koja preko 17 godina snima istraživačke reportaže za redakciju aktualne publicistike, Prvi program Češke televizije. Istodobno snima turističke reportaže za najstariji i najpoznatiji turistički program „Objektiv“ u Češkoj, koji se emitira od godine 1987. na Prvome programu ČT1 Češke televizije i smješta se između TOP 10 emisija u Češkoj televiziji. Zlatnu penkalu je dobila za reportažu „Istra na tanjuru“. Piše 23 godine turističke i aktualne reportaže za češki dnevnik „Mlada fronta DNES (MF DNES)“ i za sestrinski internetski portal za vijesti koji egzistira preko više od dvadeset godina ([www.idnes.cz](http://www.idnes.cz)).

- **07.06. – 11.06.2023., Parastou Booyash**

Danska novinarka Parastou Booyash je pokazala interes za prirodu, nacionalne parkove, i mjesta bez previše turista. Novinarka je posjetila grad Šibenik, Murter, NP Kornati, NP Krka i otok Zlarin.

- **10.06. - 14.06.2023., Anja Johansen**

Studijsko putovanje norveške influencerice Anje Johansen fokusirano je na prirodu i eno-gastro ponudu. Novinarka je posjetila vinariju Testament, grad Šibenik, NP Kornati, vinariju Baraka, tvrđavu sv. Nikole, grad Skradin, NP Krka, vrelo Četine, crkvu sv. Spasa, Napoleonovu cestu, Šarena jezera, slap Krčić, Kninsku tvrđavu i muzej grada Knina.

- **26.06. -30.06.2023., Willem Daniel i Andries Laros**

Studijsko putovanje redatelja i fotografa Willem Daniela i Andries Laros iz časopisa za kampiranje. Novinari su posjetili Murter, NP Kornati, NP Krka i grad Šibenik.

- **01.09.- 04.09.2023., Poggyasz TV**

Studijsko putovanje mađarske televizijske ekipe koja radi turističku emisiju Poggyasz TV u pratnji direktorice predstavništva Ivane Herceg. Ekipa je posjetila tvrđavu sv. Nikole, posjetiteljski centra kanala sv. Ante, Zlarin, centar Korolja, Prvić, grad Šibenik, NP Krka, PP Dinara.

- **13.09. – 15.09.2023., škotski influenceri**

Studijsko putovanje četvero Škotskih influencera koji su posjetili grad Šibenik, NP Krka i NP Kornate.

- **27.09. - 30.09.2023., poljski novinari**

Studijsko putovanje petero poljskih novinara među kojima su bili predstavnici tri najjača online portala u Poljskoj: Onet.pl, Wp.pl i Gazeta.pl, važnog portala natemat.pl i novinarka jednog od najjačih portala specijaliziranih za turizam WaszaTurystyka.pl. Novinari su posjetili NP Krka, gradove Skradin i Šibenik, Murter, NP Kornati i Primošten.

- **01.10.2023., nizozemski novinari**

Studijsko putovanje novinara ANWB Kampeer Kampioen i SNP Natuurreizen/OpPad.nl. Novinari su posjetili grad Šibenik i NP Krka.

- **11.10.2023., nizozemski novinari**

Studijsko putovanje dvoje novinara. (među kojima je g. Gerdien tajnica udruženja inozemnih turističkih organizacija u Nizozemskoj (ANTOR)), a koji pišu putopisni vodič Perron Europa, na temu željeznica u Europi i putovanja vlakom kao održivog i ekološki prihvatljivog načina putovanja (<https://uitgeverijfjord.com/product/perron-europa/>).

- **12.10. – 16.10.2023., zaklada Willy Scharnow**

Radi se o agentima i članovima zaklade Willy Scharnow sa sjedištem u Frankfurtu. Zaklada ima veliki ugled i utjecaj u turizmu, a jedna od zadaća im je organiziranje info-putovanja za agente i novinare u turizmu (na godišnjoj razini organiziraju oko 85 putovanja diljem svijeta). Agenti

su posjetili grad Šibenik, NP Krka, Prvić, Zlarin, tvrđavu Sv. Nikole, Betinu, Vodice, grad Skradin i Primošten.

- **23.10. – 25.10.2023., inspekcijsko putovanje za kongres belgijskih agencija Selectair**

Predstavnik grupacije agencija Selectair, g. John Van Wulpen i direktor predstavništva Ivan Novak posjetili su Šibenik zbog inspekcijskog putovanja u sklopu pripreme za kongres belgijskih agencija koji se planira održati u rujnu 2024. godine u Šibeniku.

- **25.10. – 26.10.2023., UHPA**

Studijsko putovanje grupe članova UHPA-e u unutrašnjost županije u sklopu kojeg su posjetili NP Krka, Kninsku tvrđavu, Krčić, izvor Cetine i vinariju Vizulin.

- **25.10.2023., predstavnici agencija iz SAD-a**

Obzor putovanja u suradnji sa zrakoplovnom kompanijom Turkish Airlines, nacionalnim zrakoplovnim prijevoznikom Croatia Airlines te uredom Hrvatske Turističke Zajednice u New Yorku organizirali su studijsko putovanje za odabranu skupinu turističkih agenata iz Sjedinjenih Američkih Država s kojima se planira ostvariti suradnju na privlačenju putnika u Hrvatsku.

- **05.11. - 06.11.2023., agenti iz Kine**

Studijsko putovanje šest kineskih agenata, direktorice predstavništva Franke Gulin i njenog asistent g. Chao Huang.

- **21.11. - 23.11.2023., Baodi Yang**

Studijsko putovanje kineske zvijezde i influencerica Baodi Yang (<https://weibo.com/arthearts>) s fotografom. Influencerica je posjetila izvor Cetine, crkvu sv. Spasa, Šarena jezera, izvor Krčić, Napoleonovu cestu, grad Knin, NP Krka, Kninska tvrđava i grad Šibenik.

## XIX. ZAKLJUČAK

Možemo kazati da je 2023. godina predstavljala godinu u kojoj se svjetski turizam nakon posljedica pandemije COVID-19 vratio u svoje normalne tokove što je sa sobom donijelo normalizaciju ukupne turističke potražnje, ali i puni povratak većine konkurentskih destinacija na turističko tržište. To je za posljedicu imalo usporavanje stope rasta turističkih dolazaka i noćenja.

Hrvatski turizam je obilježio i ulazak u Schengensko područje što je olakšalo dolazak gostiju s područja Europske unije te uvođenje eura kao sredstva plaćanja. Uvođenje eura imalo je s jedne strane pozitivan učinak u vidu lakšeg razumijevanja cijena od strane velikog broja naših gostiju, ali se kao negativna strana ovog procesa pokazao porast opće razine cijena koje je stvorilo značajnu reputacijsku štetu hrvatskom turističkom sektoru.

Dinamika kretanja nije bila jednaka u cijeloj 2023. godini. Početak godine je obilježio snažan rast turističkog tržišta je kao baza za usporedbu korišten početak 2022. godine u kojem su se još snažno osjećali odjeci pandemije COVID-19 te sigurnosna nestabilnost izazvana ratom u Ukrajini. U drugoj polovici godine rast je usporen zbog činjenice da se kao osnova za uspoređivanje koristila druga polovica 2023. godine koju je obilježio snažan rast i praktički potpuna normalizacija turističkog tržišta.

Aktivnosti Turističke zajednice Šibensko-kninske županije poprimile su svoju redovnu dinamiku: početak godine karakterizirale su izražene marketinške aktivnosti u vidu oglašivačkih kampanja i sajamskih nastupa, da bi drugim kvartalom dominirala studijska putovanja novinara i agenata. Paralelno, cijelu godinu su obilježile intenzivne aktivnosti na razvoju novih turističkih proizvoda, pokrenuta je izrada nove Strategije turizma Šibensko-kninske županije, organizirane su manifestacija, izrađen novi promotivni filma *More than Beauty...*

U 2022. godini Šibensko-kninska županija je bila domaćin Zlatne penale – godišnje novinarske nagrade HTZ-a, a pored već etabliranih manifestacija Dani otvorenih kušaonica, Pidoća i debit se vole i Outdoor festival pokrenute su i neke nove inicijative koje bi se trebale realizirati kroz 2024. godinu.

Aktivnosti turističke zajednice bile su usmjerene na povratak i zadržavanje zadovoljavajuće razine turističkog prometa, smanjenje razlike u prostornom i vremenskom rasporedu gostiju te poticanje razvoja turističkih proizvoda veće dodane vrijednosti kako bi cjelokupni turistički razvoj rezultiramo maksimalizacijom koristi i zadovoljstva lokalnog stanovništva uz minimalizaciju trošenja prirodnih i kulturnih resursa.

Taj pravac će se nastaviti i u 2024. godini, ali vjerujemo još intenzivnije nego do sad.



