

**SYMBOL
OF THE ADRIATIC.**

BOL TOURIST BOARD



**PRIJEDLOG PROGRAM RADA TZO BOL ZA 2026.
GODINU
SA FINANCIJSKIM PLANOM**

Studenj 2025.

Sadržaj

Uvod.....	3
1. Program rada turističke zajednice – polazište	13
2. Osnovne smjernice planiranja	30
3. Aktivnosti	31
4. Struktura planiranja – tablični prikaz	44
5. Izvješće o izvršenju programa rada	45
Zaključak.....	50

Uvod

1.1.0 dokumentu

Kao i prethodnih godina Prijedlog programa rada TZO Bol predstavlja temeljne odrednice – polazišta, na osnovu kojih su definirani strateški ciljevi i smjernice kao preduvjet razvojnog okvira TZO Bol. Prijedlog programa rada se izrađuje krajem godine za narednu, a polazišna točka za rad je prijedlog četverogodišnjeg plana rada koji je izrađen pri inicijalnoj prijavi a u okviru kojeg su određena osnovna strateška usmjerenja za naredni četverogodišnji period. Obzirom na složenost kulturno-turističkih proizvoda te brojnost dionika čija je uključenost nužna za razvoj, ovaj Prijedlog podrazumijeva usku suradnju svih zainteresiranih dionika počevši od lokalne zajednice. U tom je smislu provedba aktivnosti plana zasnovana na principu intenzivne suradnje tijekom čitavog procesa. Pristup se temeljio na dobrom razumijevanju polazišnih osnova za razvoj te istraživanju stavova dionika o prilikama za unapređenje turističke ponude Bola i izazovima koje je potrebno premostiti.

Dokument je izrađen sukladno Metodologiji i obveznim uputama za izradu godišnjeg programa rada i izvješću o izvršenju godišnjeg programa rada za sve razine sustava turističkih zajednica.

Temeljem članka 3. Zakona o pravu na pristup informacijama (»Narodne novine«, broj 25/13, 85/15) uređeno je pravo na pristup informacijama fizičkim i pravnim osobama putem otvorenosti i javnosti djelovanja tijela javne vlasti. Turistička zajednica Općine Bol javnost informira putem službene web stranice dokumentima i informacijama koje posjeduje i koji su javno dostupni u elektroničkom obliku i moguće im je pristupiti bez upućivanja posebnog zahtjeva, a pristup svim ostalim informacijama i dokumentima ostvaruje se podnošenjem usmenog ili pisanog zahtjeva. Osim navedenog TZO Bol s zainteresiranim strankama komunicira i putem društvenih mreža Instagram i Facebook.

1.2. Analiza postojećeg stanja

1.2.1. Trendovi na međunarodnom tržištu i predikcije za sezonu 2026./2027.

Turizam u posljednjih nekoliko godina ulazi u fazu intenzivnog oporavka i snažnog rasta, potaknut općim povratkom putovanja, širim gospodarskim oporavkom i tehnološkim inovacijama koje mijenjaju način na koji ljudi istražuju svijet. Prema izvješću World Travel & Tourism Councila, sektor turizma već 2025. generira iznimno velik doprinos globalnom BDP-u i zapošljavanju, što potvrđuje da industrija ponovno postaje jedan od najdinamičnijih dijelova svjetskog gospodarstva (hotelnewsresource.com). Dugoročne prognoze dodatno to potvrđuju: WTM Global Travel Report očekuje prosječni rast svjetskog turizma od 3,5 % godišnje tijekom sljedećeg desetljeća, što je više od očekivanog prosječnog rasta globalnog gospodarstva od 2,5 % (traveldailynews.com; vijesti.hrt.hr). Ove statistike ukazuju da će međunarodni turistički tokovi u godinama 2026. i 2027. i dalje jačati te da će potražnja za putovanjima ostati izrazito stabilna.

Jedan od najvažnijih pokretača promjena u turističkom sektoru je rastuća važnost održivosti. Svijet se suočava s ekološkim izazovima, a putnici sve više biraju odgovornije oblike putovanja. Prema istraživanju Business Research Insights, tržište održivog turizma raste impresivnom stopom – očekivani godišnji rast iznosi čak 18,8 % do 2034. godine (businessresearchinsights.com). Akademska istraživanja potvrđuju da politike održivog turizma, poput ekocertifikata, lokalnih zelenih inicijativa i strategija smanjenja ekološkog otiska, imaju mjerljiv pozitivan utjecaj na turističke tokove. Štoviše, njihovi učinci prelijevaju se i na susjedne destinacije, što znači da održive prakse generiraju koristi i izvan granica regija u kojima se primjenjuju (arxiv.org/abs/2504.03608). Noviji radovi dodatno prikazuju kako pravilno balansiranje ekonomskih, društvenih i ekoloških ciljeva može ublažiti problem overtourisma i doprinijeti dugoročnoj stabilnosti destinacija (arxiv.org/abs/2511.14288). Posebno zanimljiv segment su mladi putnici, koji prema istraživanjima pokazuju sve izraženije pro-okolišne navike i preferiraju održive prakse, uključujući odabir lokalnih dobavljača, ekoloških smještaja i angažman u prirodi (arxiv.org/abs/2504.02442).

Paralelno s održivošću, rastući trend globalnog turizma usmjeren je na autentičnost i doživljaj. Putnici više ne žele samo „vidjeti” destinaciju, žele je doživjeti kroz kulturu, gastronomiju i aktivnosti koje odražavaju identitet mjesta. WTM Global Travel Report navodi da se interes sve više preusmjerava prema manje poznatim destinacijama, lokalnim iskustvima i alternativnim vrstama putovanja koje pružaju osobnu vrijednost i osjećaj otkrivanja (vijesti.hrt.hr). U skladu s tim, avanturistički turizam, wellness putovanja i tzv. „wellbeing” iskustva bilježe snažan rast. Prema izvještajima, potražnja za adrenalinskim aktivnostima i putovanjima povezanima s mentalnim i fizičkim zdravljem raste iz godine u godinu (elpais.com).

Jedan od najzanimljivijih novih trendova jest uspon tzv. „noctourisma” noćnog turizma. Pojam obuhvaća širok spektar iskustava koja se odvijaju noću, poput promatranja zvjezdanog neba, aurora borealisa, noćnih fotosafarija i tematskih večernjih tura. Činjenica da je interes za astro-turizam u porastu potvrđuje i rast popularnosti destinacija certificiranih od organizacija koje štite noćno nebo (en.wikipedia.org/wiki/Noctourism). U isto vrijeme, putnici su sve skloniji kupnji lokalnih suvenira ekološke vrijednosti, poput autohtonih prehrambenih proizvoda, začina ili tradicionalnih jestivih artikala, što smanjuje ugljični otisak i povećava ekonomske koristi lokalnih zajednica (forbes.com).

Tehnologija postaje ključni transformacijski element turizma. Digitalizacija sve više određuje način planiranja, rezervacije i doživljaja putovanja. Integrirane platforme, mobilne aplikacije i sustavi za personalizaciju putničkih itinerara već su uobičajeni dio korisničkog iskustva. Izvješća pokazuju da je digitalni ekosustav danas standard, a ne opcija (internationalinvestment.biz). Najnoviji tehnološki trend su digitalni blizanci destinacija, takozvane virtualne kopije stvarnih turističkih lokacija razvijene kako bi se simulirali turistički tokovi, upravljali kapacitetima i predvidjele potencijalne krizne situacije (arxiv.org/abs/2502.00002). Uz to, umjetna inteligencija (AI) omogućava razvoj naprednih chatbotova, prediktivnih modela potražnje i personaliziranih ponuda, čime destinacije mogu bolje razumjeti i služiti potrebama modernih putnika.

Infrastruktura i kapaciteti također su važan dio turističkih trendova. Prema WTM izvješću, rastući kapaciteti u zračnom prometu, hotelima i kruzerskoj industriji jedan su od ključnih razloga globalnog rasta turizma (vijesti.hrt.hr). Međutim, kako popularne destinacije rastu, suočavaju se s izazovima poput prekomjernog broja posjetitelja, nedostatnih smještajnih kapaciteta i pritiska na okoliš. Stoga se sve više potiču investicije u razvoj manje posjećenih područja, čime se turistički promet redistribuira, a destinacije dugoročno čine održivijima i otpornijima.

Kada se analiziraju predikcije za sezonu 2026/2027, može se očekivati daljnji porast međunarodnih dolazaka, uz rekordne razine potrošnje turista, što potvrđuju prognoze WTTC-a i WTM-a (hotelnewsresource.com; traveldailynews.com). Turizam će se sve više oslanjati na iskustvene i održive forme, dok će tehnologija dodatno oblikovati način na koji se destinacije upravljaju i predstavljaju. Noctourism, wellness, održiva putovanja i autentična iskustva postat će dominantni aspekti potražnje, dok će AI i digitalni alati pomagati turističkom sektoru da se prilagodi očekivanjima modernih putnika. Istovremeno će geopolitički rizici, klimatske promjene i pritisak na infrastrukturu ostati izazovi s kojima će se industrija morati aktivno suočavati.

1.2.2. Mediteran i Hrvatska

U tom globalnom kontekstu Hrvatska i Mediteran imaju vrlo snažnu poziciju za sezonu 2026./2027. Pr očekuje se umjeren rast dolazaka na Mediteranu, uz još veći porast potrošnje po gostu, s posebnim naglaskom na kvalitetu, doživljaj, sigurnost i održivost. Hrvatska će nastaviti privlačiti ključna emitivna tržišta središnje Europe, a sve veći interes očekuje se i iz Ujedinjenog Kraljevstva i SAD-a, osobito za gradove i kulturni turizam. Najbrži rast očekuje se u predsezoni i posezoni, zbog izbjegavanja gužvi i rasta segmenta putnika koji traže autentična, mirnija iskustva. Hrvatska ima posebne prednosti u segmentima održivog turizma, prirodnih resursa, kvalitetne gastronomije i sigurnosti. Međutim, suočava se i s izazovima poput prevelikog pritiska na pojedine destinacije, nedostatka radne snage, infrastrukturnih opterećenja i potrebe za jačim upravljanjem kapacitetima. Ukoliko se ovi izazovi adresiraju kroz kvalitetan razvoj proizvoda, digitalnu transformaciju i bolje teritorijalno raspoređivanje

turističkog prometa, Hrvatska može u razdoblju 2026./2027. učvrstiti svoju poziciju kao jedno od najkonkurentnijih mediteranskih odredišta.

Tablica 1. Swot analiza Hrvatskog turizma

SNAGE	SLABOSTI
- Visoka sigurnost, stabilnost i pozitivan međunarodni imidž. - Izrazito očuvana priroda, čisto more, raznoliki krajolici, nacionalni parkovi i bogata kulturna baština. - Geografska blizina i jednostavan pristup ključnim emitivnim tržištima (Njemačka, Austrija, Slovenija). - Snažna prepoznatljivost obale i otoka; veliki broj destinacija s jakim identitetom. - Rastući premium i boutique smještaj te snažna gastronomska ponuda	- Izrazita sezonalnost (dominacija srpnja i kolovoza). - Preopterećenje pojedinih destinacija (Dubrovnik, Split, Plitvice). - Nedostatak radne snage i ovisnost o uvozu radnika. - Relativno nedovoljno razvijen hotelski smještaj u nekim regijama (osobito srednja i južna Dalmacija). - Infrastrukturni pritisak (promet, otpad, voda) na obalna područja.
PRILIKE	PRIJETNJE
- Rastući segment održivog i iskustvenog turizma (aktivni odmor, gastronomija, noctourism). - Širenje predsezone i posezone, osobito kroz city-break i kulturni turizam.	- Geopolitička nestabilnost i ekonomske oscilacije na europskim tržištima. - Povećanje cijena koje može smanjiti konkurentnost u odnosu na Tursku, Grčku ili Španjolsku.

- Razvoj unutrašnjosti (Lika, Gorski kotar, Slavonija, Dalmatinska zagora). - Digitalna transformacija destinacija, primjena AI i pametnih sustava upravljanja. - Premiumizacija ponude i rast interesa za autentičnim iskustvima.	- Klimatske promjene (vrućine, požari, energetske pritisci). - Rizik od daljnjeg rasta overtourisma bez kvalitetnog upravljanja.
--	---

Izrada: Autor

1.2.3. Preporuke za Splitsko-dalmatinsku županiju (fokus: sezona 2026./2027. i strateški razvoj)

1. Ulaganje u kvalitetu umjesto kvantitete

SDŽ mora poticati projekte koji povećavaju kvalitetu smještaja i usluge, a ne broj kreveta. Boutique hoteli, heritage objekti, mali luksuzni kapaciteti i dizajnirane vile trebali bi dobiti prioritet ispred masovnih apartmana.

2. Jačanje predsezone i posezone

Regija ima ogroman potencijal za razvoj turizma u ožujku–svibnju te rujnu–studenom. Fokus treba staviti na: aktivni turizam (hikeri, biciklisti, kajakaši), kulturni i enogastronomski turizam, wellness i „slow travel“, međunarodne sportske i kulturne manifestacije.

3. Razvoj unutrašnjosti — Dalmatinska zagora kao ključan resurs

Dalmatinska zagora ima potencijal postati jedno od najbrže rastućih područja hrvatskog turizma. Regija bi trebala: razviti mrežu outdoor centara i tematskih ruta, poticati OPG-ove, ruralni smještaj i „eko-domaćinstva“, razviti male kulturne i gastronomske festivale izvan sezone.

4. Upravljanje prometom i smanjenje preopterećenja Splita

Split mora implementirati: pametno prometno upravljanje, bolju regulaciju kruzera.

5. Digitalna transformacija destinacije

Županja bi trebala: uvesti integrirane sustave za praćenje posjetitelja, koristiti AI alate za predikcije potražnje i upravljanje kapacitetima.

6. Razvoj noćnog turizma (noctourism)

SDŽ ima više idealnih lokacija za razvoj ovog brzo rastućeg segmenta (otok Hvar – istočni dio, Brač – unutrašnjost, Mosor, Imotska krajina). Programi bi trebali uključivati: noćne ture, certificirane dark-sky zone.

7. Jačanje ljudskih resursa

Potrebno je: ulagati u edukaciju sezonskih radnika, stvarati centre izvrsnosti za ugostiteljske i turističke djelatnosti, poticati lokalno stanovništvo na uključivanje u turizam kroz OPG-ove, vođene ture, male obrte i craft ponudu.

1.2.4. Pregled stanja turističkog razvoja u destinaciji

1.2.4.1. Održivo upravljanje resursima - potrebe

Turizam u Bolu kao jedan od imperativa podrazumijeva odgovorno upravljanje resursima, osobito vodom i energijom. S obzirom na to da se otok Brač suočava s izazovima u opskrbi vodom, važno je promovirati štednju vode, korištenje sustava za reciklažu i upotrebu tehnoloških inovacija koje smanjuju potrošnju. U nekim hotelima i privatnim smještajima već postoje određeni sustavi za ponovnu upotrebu voda (iako se ne radi o otpadnim vodama) dok se u jednom većem hotelu reciklira morska voda za kupaće u bazenima, a mnogi objekti koriste i solarne panele i druge oblike obnovljivih izvora energije. Nadalje, Bol se sve više usmjerava na razvoj zelenih tehnologija i ekološki prihvatljivih transportnih opcija. Biciklističke staze, električni automobili i javni prijevoz postaju ključne komponente strategije održivog turizma, omogućujući posjetiteljima da istraže otok bez velikog utjecaja na okoliš. Zeleni turizam uključuje i poljoprivredne aktivnosti, kao što su berbe maslina, te mogućnost sudjelovanja u tradicionalnoj proizvodnji maslinovog ulja, čime se povezuje turizam s očuvanjem tradicionalnih zanata i gastronomije. Održivi turizam u Bolu ne odnosi se samo na ekološke aspekte, već i na očuvanje kvalitete života lokalne zajednice.

Uključivanje lokalnih ljudi u turističke aktivnosti, omogućavanje im da zadrže svoju autentičnost i tradiciju, te podupiranje malih obiteljskih biznisa, doprinosi ravnoteži između razvoja turizma i dobrobiti lokalne zajednice. Zeleni smještaj, ekoturizam i manja, obiteljska poduzeća ključni su za održivost turizma, jer omogućuju posjetiteljima da dožive autentični Brač, a istovremeno pružaju poslove i prilike za lokalne ljude.

Otok Brač ima dugu tradiciju zadrugarstva, koja odražava napore otočana u poljoprivredi, ribarstvu i drugim gospodarskim djelatnostima. Obzirom na dugu tradiciju vinogradarstva turizam bi se mogao bi usmjeriti i na razvoj vinskih cesta i degustacija, gdje posjetitelji mogu uživati u autentičnim okusima i mirisima ovog kraja, ali i sudjelovati u radovima u vinogradima, što je odlična prilika za održivi turizam, posebice ako se uzme u obzir neiskorišteni adut prve Dalmatinske vinarske zadruge u Boli iz 1902. godine. Budući da je otok Brač kao cjelina jedan kontinuitet života koji se može promatrati iz različitih uglova i perspektiva, bilo da se radio o njegovoj umjetničko-baštinskoj, jezičnoj ili sociološkoj dimenziji, jedan mali dio tog kontinuiteta i različitih perspektiva gledišta može se iščitati upravo kroz fenomen zadruge.

1.2.4.2. Analiza u svrhu izrade Plana upravljanja destinacijom - UHY Consulting / Poduzetnički centar Aktiva

Sukladno Zakonu o turizmu (NN 156/23) i odgovarajućem Pravilniku o metodologiji izrade plana upravljanja destinacijom, uz poštivanje važećih strateških dokumenata, prostornih planova i planova upravljanja kulturnim dobrima Turistička zajednica Općine Bol pristupila je izradi Plana upravljanja destinacijom Bol i Studiji prihvatnih kapaciteta kao strateškog dokumenta usmjerenog razvoju održivog turizma u razdoblju od četiri godine. Primarni cilj plana je osigurati razvoj destinacije u smjeru održivosti, unaprijediti iskustvo posjetitelja, očuvati prirodnu i kulturnu baštinu te doprinijeti dobrobiti lokalne zajednice. Plan predstavlja temelj za donošenje odluka i provedbu mjera upravljanja turizmom u skladu s potrebama lokalne i regionalne samouprave te drugih relevantnih dionika. Za potrebe izrade navedenih studija provedene su analize a sudjelovanje dionika bilo je organizirano kroz fokus grupe, anketno istraživanje i javno savjetovanje, čime je omogućeno aktivno uključivanje različitih perspektiva u proces planiranja (turisti i lokalno stanovništvo).

Analiza aktualnog stanja u destinaciji bila je tema prve fokus grupe. Zbog velikog interesa, rasprava je organizirana kroz dvije zasebne fokus grupe, održane 3. travnja 2025. godine u Bolu.

Prva je okupila predstavnike javnih institucija i ustanova, među kojima su bili Turistička zajednica Općine Bol, Općina Bol, Javna ustanova More i krš, Vodovod Brač d.o.o., Srednja škola Bol, Dobrovoljno vatrogasno društvo Bol, Michelli Tomić d.o.o. i Grabov Rat. Druga fokus grupa okupila je predstavnike privatnog sektora, uključujući poduzetnike u turizmu (npr. privatne iznajmljivače, vlasnike suvenirnica, organizatore različitih izleta), predstavnike hotela, vinare, Aerodrom Brač, Lokalna akcijska grupa u ribarstvu „Brač” i Lokalna akcijska grupa „Brač”. Rasprava na obje fokus grupe temeljila se na analizi ključnih elemenata funkcioniranja destinacije i kvalitete svakodnevnog života u njoj. Poseban naglasak bio je na procjeni postojeće turističke ponude i usluga, identificiranju prostorno-planskih izazova, te funkcioniranju komunalne i javne infrastrukture, uključujući vodoopskrbu, odvodnju, upravljanje otpadom i prometnu dostupnost.

Fokus grupa na kojoj se raspravljalo o prioritetima za daljnji razvoj destinacije održala se u Bolu 13. svibnja 2025. godine. Okupila je dionike iz javnog i privatnog sektora, s ciljem zajedničkog prepoznavanja ključnih potreba destinacije, infrastrukturnih i društvenih ulaganja, inicijativa za očuvanje identiteta mjesta te mogućnosti za bolju međusektorsku suradnju. Sudionici su bili predstavnici Općine Bol, Turistička zajednica Općine Bol, Javne ustanove More i krš, Centra za kulturu Bol, Srednje škole Bol, hotela, Aerodroma Brač, privatni iznajmljivači i poduzetnici u turizmu (npr. vlasnici suvenirnica i pružatelji rekreativnih usluga). Rasprava je bila strukturirana oko prepoznavanja konkretnih potreba za unaprjeđenje turističke i javne infrastrukture, razvoja novih proizvoda i usluga, očuvanja prostornog i kulturnog identiteta Bola, te definiranja mogućih smjerova održivog razvoja turizma. Istaknuta je i potreba za većom međusektorskom suradnjom, kao i uloga lokalne zajednice u oblikovanju budućih projekata. Dio rasprave bio je posvećen i suradnji s regionalnim i nacionalnim institucijama, kao i financijskim okvirima za provedbu projekata.

Lokalno stanovništvo uključeno je u izradu plana putem anketnog istraživanja, koje je provedeno tijekom svibnja i lipnja 2025. godine. Cilj istraživanja bio je prikupiti mišljenja, iskustva i stavove građana o raznim aspektima turizma te njegovu utjecaju na svakodnevni život, prostor i kvalitetu života u Bolu. U istraživanju je sudjelovalo 138 ispitanika s prebivalištem na području Bola.

Uzorak je pažljivo definiran kako bi bio reprezentativan i ravnomjerno obuhvatio ključne demografske skupine prema spolu, dobi i naselju, ali i prema statusu iznajmljivača komercijalnog smještaja. Naime, stavovi o turizmu često se razlikuju među onima koji ostvaruju prihod od turističkih aktivnosti i onima koji nisu izravno povezani s njima. Prema podacima Turističke zajednice Općine Bol, na području općine registrirana su 364 komercijalna iznajmljivača, što čini 26,67 % punoljetnog stanovništva, te je taj udio proporcionalno uključen u ciljani uzorak. Anketa je provedena putem online obrasca koji je distribuiran registriranim iznajmljivačima, te terenski, na javnim i frekventnim lokacijama u Bolu, gdje su anketari metodom slučajnog odabira razgovarali s punoljetnim stanovnicima. Kroz anketu su ispitani stavovi stanovništva o utjecaju turizma na svakodnevni život i kvalitetu stanovanja, percepciji promjena u prostoru, okolišu i infrastrukturi, razini informiranosti i komunikacije s dionicima u turizmu te očekivanjima građana u vezi s budućim razvojem i upravljanjem destinacijom. Rezultati istraživanja prikazani su u okviru ovog dokumenta i detaljno analizirani kroz pokazatelje održivosti i prihvatnih kapaciteta, te čine važnu osnovu za oblikovanje mjera i smjernica unutar Plana upravljanja destinacijom Bol.

Uz uključivanje lokalnog stanovništva, u okviru izrade plana upravljanja provedeno je i anketno istraživanje među turistima i jednodnevnim posjetiteljima, s ciljem prikupljanja podataka o njihovu zadovoljstvu boravkom i ukupnom doživljaju destinacije. Istraživanje je provedeno tijekom srpnja i kolovoza 2025. godine, u vrhuncu turističke sezone. Anketu je ispunilo 379 ispitanika, a bila je dostupna putem online obrasca na više jezika; njemačkom, slovenskom, poljskom, talijanskom, češkom i engleskom; čime je omogućeno kvalitetno uključivanje šireg profila gostiju koji posjećuju Bol. Kroz anketu ispitivana je razina zadovoljstva različitim aspektima destinacije poput izgleda Bola (kulturni i prirodni aspekti) i glavnih atrakcija; gužve na ulicama, trgovima i atrakcijama; utjecaj buke na kvalitetu boravka; stav o prometu u mjestu te zadovoljstvo cjelokupnim boravkom u destinaciji i spremnost preporuke posjeta Bola obitelji, prijateljima i kolegama. Uz fokus grupe i anketna istraživanja, svim zainteresiranim dionicima omogućeno je sudjelovanje i putem javnog savjetovanja o prijedlogu Plana upravljanja destinacijom.

Opće stanje razvoja turizma u općini Bol

Upravljanje turizmom u Općini Bol odvija se kroz djelovanje više institucija na lokalnoj, regionalnoj i nacionalnoj razini. Ključni dionici u ovom procesu uključuju jedinicu lokalne samouprave, turističku zajednicu, regionalne i nacionalne institucije nadležne za turizam, gospodarske subjekte i organizacije civilnog društva. Splitsko-dalmatinska županija ima ključnu ulogu u upravljanju turizmom kroz svoje upravne odjele, Javnu ustanovu Zavod za prostorno uređenje Splitsko-dalmatinske županije i Turističku zajednicu Splitsko-dalmatinske županije.

- **Upravni odjel za turizam, pomorstvo i promet** nadzire i provodi strategije turističkog razvoja te izrađuje analize, izvješća i prijedloge za ravnomjerniji turistički razvoj Županije. Također prati i upravlja pomorskim dobrom, dodjeljuje koncesije za njegovo gospodarsko korištenje te provodi kategorizaciju ugostiteljskih objekata.
- **Upravni odjel za graditeljstvo i prostorno uređenje** bavi se poslovima prostornog planiranja i graditeljstva, izrađuje stručne podloge i prijedloge za prostorno uređenje te prati provedbu prostornih planova.
- **Javna ustanova Zavod za prostorno uređenje Splitsko-dalmatinske županije** odgovorna je za izradu i koordinaciju županijskih prostornih planova te za praćenje njihove provedbe, osiguravajući usklađenost turističkog razvoja s prostornim planiranjem.
- **Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije** djeluje kao regionalna destinacijska menadžment organizacija, usmjerena na strateško planiranje turističkog razvoja, razvoj novih turističkih proizvoda, istraživanje tržišta te koordinaciju i nadzor lokalnih turističkih zajednica.

Ove institucije zajednički osiguravaju održiv i planski razvoj turizma na području Splitsko-dalmatinske županije, omogućujući usklađenost turističkih aktivnosti s prostornim, ekološkim i gospodarskim potrebama regije. Općina Bol, kao jedinica lokalne samouprave, ima ključnu ulogu u planiranju i provedbi turističkog razvoja. Za obavljanje poslova iz samoupravnog djelokruga Općine Bol kao i poslova državne uprave prenijetih na Općinu Bol ustrojava se Jedinstveni upravni odjel za obavljanje svih poslova. Unutar navedenog odjela se brine i o poslovima iz područja turizma.

Glavne odgovornosti Općine obuhvaćaju:

- Izrada i usvajanje planova razvoja turizma u skladu s nacionalnim i regionalnim smjericama.
- Osiguravanje adekvatne komunalne i turističke infrastrukture za podršku turističkim aktivnostima.
- Provođenje lokalnih propisa vezanih uz turizam, ugostiteljstvo i zaštitu okoliša.
- Koordinacija s turističkom zajednicom, privatnim sektorom i civilnim društvom radi unaprjeđenja turističke ponude.

Turistička zajednica Općine Bol (TZO Bol) je ključna organizacija za promociju i razvoj turizma u općini. Njene glavne aktivnosti uključuju:

- promociju destinacije na domaćem i inozemnom tržištu,
- informiranje i edukaciju turističkih dionika,
- upravljanje turističkim informacijskim centrima,
- razvoj i poticanje novih turističkih proizvoda i manifestacija,
- suradnju s Hrvatskom turističkom zajednicom (HTZ), Turističkom zajednicom Splitsko-dalmatinske županije i drugim relevantnim institucijama,
- provođenje statističkog praćenja turističkog prometa u suradnji s Državnim zavodom za statistiku i eVisitor sustavom.

Privatni sektor ima ključnu ulogu u oblikovanju turističke ponude, a uključuje:

- hotelske grupacije, male obiteljske hotele i privatne iznajmljivače,
- ugostiteljske objekte i turističke agencije,
- organizatore aktivnosti i izleta,
- prijevozne tvrtke i nautiku.

Civilno društvo i udruge također doprinose održivom razvoju turizma kroz projekte očuvanja kulturne i prirodne baštine, edukaciju lokalnog stanovništva i inicijative za odgovorni turizam. Institucionalni okvir upravljanja turizmom u Općini Bol rezultat je sinergije između lokalne samouprave, turističke zajednice, regionalnih i nacionalnih institucija, privatnog sektora i civilnog društva. Ova suradnja osigurava održiv i konkurentan razvoj turizma, prilagođen potrebama lokalne zajednice i očekivanjima posjetitelja.

Plan razvoja općine Bol za razdoblje 2021.-2027. godine

Vizija: Bol je izrazito važna mediteranska otočna destinacija visoke prepoznatljivosti koja svoj uspjeh temelji na bogatoj i raznovrsnoj turističkoj ponudi i očuvanju autentičnih vrijednosti područja. Učinkovitim prostornim planiranjem, racionalnim korištenjem i optimalnom valorizacijom prirodne i kulturno-povijesne baštine, jačim povezivanjem gastronomije i poljoprivrede kroz specifične oblike turizma te zadržavanjem povoljnih demografskih kretanja osigurati visoku razinu kvalitete života lokalnog stanovništva.

Strateški ciljevi: (1) Povećanje konkurentnosti gospodarstva i učinkovito upravljanje razvojem turističke destinacije, (2) Unaprjeđenje kvalitete života ulaganjem u ljuski i društveni kapital, (3) Modernizacija infrastrukture i održiv rast uz ekološku i energetska tranziciju.

1 Program rada turističke zajednice – polazište

Osnovne pretpostavke planiranja Prilikom definiranja godišnjeg programa rada turističke zajednice, polazište je u osnovnim ciljevima turističkih zajednica,, pa je u skladu s navedenim rad turističkih zajednica usmjeren na tri glavna pravca djelovanja:

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

- Razvoj i promocija brenda destinacije: Prvi korak u marketinškoj strategiji destinacije je izgradnja snažnog i prepoznatljivog brenda. Bol treba istaknuti svoje jedinstvene karakteristike kao što su Zlatni rat, prirodne ljepote, kulturna baština i ekološki turizam. Kroz brandiranje se mogu naglasiti specifičnosti koje Bol čine posebnom destinacijom, a na temelju toga se može razviti prepoznatljiv vizualni identitet (logo, slogan, boje) SymBolofttheAdriatic #symboloftheadriatic;
- naglasiti vrijednosti koje Hrvatska promovira globalno: prirodnost, sigurnost, autentičan način života, kvalitetnu gastronomiju. Razviti tematske kampanje: Active Bol – sport i avantura, Bol Nightscape – Bol under the Stars: Discover the Night You Didn't Know Existed.", Okusi Brača – gastronomija i kultura, Bol Wellness Escape – wellbeing
- koristiti digitalne kanale, storytelling, videoprodukciju i ciljane kampanje prema tržištima velikog potencijala (UK, Skandinavija, Njemačka, Austrija).
- osiguravanje cjelovitije zastupljenosti specifičnih lokalnih/regionalnih interesa kroz jačanje lokalne/regionalne inicijative i povezivanje dionika na lokalnom/regionalnom nivou radi stvaranja međunarodno konkurentnih turističkih proizvoda. U suradnji sa ostalim Turističkim zajednicama otoka Brača se planira projektno udruživanje, kao i apliciranje na natječaj Lokalne akcijske grupe u ribarstvu Brač.
- Konzultacije s lokalnim stanovništvom i organizacijama: Kroz javne tribine, sastanke i forume, lokalna zajednica može izraziti svoje stavove i prijedloge o tome što smatra važnim za očuvanje i promociju, bilo da se radi o očuvanju kulturne baštine, održivom upravljanju prirodnim resursima ili promociji lokalne gastronomije.
- Poticanje lokalnog angažmana: Uključivanje lokalnih poduzetnika, zanatlija, poljoprivrednika i umjetnika u razvoj turističkih proizvoda, kao i njihovo predstavljanje turistima kroz vođene ture, radionice i manifestacije

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

- Poboljšanje uvjeta boravka turista u destinaciji, razvijati svijest o važnosti i gospodarskim, društvenim i drugim učincima turizma s naglaskom na zaštitu okoliša kao i kulturne baštine sukladno načelima održivog razvoja i koristi koje lokalna zajednica ima od turizma te aktivno uključivanje TZ u korištenje sredstava EU fondova.
- Aktivna suradnja s lokalnim restoranima, hotelima, vinarijama, ugostiteljskim objektima i organizatorima manifestacija ključna je za promociju i razvoj održivog turizma. Razvoj zajedničkih promotivnih kampanja i paketa za posjetitelje, poput popusta na smještaj uz najam bicikala, ili specijalnih gastronomskih večeri, može poboljšati iskustvo turista i produžiti njihov boravak.

Vrijednosti koje TZO Bol implementira u sve sfere svog poslovanja su:

- **SURADNJA I TIMSKI RAD** - Suradnja s različitim ustanova koje djeluju u području turizma, sporta i kulture, predstavnicima gospodarstva i društva u svrhu unapređivanja procesa stvaranja kvalitetne turističke ponude
- **RAZNOLIKOST I INKLUZIJA** - Poštivanje prava, običaja, razlika i dostojanstva drugih. Inkluzija svih pripadnika društva u aktivnosti koje organizira TZO
- **ETIČNOST** - Iskrenost i integritet kao misao vodilja u svim poslovima i segmentima djelovanja te visoka razina odgovornosti za vlastite radnje i postupke
- **IZVRSNOST** - Savjesna potraga za izvrsnošću u radu, istraživanju i edukaciji
- **DRUŠTVENA ODGOVORNOST** – Odgovorno i održivo upravljanje vlastitim poslovnim procesima kako bi se ostvario pozitivan učinak na društvo u cijelosti
- **INOVATIVNOST** - Inovativnost i kreativnost pri kreiranju vrhunskog kulturno-turističkog doživljaja

OSTVARENA NOĆENJA I STRUKTURA GOSTIJU U DESTINACIJI BOL 2025.

* Sve tablice izrađene su sukladno podacima dostupnim na platformi e-Visitor i stranicama Državnog zavoda za statistiku <https://podaci.dzs.hr/>

Tablice 1., 2., 3. i 4. Statistička analiza po mjesecima

I - VI	2025.	2024.	I 2025/2024
Domaći	23.076 15%	16.065 10%	144
Strani	135.041 85%	140.310 90%	96
Ukupno	158.117 100%	156.375 100%	101

VII - VIII	2025.	2024.	I 2025/2024
Domaći	60.760 18%	52.703 15%	115
Strani	281.950 82%	288.388 85%	98
Ukupno	342.710 100%	341.091 100%	101

IX - XI	2025.	2024.	I 2025/2024
Domaći	16.355 13%	11.535 10%	142
Strani	109.992 87%	100.387 90%	110
Ukupno	126.347 100%	111.922 100%	113

Ukupno	2025.	2024.	I 2025/2024
Domaći	100.191 16%	80.341 13%	125
Strani	526.983 84%	529.241 87%	100
Ukupno	627.174 100%	609.582 100%	103

Tablica 5: Hotelski smještaj

	2025.	2024.	I 2025/2024
Domaći	61.189 17%	46.885 13%	131
Strani	293.502 83%	305.125 87%	96
Ukupno	354.691 100%	352.010 100%	101

Tablica 6: Privatni smještaj

	2025.	2024.	I 2025/2024
Domaći	35.200 14%	30.113 13%	117
Strani	208.445 86%	197.498 87%	106
Ukupno	243.645 100%	227.611 100%	107

Tablica 7: Nekomercijalni smještaj

	2025.		2024.		I 2025/2024
Domaći	3.040	18%	2.683	15%	113
Strani	14.128	82%	14.756	85%	96
Ukupno	17.168	100%	17.439	100%	98

Tablica 8: Kampovi

	2025.		2024.		I 2025/2024
Domaći	729	6%	614	4%	119
Strani	10.533	94%	11.434	96%	92
Ukupno	11.262	100%	12.048	100%	93

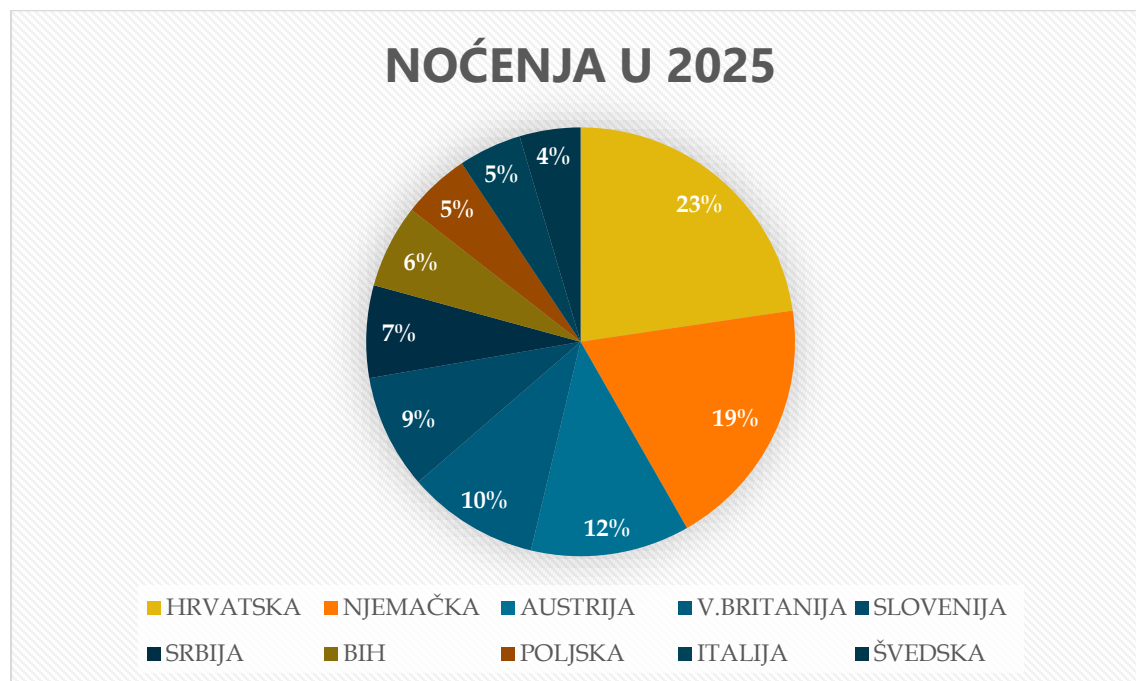
Tablica 9: Struktura gostiju -noćenja

	2025.		2024.		I 2025/2024
Hrvatska	100.191	16%	80.341	13%	125
Njemačka	84.302	13%	83.170	14%	101
Austrija	52.974	8%	59.678	10%	89
V. Britanija	43.916	7%	42.444	7%	103
Slovenija	38.135	6%	35.946	6%	106
Srbija	30.818	5%	23.209	4%	133
BIH	27.804	4%	23.256	4%	120
Poljska	22.541	4%	21.876	4%	103
Italija	21.046	3%	21.734	4%	97
Švedska	20.303	3%	24.025	4%	85

Tablica 10. Struktura gostiju -dolasci

	2025.		2024.		I 2025/2024
Hrvatska	24.393	20%	18.601	17%	131
Njemačka	12.061	10%	11.924	11%	101
V.Britanija	8.838	8%	8.526	8%	104
Austrija	8.065	7%	8.843	8%	91
Slovenija	5.572	5%	5.141	5%	108
BIH	4.975	4%	4.093	4%	122
Italija	4.371	4%	4.585	4%	95
Švedska	3.701	3%	4.374	4%	85
Poljska	3.581	3%	3.468	3%	103
Srbija	3.448	3%	2.544	2%	136

Graf 1. Grafički prikaz noćenja 2025.



Tablica 11. Ostvarena noćenja po mjesecima

	2025	2024	I 2025/2024
Ožujak	649	1.918	34
Travanj	11.413	14.309	80
Svibanj	39.431	45.948	86
Lipanj	106.000	93.348	114
Srpanj	169.911	169.223	100
Kolovoz	172.799	171.868	101
Rujan	94.440	89.008	106
Listopad	30.392	22.914	133
Studeni	1.568	570	275

Tablica 12. Ostvarena noćenja 2024/2025

	2025		2024		I 2025/2024
Hotelski smještaj	354.691	57%	352.010	58%	101
Privatni smještaj	243.645	39%	227.611	37%	107
Nekomercijalni smještaj	17.168	3%	17.439	3%	98
Kampovi	11.262	2%	12.048	2%	93

Tablica 13. Ukupno ostvarena noćenja po organizaciji dolaska

	2025		2024		I 2025/2024
Agencijski	175.495	28%	178.010	29%	99
Individualno	451.679	72%	431.572	71%	105
Ukupno	627.174	100%	609.582	100%	103

Tablica 14. Broj turista po dobnoj strukturi

	2025	2024	I 2025/2024
0-17	20.570	20.161	102
18-34	30.625	30.016	102
35-54	41.900	39.924	105
55+	24.308	22.067	110

Iz priloženih tablica možemo vidjeti kako smo u 2025.g. ostvarili 627.174 noćenja u prvih jedanaest mjeseci što u odnosu na 2024. kada samo ostvarili u istom razdoblju 609.582 predstavlja rast od 3%. Više od polovine od ukupnog broja noćenja ostvareno je u hotelskom smještaju tj. 354.691 noćenje što predstavlja rast od 1% u odnosu na isto razdoblje prošle godine. Što se tiče privatnog smještaja, u prvih jedanaest mjeseci ostvareno je 243.645, što predstavlja rast od 7 % u odnosu na isto razdoblje 2024.g. Pad broja noćenja već drugu godinu zaredom bilježe kampovi. Indikativan podatak je da su Hrvati po prvi put u povijesti na prvom mjestu i po broju dolazaka i po broju noćenja što ne znači da bilježimo pad na ostalim tržištima izuzev tržišta Austrije gdje bilježimo pad od 11 % u odnosu na 2024. te tržište Švedske gdje bilježimo pad od 15 % u odnosu na 2024., na svim ostalim tržištima poput Njemačke, Velike Britanije, Slovenije, Poljske bilježimo rast broja noćenja. Izuzetno veseli činjenica da smo u glavnim ljetnim mjesecima ostali na istoj razini noćenja kao i prethodne godine, dok smo rast bilježili u mjesecima predsezone (lipanj) te posezone (rujan, listopad pa i studeni) što znači da se odmičemo od pretjerane sezonalnosti. Prosječan boravak turista u Bolu je 5.3 noćenja što nas izdiže od ostalih konkurentskih destinacija u okruženju tipa Hvar gdje je prosječan boravak turista 2.6 dana. Dakle još uvijek smo poželjna višednevna destinacija, a ne tranzitna ili „one day“ destinacija. Dobre brojke u predsezoni (lipanj) te posezoni (rujan, listopad, studeni) dugujemo prvenstveno organizaciji serije ITF Turnira (4 turnira – 2 u svibnju, 2 u listopadu), kongresima Agronomskog fakulteta Osijek (01.-06.06.), Kongresu elektrotehničara, kongresu ravnatelja srednjih škola, Veteranskom svjetskom prvenstvu u tenisu za kategorije 70,75,80,85,90 (listopad), Sabatini (Studenj). Što se tiče broja noćenja ovo je uz 2018 (632.263), i 2019 (632.160). najbolja sezona u bolskoj povijesti. Razlika je dakle u 5000 noćenja.

Posebna pažnja stavljena je na sljedeće segmente iz Strategije razvoja održivog turizma RH do 2030. godine:

Kvaliteta života i dobrobit lokalnog stanovništva – Unaprijediti kvalitetu života lokalnog stanovništva u turističkim destinacijama. U strategiji identificiran kao ključan izazov Hrvatskog turizma, posebice za otoke. Kvaliteta života se smanjuje u zonama više turističke razvijenosti (zbog veće ovisnosti u turizmu), no utječe i na ostalo područje (primarno kroz ostatak lanaca vrijednosti).

Održivi razvoj nužno implicira maksimalizaciju pozitivnih i minimalizaciju negativnih ekonomskih, društvenih i okolišnih učinaka turizma što će osigurati unapređenje razine kvalitete života lokalnog stanovništva.

Potreba za ublaženjem sezonalnost turističkih aktivnosti: Cjelogodišnjem turističkom prometu, kao i smanjenju prostornog opterećenja pojedinih dijelova Destinacije, posebno će doprinijeti daljnji snažniji razvoj posebnih oblika turizma. Ublažavanjem sezonalnosti povećat će se održivost poslovnih modela i investicijskih planova, ali i unaprijediti mogućnosti zapošljavanja i sigurnosti radnih mjesta u turizmu.

Uključivanje lokalne zajednice u procese donošenja odluka o razvoju održivog turizma: S obzirom na to da i lokalno stanovništvo i dionici javnog sektora upravo u lokalnom stanovništvu vide jednog od najznačajnijih dionika turističkog razvoja, no istovremeno upozoravaju i na problematiku njegove niske razine uključenosti, nužno je poticanje značajnije participacije lokalne zajednice.

Smanjenje opterećenja iz turizma na prostor, sastavnice okoliša i prirodu uz poticanje kružnog gospodarstva: Potrebno je smanjiti opterećenja koja turizam generira na sastavnice okoliša usmjeravanjem ulaganja prema okolišno prihvatljivijim rješenjima izgradnje turističke infrastrukture i poslovanja svih uključenih dionika, odnosno poticanjem kružnog gospodarstva te razvoja zelene i plave infrastrukture uz podršku implementaciji eko-inovacija usmjerenih k smanjenju onečišćavanja i neracionalnog upravljanja.

Osiguranje inovativne i digitalne transformacije turizma: U cilju osiguranja konkurentnosti i poticanje razvoja pametnih destinacija neophodno je pratiti ubrzane tehnološke promjene. Digitalna transformacija ključnih dionika u turističkom lancu vrijednosti trebala bi se osigurati potporama i poticanjem inovacija i digitalizacije poduzetnika i drugih dionika u turizmu s ciljem razvoja novih inovativnih turističkih proizvoda i usluga, razvoja turističke infrastrukture sigurnosti i upravljanja turistički tokovima.¹

Provedbeni program Općine Bol za razdoblje 2021. – 2025. godine donosi niz mjera usmjerenih na unaprjeđenje turizma, ključne gospodarske grane općine. Program se temelji na misiji očuvanja autentičnih vrijednosti područja i viziji Bola kao prepoznatljive mediteranske otočne destinacije s bogatom i raznovrsnom turističkom ponudom.

Tablica broj 15. Procjena trenutne razine kvalitete sukladno postavljenim ciljevima

OCJENA RAZINE KVALITETE PO OPĆIM CILJEVIMA				
Naziv cilja	Nezadovoljavajuća razina kvalitete	Minimalna razina kvalitete	Zadovoljavajuća razina kvalitete	Visoka razina kvalitete
Razvoj i marketing destinacije				X
Osiguravanje cjelovitije zastupljenosti specifičnih lokalnih/regionalnih interesa			X	
Poboljšanje uvjeta boravka turista u destinaciji			X	

Tablicu izradio Autor

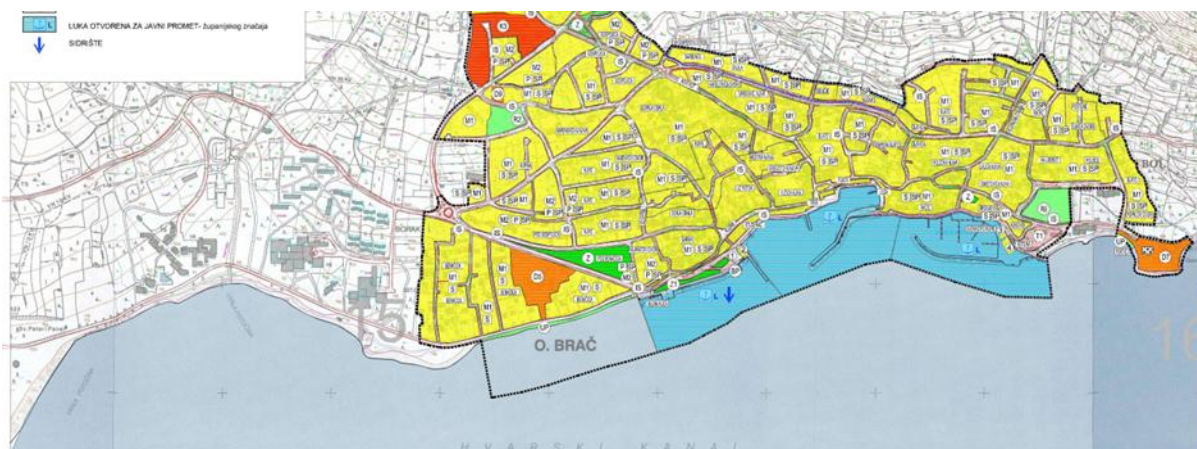
¹ Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine, Ministarstvo turizma i sporta, 2022.

Planirani kapaciteti u nautičkog turizmu

Na području naselja Bol planirana je morska luka otvorena za javni promet županijskog značaja (pristajanje putničkih brodova i nautički dio) istočno i zapadno od postojeće luke.

U tijeku je rekonstrukcija, tj. dogradnja morske luke Bol otvorene za javni promet županijskog značaja. Obuhvat zahvata nalazi se unutar obuhvata prostornog plana Općine Bol i najvećim dijelom unutar važećih granica lučkog područja. Točan obuhvat luke određen je Urbanističkim planom uređenja naselja Bol (UPU, Službeni glasnik općine Bol br. 5/2009, 11/14, 1/15 i 7/15) i označen oznakom: L MORSKA LUKA OTVORENA ZA JAVNI PROMET-županijskog značaja

Slika 1: Luka nautičkog turizma otvorena za nautički promet Bol



Izvor: STUDIJA TURISTIČKOG NOSIVOŠĆI I KAPACITETA OPĆINE BOL, 2025.

Dogradnju luke predviđeno je izvesti u 3 faze, koje će slijediti nastavno jedna za drugom:

1. faza – obuhvaća izgradnju novog istočnog nautičkog dijela luke - područje od dijela istočno od postojeće luke Bol do rta kod "Stare fabrike".
2. faza – obuhvaća sanaciju i dogradnju postojećeg središnjeg dijela luke Bol - od zapadnog dijela luke do dijela istočno od luke.
3. faza – obuhvaća uređenje nove obalne linije, izgradnju dva platoa za sezonski prihvrat vozila te gat, uz uređenje kopnenog dijela zahvata - područje zapadno od postojeće luke Bol na potezu od područja Bilina kuća do benzinske postaje.

Izvori i metode prikupljanja podataka za izradu plana TZO Bol

Predmetna analiza sastoji se od teorijskog i istraživačkog dijela stoga su korišteni različiti izvori i metode prikupljanja podataka. Korištena je stručna literatura iz područja turizma te razni web izvori kako bi došli do određenih podataka aktualnih danas. Svi ostali podaci izvedeni su iz 30 godina postojanja TZO-a Bol.

PESTEL analiza pokazuje da je Bol iznimno osjetljiv na ekološke i ekonomske čimbenike, koji čine dvije najutjecajnije kategorije opće okoline. Ekološka dimenzija posebno je naglašena zbog klimatskih promjena, erozijskih procesa na Zlatnom ratu i visokog sezonskog opterećenja okoliša. Ekonomski čimbenici, uključujući sezonalnost, inflaciju i ovisnost o stranom tržištu, snažno utječu na održivost turističkog sektora i planiranje rada TZO-a. Političko-institucionalni i pravni okviri također imaju značajan utjecaj, posebno zbog novih nacionalnih politika održivog turizma i regulacije pomorskog dobra. To zahtijeva usku koordinaciju TZO-a s općinom, komunalnim službama i županijskim razvojnim institucijama. Socijalni čimbenici postaju sve važniji zbog promjena u ponašanju turista (rastući interes za aktivni, gastronomski i noćni/astro turizam), ali i zbog demografskih izazova poput starenja stanovništva i sezonskog uvoza radne snage. Tehnološka dimenzija predstavlja veliku priliku: digitalizacija destinacije, upravljanje gužvama, napredno oglašavanje i razvoj aplikacija mogu znatno poboljšati kvalitetu doživljaja i upravljanje destinacijom. Sveukupno, Bol se nalazi u okruženju s velikim prilikama za premium, održivi i diverzificirani turizam, ali istovremeno mora upravljati ekološkim i ekonomskim rizicima koji mogu ograničiti daljnji rast.

Tablica 17. Analiza dimenzija i elemenata opće okoline TZO-a Bol [Izvor: Prema vlastitom istraživanju]

Dimenzija	Elementi okoline	Utjecaj na TZO Bol
P – Politički / institucionalni	Nacionalne strategije održivog turizma; lokalne prostorne politike; regulacija turističkog prometa; EU politike o održivosti; regulacija obale i pomorskog dobra	Utječu na smjer razvoja destinacije, ograničenja i mogućnosti projekata; potreba usklađivanja planova s nacionalnim dokumentima; obvezna suradnja s općinom i županijom; mogućnosti financiranja kroz EU programe
	Stabilnost lokalne vlasti i institucionalna koordinacija	Povoljna ili nepovoljna klima za provedbu investicija i strateških projekata; važna je suradnja TZO–Općina–komunalne službe
E – Ekonomski	Sezonalnost prihoda; ovisnost o stranom tržištu; kretanja cijena u turizmu; inflacija; ulaganja u infrastrukturu	Utječe na mogućnosti zapošljavanja, planiranje proračuna TZO-a i produljenje sezone; TZO mora razvijati proizvode izvan špice sezone
	Kućanstva i privatni iznajmljivači kao glavni nositelji prihoda	Važna edukacija i motivacija za podizanje kvalitete; prilika za boutique i premium segment
	Potencijal za EU financiranje i javno-privatna partnerstva	Omogućuje veće infrastrukturne i razvojne projekte (outdoor, noctourism, digitalizacija)
S – Socijalni	Demografsko starenje; odliv mladih; sezonska radna snaga	Utječe na kvalitetu usluge i potrebu za edukacijom te radnom snagom iz drugih zemalja
	Stav lokalnog stanovništva prema turizmu	Ključan za održivost destinacije; potreba za participacijom građana u planiranju
	Promjena ponašanja turista (aktivni turizam, autentičnost, noćna iskustva)	TZO mora razvijati nove proizvode (outdoor, gastro, noctourism, wellness)
T – Tehnološki	Digitalizacija destinacije; aplikacije za upravljanje gužvama; e-ticketing; big data i AI	Omogućuje bolje upravljanje posjetiteljima, marketing i razvoj proizvoda; potreba ulaganja u digitalne alate za Zlatni rat i outdoor
	Brz internet i remote work trend	Prilika za privlačenje digitalnih nomada i stvaranje destinacije za duži boravak
E – Ekološki / okolišni	Osjetljivost obale; promjene oblika plaže Zlatni rat; klimatske promjene; toplinski valovi	Povećava potrebu za održivim upravljanjem i diverzifikacijom proizvoda izvan plaža
	Prirodni resursi (more, vjetar, staze, Vidova gora)	Velik potencijal za aktivni turizam i noctourism; potreba za zaštitom okoliša
	Upravljanje otpadom i vodom u sezoni	Utječe na kapacitet destinacije i zadovoljstvo posjetitelja
L – Legalni	Zakon o turizmu i destinacijskom menadžmentu; regulacije o obalnom području; zakoni o javnim okupljanjima; propisi o smještaju	Utječu na planiranje manifestacija, razvoj novih sadržaja, upravljanje plažnim područjem i standarde smještaja
	Mogućnost regulacije prometa i javnih površina	TZO i općina zajednički definiraju pristup Zlatnom ratu i prometne mjere

Sukladno tome postavljani su specifični ciljevi za TZO Bol za 2026. godinu:

Temeljeno na prethodnoj analizi i strateškom okviru razvoja Bola, možemo formulirati specifične ciljeve TZO Bol za 2026. godinu. Ciljevi su formulirani tako da budu SMART (Specifični, Mjerljivi, Održivi, Realni i vremenski definirani) i usklađeni s trendovima i nacionalnim strategijama turizma.

Specifični ciljevi TZO Bol za 2026. godinu

1. Produženje turističke sezone - Povećati broj posjetitelja izvan glavne ljetne sezone za 20% kroz razvoj pred- i posezonskih turističkih paketa.
2. Održivi razvoj destinacije - Implementirati plan održivog upravljanja Zlatnim ratom i drugim ključnim plažama, uključujući regulaciju posjetitelja i zaštitu okoliša, uz minimalno negativan utjecaj na prirodne resurse.
3. Diversifikacija turističke ponude - Razviti najmanje 5 novih turističkih proizvoda i doživljaja do kraja 2026., uključujući noćne ture (noctourism), sportske događaje i gastronomske itinerere lokalnih proizvoda.
4. Digitalizacija i pametna destinacija - Uvesti digitalne sustave za upravljanje posjetiteljima, aplikacije za rezervacije i e-ticketing za atrakcije, te pratiti zadovoljstvo turista digitalnim anketama s ciljem povećanja prosječne ocjene iskustva na 4,5/5.
5. Povećanje participacije lokalne zajednice - Uključiti minimalno 20 lokalnih OPG-ova, ugostitelja i obrtnika u programske aktivnosti i promotivne kampanje TZO-a, jačajući lokalnu ekonomiju i autentičnost destinacije.
6. Povećanje prihoda i zapošljavanja - Povećati ukupne prihode turističkog sektora u Bolu za 15% u odnosu na 2025. godinu, uz povećanje broja sezonskih i stalnih radnih mjesta u turizmu za 10%.
7. Brandiranje i promocija destinacije - Pozicionirati Bol kao premium destinaciju turizma na najmanje 3 nova međunarodna tržišta (npr. SAD, Skandinavija, UK), kroz integrirane marketinške kampanje.

2. Osnovne smjernice planiranja

2.1. Prihodi

IZVORNI PRIHODI TZO BOL U 2026.:	360.000,00 EUR
1.1 Turistička pristojba	300.000,00 EUR
1.2 Članarina	60.000 EUR
2. Prihodi iz proračuna općine/grada/županije i državnog proračuna	10.000 EUR
3. Prihodi od natječaja - regionalne TZ / NP	10 000 EUR
4. Prihodi iz EU fondova	45 000 EUR

Nastavno na rezultate provedenih analiza te u skladu s predloženim smjerovima razvoja turističkih sadržaja i proizvoda, TZO Bol planira drugu etapu projektnog prijedloga za apliciranje na natječaj Lokalne akcijske grupe u ribarstvu Brač koji će biti raspisan u skladu s Lokalnom razvojnom strategijom LAGUR-a Brač, u 2026. godini.

**Napomena:*

- Sredstva iz Fondova što ih HTZ transferira prema RTZ i LTZ, HTZ iskazuje u grupi zadaća FONDOVI – posebne namjene te ista ne iskazuje na prihodovnoj strani programa rada. - RTZ sredstva iz Fonda za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent koja joj doznačuje HTZ, a koja RTZ daljnje doznačuje prema LTZ, RTZ iskazuje u grupi zadaća FONDOVI – posebne namjene. Dodatno, naprijed navedena sredstva RTZ ne prikazuje kao prihode s obzirom da su LTZ-i krajnji korisnici sredstava.

Aktivnosti

Kod pojedinačno planiranih aktivnosti iste je potrebno iskazati prema sljedećim odrednicama: cilj aktivnosti/detaljan i precizan opis aktivnosti, nositelji aktivnosti i partneri (Organizacijska jedinica unutar ureda), iznos potreban za realizaciju aktivnosti, rokovi realizacije.

1. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE 10.000,00 EUR

1.1. Izrada strateških / operativnih / komunikacijskih / akcijskih dokumenata: 10.000,00 EUR

1. U 2026. godini TZO Bol planira pristupiti izradi dokumenta „Sistematizacija unificirane signalizacije, reklama i nazivlja objekata turističke destinacije Bol“ Dokument bi trebao predstavljati cjelovit plan i smjernice za standardizaciju vizualne i informativne komunikacije u destinaciji Bol. Njegova svrha je osigurati jedinstven i prepoznatljiv vizualni identitet destinacije, olakšati orijentaciju posjetiteljima te osigurati dosljednu primjenu znakova, reklama i naziva objekata u cijeloj općini. Sadržaj dokumenta trebao bi uključivati sljedeće stavke: Standardi vizualnog identiteta, Kategorizacija i tipologija znakova i reklama, Pravila za nazivlje objekata, Integracija u prostor i infrastrukturu, Održavanje i kontrola kvalitete te Prijedlog implementacije – plan faznog uvođenja unificiranih znakova i reklama, uključujući odgovorne subjekte i vremenski okvir. Za izradu istog bi se podugovorila specijalizirana consulting tvrtka. Sredstva 10.000,00 EUR., Nositelj aktivnosti i partneri: TZO Bol, Općina Bol, Grabov rat

Ciljevi aktivnosti:

- Uspostaviti jedinstvene boje, fontove, simbole i logotipe za sve znakove, reklame i nazivlje objekata u destinaciji Bol.
- Osigurati da svi informativni, usmjeravajući i promotivni znakovi budu pregledni, razumljivi i konzistentni, olakšavajući turistima i posjetiteljima orijentaciju.
- Uvesti pravila za označavanje hotela, restorana, kulturnih i sportskih objekata, trgovina i drugih turističkih lokacija kako bi se postigla vizualna i funkcionalna uniformnost.

- Prilagoditi oznake, reklame i nazivlje postojećoj infrastrukturi, poštujući prirodne i kulturne resurse destinacije.
- Uspostaviti sustav redovitog nadzora, ažuriranja i uklanjanja neusklađenih ili oštećenih elemenata kako bi standard ostao primjenjiv i dugoročan.

2. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA

170.000,00 EUR

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

2.1. Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda 5.000,00 EUR

- 2.1.1 Zajedno projektno udruživanje 8 jedinica lokalne samouprave otoka Brača po pitanju izrade zajedničkog vizualnog identiteta. Projekti i zahvati koji se provode zajednički se osmišljavaju, koordiniraju i provode od uključenih turističkih zajednica svih 7 općina i grada Supetra.

Putem turističkih zajednica zastupljeni su njihovi članovi (privatni iznajmljivači, mali obiteljski hoteli, ugostitelji i drugi). Osnovna je ideja da, uz jasnu distinkciju proizvoda, usuglašeni na nivou strategije klastera, svaki dionik zauzme svoju poziciju u istom pritom ne ugrožavajući poziciju drugih dionika. Time je ostvaren temelj za razumijevanje snaga i resursa te je postavljena baza za daljnje aktivnosti na nivou klastera. Nužno je da se glavni dionici i nositelji turističke djelatnosti i promocije na području Otoka Brača u cilju povećanja turističkog prometa i jačanja pozicije na turističkom tržištu, udruže. Glavni dionici i nositelji u klasteru su turističke zajednice otoka Brača.

2.1.2 Prijedlog strategije promocije lokalnih OPG-ova – Bol

Očekivani rezultati: Povećanje prepoznatljivosti lokalnih OPG-ova i njihovih proizvoda. Jačanje ekonomske održivosti OPG-ova kroz direktnu prodaju i promociju.

Stvaranje autentičnih turističkih iskustava koja povezuju gastronomiju, kulturu i lokalnu zajednicu. Dugoročno pozicioniranje Bola kao destinacije koja promiče lokalne proizvode i tradiciju.

2.2. Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda: 2.000,00 EUR

1. *Hrana i piće oduvijek su bili važan motiv turističkih putovanja, a njihov značaj na suvremenom turističkom tržištu postaje sve veći. Autentična gastronomska ponuda u suvremenom turizmu postaje prepoznatljiv i sve traženiji turistički proizvod.*

Sukladno gore navedenom Enogastronomija je identificirana kao jedan od turističkih proizvoda te se TZO Bol kani usredotočiti na unapređenje ponude ove vrste kroz razrađeni ciklus aktivnosti za 4 godine. TZO Bol izražava inicijativu i potiče lokalne ugostitelje na umrežavanje i udruživanje radi povećanja kvalitete gastronomske ponude, kreiranja edukacijskih sadržaja, nove turističke ponude i slično.

4. Etapa biti će provedena u 2026. godini:

Četvrta etapa :

- Organizirati će se tematska gastronomska iskustva u vidu vinskih ruta, branja maslina, tematskih radionica, tečajeva kuhanja, berbi grožđa i sl. u suradnji s proizvođačima autohtonih proizvoda i ugostitelja.
- Uspostava distributivno/prodajnih centara gastronomskih proizvoda klastera, uz ponudu gastro delicija i suvenira, a osmišljeni su i programi (npr. degustacije, tečajevi i sl.)

2.3. Podrška razvoju turističkih događanjima: 151.000, 00 EUR

TZO Bol u 2025., podržati će financijski i organizacijski sljedeća sportska, kulturna i zabavna događanja:
(stavke od 1 do 13 nisu detaljnije razrađene budući da se već provode više godina uzastopno)

1. Potpora kulturno zabavnim manifestacijama - Bolsko kulturno ljeto, manifestacija koja se održava od sredine lipnja do kraja rujna 2026.
Sredstva: **10.000,00** Nositelj aktivnosti i partneri: CZK općine Bol, TZO Bol Rok: lipanj / rujan 2026.

2. Match Bol Open, tenis turnir za rekreativce koji se održava u listopadu 2026.
Sredstva: **2.000,00** Nositelj aktivnosti i partneri: TZO Bol, Športsko društvo Bol
3. Humanitarna kros utrka „Đir oko Bola“ koja se održava 1. svibnja 2026.
Sredstva: **2.000,00** Nositelji aktivnosti i partneri: TZO Bol, Big Blue sport centar
- 4.. MeetEATing Mediterranean - festival kulture koji se održava u lipnju 2026.;
Sredstva: **4.000,00** Nositelj aktivnosti i partneri : TZO Bol, Udruga IMENA
5. Na 2Kola oko Bola -biciklistička utrka u listopadu 2026.;
Sredstva: **3.000,00** Nositelj aktivnosti i partneri: TZO Bol, Big Blue sport centar
6. Graffiti na gradele - manifestacija urbane kulture koja se održava krajem srpnja 2026.
Sredstva: **2.500,00** Nositelj aktivnosti i partneri : TZO Bol, Udruga GNG
7. Božićni grad - manifestacija koja se održava u prosincu 2026. na bolskoj rivi.
Sredstva: **2.000,00** Nositelj aktivnosti i partneri: TZO Bol, CZK Bol
8. DRŽAVNO PRVENSTVO u klasi IQFOIL U 9. mjesecu te dva puta pripreme za juniore iz cijele Hrvatske u klasi IQFOIL, jednom u 5. mjesecu a jednom u 9. mjesecu 2026. u suradnji sa Hrvatskim jedriličarskim savezom.
Sredstva: **3.000,00** Nositelj aktivnosti i partneri: TZO Bol, KJD Jidro
9. ITF Senior Open – MT 400, tenis turnir za seniore – svibanj 2026.
Sredstva: **3.000,00** Nositelj aktivnosti i partneri : TZO Bol, Sunce hoteli dd, HTS
10. ITF Senior Open – MT 700, tenis turnir za seniore – listopad 2026.
Sredstva: **3.000,00** Nositelj aktivnosti i partneri: TZO Bol, Sunce hoteli dd, HTS
11. Kongresni turizam – suradnja s franšiziranim organizatorima kongresa i podrška kongresnom turizmu u suradnji s Blu Sun hotelima –održavanja je Hotel Elaphusa. Suradnja s organizatorima kongresa Agronomski fakultet Osijek, Međunarodni simpozij Agronoma.
Sredstva **7.000,00** lipanj, Nositelj aktivnosti i partneri TZO Bol, 2026.
12. Ilica Jakšić Čokrić Puko – 3 izložbe i retrospektivna izložba te organizacija niza manifestacija u njegovoj režiji kao i pomoć u organizaciji kulturnih događanja CZK I TZO Bol
Sredstva: **4.000,00** Nositelj aktivnosti i partneri : Ilica Jakšić Čokrić Puko, TZO Bol, Czk Brač Rok: 2026.
13. Noć Muzeja Sredstva: **1.000,00**

Nositelj aktivnosti i partneri : TZO Bol, Czk Bol, Rok: Siječanj 2026.

14. BolBeats/BollSoul Festival, Nakon uspjeha Bolsoula i slušajući zahtjeve tržišta stvoren je novi festival glazbe, Bolbeats - srednjogodišnja avantura glazbenih užitaka.

Nositelj aktivnosti i partneri: Sunce hoteli i Tzo Bol, Rok: svibanj 2026. Sredstva: **1.500,00**

15. Natjecanje u lovu na lignje Bolsko lignjadura - Riječ je o postsezonskom događanju koji bi privukao brojne lignjolvce iz Hrvatske i svijeta te prijatelje naše otočne turističke metropole. Sudjelovanje u natjecanju moguće je uz uplatu kotizacije od 25 eura za cjelokupni program te posjedovanje svih valjanih dozvola (za ribolov, upravljanje brodicama...)

Ciljane aktivnosti: Marketinška kampanja (online/offline- trajanja cca. 1-4 mjeseca),

Angažmana glazbenih izvođača, angažman voditelja programa, najam pozornice, razglasa i rasvjete.

Nositelj aktivnosti i partneri TZO Bol, Općina Bol, Športsko ribolovno društvo Šampjer, Ugostiteljski objekti.

Sredstva **10.000.00**, listopad svake godine, 2026.

16. Sportsko - zabavni Božić - manifestacija koja se održava u prosincu 2026., na SRC Poljana - Bol. Sredstva: **2.000,00** Nositelj aktivnosti i partneri :TZO Bol, Športsko društvo Bol

17. BlueSun Circuit (Futures Turniri) u trajanju od 2 tjedna. ITF Teniski turniri nižeg ranga profesionalaca. Turniri su dio serije Golden Circuit, koju čini čak 20 ITF Pro turnira, što je čak 5% svih turnira iz Futures serije u svijetu. Više od 1000 tenisača i tenisačica sudjeluje u turnirima serije Golden Circuit, u čijem sklopu je po 10 muških i ženskih turnira.

Sredstva: **55.000,00**

Nositelj aktivnosti i partneri : HTS, sunce Hoteli, TZO Bol, Općina Bol, svibanj i listopad 2026.

18. Vallum fest, međunarodno natjecanje vatrogasnih društava

Sredstva: **1.500,00**

Nositelj aktivnosti i partneri: DVD Bol, TZO Bol, Općina Bol, listopad 2026.

19. Akcija Bol bez Boli - Medicinski pregledi za lokalno stanovništvo i turiste (Udruga Beck Together, dr. Natko Beck izlazi na teren sa svojom opremom) Akcija traje 7 dana.

Sredstva: **4.000,00**

Nositelj aktivnosti i partneri : TZO Bol, Općina Bol, listopad 2026.

20. Tenis klub Zlatni rat, Rekreativni dječji turnir za tenis za djecu SDŽ ali i klubove otoka Brača, HUT turnir, HTS turnir

Sredstva: **2.000,00**

Nositelj aktivnosti i partneri: TZO Bol, HTS, TK Zlatni rat, tokom cijele godine 2026.

21. „Bol - čuvar priča“ novi je projekt učeničkog novinarskog tima Osnovne škole Bol pod nazivom „Bolski reporteri“. Konačni rezultat projekta je multimedijaska zbirka priča, tekstova i videozapisa o Bolu na četiri jezika, dostupna na webu, društvenim mrežama i YouTube kanalu, a na samom kraju projekta i u tiskanoj brošuri koja će sadržavati QR kodove s video zapisima, kratke tekstove i slike. Brošura je namijenjena mještanima Bola, ali ponajprije turistima. Cilj izrade brošure jest suradnja s Turističkom zajednicom i Općinom Bol te korištenje istog materijala u edukativne i gospodarske svrhe.

Sredstva: **1.500,00**

Nositelj aktivnosti i partneri : TZO Bol, Srednja škola Bol, tokom cijele godine 2026.

22. Slovenija u Bolu – slovenski OPG – gostovanje poznatih slovenskih vinara i proizvođača autohtonih domaćih proizvoda u Bolu.

Sredstva: **3.000,00**

Nositelj aktivnosti i partneri: TZO Bol, Vitrina Bol, Varadero Bol, svibanj 2026.

23. Bol under the Stars – Discover the Night You Didn't Know Existed." (hrvatska verzija: "Bol pod zvijezdama – Doživi noć kakvu još nisi upoznao.") BRANDING KONCEPT ZA NOCTOURISM: "BOL NIGHTSCAPE" "Night Above the Sea" – vodeći proizvod brenda, tihi hike, promatranje zvijezda, priče o zvijezdima i Jadranu, astro-fotografija, noćne ture na Vidovu goru - "Star Trails Bol"

Sredstva: **4.000,00**

Nositelj aktivnosti i partneri : TZO Bol

24. TZO Bol će podržati - sufinancirati i druge kulturno, zabavne i sportske manifestacije i događanja s ciljem obogaćivanja bolske turističke ponude i produženja sezone a temeljem natječaja za sufinanciranje manifestacija kojeg će raspisati u veljači/ožujku 2026.

Sredstva: **20.000,00**

Nositelj aktivnosti i partneri: TZO Bol

2.4. Turistička infrastruktura: 2.000,00 EUR

1. Održavanje postojećih pješačko - biciklističkih staza sa pratećom signalizacijom te izrada iste
2. Revitalizacija penjališta Smokovje (signalizacija i mapiranje te održavanje hvatišta)

Sredstva: **2.000,00 EUR**

Nositelj aktivnosti i partneri : TZO Bol, KJD Bol Rok: travanj/svibanj 2026.

2.5. Podrška turističkoj industriji: 12.000 EUR

Stvaranje atraktivne ronilačke lokacije i turističke atrakcije kroz potapanje starog borbenog aviona (primjerice tipa Jastreb ili MiG) u obalnom pojasu Bola, uz potpuno sigurnosno i ekološko pripremanje aviona, tzv. „artificial reef“ ili turistički / ronilački projekt.

Sredstva: **12.000,00 EUR** Nositelj aktivnosti i partneri: TZO Bol, Big Blue diving Centar od siječnja do travnja 2026.

Ciljevi aktivnosti:

- ✓ Razviti eno gastronomski proizvod i diversificirati turističku ponudu,
- ✓ Kreirati dodatne motive dolaska gostiju u pred i posezoni,
- ✓ Promovirati autentični sadržaj kroz afirmiranu turističku ponudu,
- ✓ Podizanja kvalitete i obogaćenja turističke ponude,
- ✓ Unaprijediti kvalitetu turističkog proizvoda,
- ✓ Otvoriti novo bogatstvo turističkih doživljaja storytellingom,
- ✓ Stvoriti konkurentnu pozicioniranost Bola kao destinacije.

3. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJA

53,500,00**EUR**

- 3.1. Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice
- 3.2. Suradnja s organizatorima putovanja
- 3.3. Kreiranje promotivnog materijala
- 3.4. Internetske stranice
- 3.5. Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka
- 3.6. Turističko-informativne aktivnosti

3.1. Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice: 10.000,00 EUR

1. Nastup na dva vodeća turistička sajma Munchen (veljača 2026.) i još jedan međunarodni sajam ovisno o otvaranju prema drugim tržištima ostavlja se mogućnosti izmjene sukladno potrebi, posebne prezentacije u koordinaciji sa regionalnom TZ i drugim TZ otoka Brača te nazočnost poslovnim radionicama u zemlji i inozemstvu.

Sredstva **5.000,00 EUR** Nositelj aktivnosti i partneri: TZO Bol, regionalna TZ Rok: ožujak/studeni 2026.

2. a) Dan TZO Bol - 8. listopada, obilježava se Dan TZO Bol, toga dana 1954. osnovano je TD Bol, tog dana ili koji dan kasnije po odluci Turističkog vijeća organizira se svečana sjednica Skupštine te dodjela godišnjih turistička priznanja zaslužnom fizičkim i pravnim osobama u turizmu Bola kao i dugogodišnjim turistima za njihovu vjernost turističkom Bolu.

Sredstva: **5.000,00** Nositelj: TZO Bol, Rok: listopad 2026.

3.2. Suradnja s organizatorima putovanja **5.000,00 EUR**

1. Podrška u organizaciji studijskih putovanja novinara, predstavnika organizatora putovanja i agenata u suradnji s regionalnom turističkom zajednicom i HTZ-om.

Sredstva: **5 000,00** Nositelj: TZO Bol Rok: 2026.

3.3. Kreiranje promotivnog materijala **27.000,00 EUR**

1. Kreiranje promotivnog materijala

U 2026. izvrši će se tisak: Karta plana Bola - godišnje ažurirano izdanje / digitalna mapa /web aplikacija / PVC kartice / Geolokacija korisnika/ kalendar i pregled svih aktivnosti u Bolu

Sredstva: **7.000,00** Nositelj: TZO Bol Rok. travanj 2026.

Ostali tisak i trošak skladištenja

Sredstva: **4.000,00** Nositelj: TZO Bol prosinac 2026.

2. Oglašavanje i kampanje na društvenim mrežama i YouTube kanalu kao i drugim digitalnim platformama (online marketing).

Sredstva **1. 000,00 EUR** Nositelj: TZO Bol Rok 2026.

Oglašavanja u tiskanim medijima samostalno, ili u suradnji sa regionalnom TZ i drugim TZ otoka Brača, udruženo oglašavanje sa dionicima u turizmu Bola. (offline marketing)

Sredstva: **15.000,00** Nositelj: TZO Bol, Sunce Hoteli i Bretanide Rok: 2026.

3.4. Internetske stranice: **5.500,00 EUR**

1. Internet stranice:

Redizajn postojeće web stranice bol.hr, da bi se krajnjim korisnicima pružilo bolje i modernije iskustvo. Stranica će uključivati potpuni redizajn sa novim opcijama i značajka u svrhu lakšeg i preglednijeg

surfanja i traženja vijesti i tema koje korisnika zanimaju. Sredstva: **2.000,00** Nositelj: TZO Bol Rok: 2026.

Najam servera; Sredstva: **1.000,00** Nositelj: TZO Bol Rok: 2026.

Web kamere i server za online streaming; Sredstva **2.500,00** Nositelj: TZO Bol Rok: 2026.

2. Aplikacija "Travel Green Europe" pruža putnicima popis proizvoda, usluga i odredišta diljem Europe. Aplikacija radi s portalom Tourism2030 za održivi i odgovorni turizam kako bi korisnike informirali o zelenim izborima koji se mogu napraviti na putovanju, s naglaskom na ekoturizam i ponude zelene destinacije. Način rada "Zeleno mapiranje" namijenjen je profesionalnim korisnicima za izradu vlastitih "Zelenih putnih karata". Kako bi se dobio pristup više informacija i koristila platforma Tourism 2030 za dijeljenje vlastitih podataka, potrebno je kreirati besplatni račun kao korisnik Tourism 2030. * *Ova aktivnost je besplatna a pomaže u unaprijeđenju destinacije*

Na ovaj način Destinacija Bol se može pridružiti globalnoj zajednici održivog turizma i staviti svoju organizaciju (TZO Bol ali i sve gospodarske turističke subjekte) na globalnu kartu korisničke zajednice Tourism2030 kako biste poboljšali svoje mogućnosti umrežavanja, suradnje i širenja.

Prednosti korisničke zajednice:

- Komunikacija s drugim profesionalcima koji rade na održivom razvoju turizma
- Baza znanja o turizmu 2030
- Turizam 2030 DestiNet usluge
- Going Green Toolkit za odredišta i mala i srednja poduzeća
- Inicijativa za odbrojavanje za turizam 2030
- Inicijativa Travel Green Planet Mapping

3.5. Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka 5.000,00 EUR

1. Prikupljanje, otkup i arhiviranje foto, video i druge dokumentacije - ažuriranje vlastite baze turističkih podataka.

Sredstva: **5.000,00** Nositelj: TZO Bol Rok: 2026.

3.6. Turističko-informativne aktivnosti 5.000,00 EUR

3.6.1. Obnavljanje i održavanje postojeće smeđe signalizacije te ostale turističke signalizacije

Sredstva: **2.000,00** Nositelj: TZO Bol Rok: ožujak/svibanj 2026.

Na području djelovanja TZO Bol svake godine raste broj predstavnika turističke ponude, smještajnih aktivnosti i ostalih atrakcija što predstavlja preduvjet za izradu novih i popravak već postojećih tabli turističke signalizacije. Troškovi organizacije i provedbe predmetne aktivnosti uključuju izradu i postavljanje novih tabli smeđe signalizacije te reparaciju postojećih tabla smeđe signalizacije.

3.6.2. Upravljanje TIC-evima (funkcioniranje Turističko-informativnog centra uključujući plaće turističkih informatora)

Sredstva: **3.000,00** Nositelj: TZO Bol Rok: lipanj/kolovoz 2026.

Ciljevi aktivnosti:

- ✓ Stvaranje pozitivnog image-a destinacije Bol putem društvenih mreža,
- ✓ Promocija autentičnih sadržaja kroz afirmiranu turističku ponudu,
- ✓ Informiranje turista o ponudi i sadržajima na području TZO Bol,
- ✓ Promocija turističke ponude destinacije putem ažurnih informacija na web stranicama i newsletter-a.

4. DESTINACIJSKI MENADŽMENT

22.500,00 EUR

- 4.1. Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor
- 4.2. Upravljanje kvalitetom u destinaciji
- 4.3. Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša

4.1. Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor 3.000.00

1. Turističko informacijski sustavi i aplikacije/eVisitor - sudjelovanje u razvoju i upravljanju sustavom eVisitor i ostalim informacijskim sustavima sukladno uputama HTZ-a kao što je jedinstveni turističko informacijski portal te evidencija svih oblika turističke ponude i atrakcija na području Županije.

2. Akvizicija i implementacija programa mVistor u svrhu olakšavanja procesa prijavljivanja gostiju.

Nositelj aktivnosti i partneri : TZO Bol/regionalna TZ Sredstva: **3.000,00** Rok: 2026.

4.2 Upravljanje kvalitetom u destinaciji 9,500,00

4.2.1. Edukacija i stručni skupovi - edukacijom zaposlenih koji se odvija kroz sustav seminara kao i organiziranje stručnih tematskih radionica za dionike u turizmu Bola: Nadopuna: Planirane edukacije razdoblje 2025: post i predsezona

- Serija stručnih edukacija za dionike turizma koji žele kroz kratke i praktične radionice proširiti svoja znanja o aktualnim temama, aktualnim, globalnim tržišnim trendovima i potrebama turističkih profesionalaca: Adventure tourism – Good practices for sustainability – Requirements and recommendations (AI– Dobra praksa održivosti), Novi zakon o turizmu - Zahtjevi i preporuke, Online edukacija Priprema apartmana i kuća za odmor 2026.

Nositelj: TZO Bol, Sredstva: **1.500,00** Rok: 2026.

4.2.2. Organiziran sustav upravljanja posjetiteljima – Sustav tehničke zaštite u luci Bol

Nositelj: TZO Bol, Sredstva: **8 000,00** Rok: 2026.

4.3. Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša 10.000,000 EUR

4.3.1. Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša - podizanje razine svijesti domicilnog stanovništva o potrebi očuvanja, zaštite i uređenje svog okoliša kao što je Akcija biramo najljepše uređen vrt, okućnicu, balkon.

4.3.2. SUB ECO BOL 2026. – akcija čišćenja podmorja općine Bol, manifestacija koja se tradicionalno održava u sklopu „Slovenskog tjedna“ travanj/svibanj 2026.

Sredstva **5.000,00** Nositelj aktivnosti i partneri : Big blue diving centar, Općina Bol, TZO Bol Rok: travanj 2026.

4.3.3. revitalizacija Društva za uljepšavanje mjesta i promet stranaca iz 1926. godine (Organizacija lokalne akcije čišćenja Bola od borovog četnjaka), nagradna plaketa *NajBOLji Vrtal* - akcija za lokalno stanovništvo. (uključuje plaketu i objavu na portalu Bol.hr popraćenu slikom)

Sredstva: **1.000,00** Nositelj: TZO Bol, prosinac 2026.

4.3.4. Suradnja sa subjektima javnog i privatnog sektora u destinaciji radi podizanja kvalitete turističkog iskustva, funkcioniranja, dostupnosti i kvalitete javnih usluga, servisa i komunalnih službi na području turističke destinacije. Suradnja sa župom Sv. Ivana Krstitelja kroz sufinanciranje rada muzejske djelatnice u samostanskom muzeju.

Sredstva: **4.000,00** Nositelj: TZO Bol, prosinac 2026.

Ciljevi aktivnosti:

- ✓ Ažurno informiranje svih zainteresiranih subjekata i medija o statističkim pokazateljima,
- ✓ Unaprjeđivanje kvalitete mreže povezanosti između TZO-va Brač,
- ✓ Podizanje opće razine kvalitete životnog prostora,
- ✓ Očuvanje i unaprjeđivanje turističkog prostora,
- ✓ Zaštita okoliša i podrška razvoju plave ekonomije.

5. ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA

1000,00 EUR

5.1. Međunarodne strukovne i sl. organizacije **1000,00 EUR**

5.1.1. Članstvo u FLAG-u u svrhu postizanja ciljeva FLAG-a - Lokalna akcijska grupa u ribarstvu „Brač“ (FLAG Brač) Lokalna akcijska grupa u ribarstvu / LAGUR (eng. Fisheries local action group / FLAG) čini partnerstvo predstavnika javnog, gospodarskog i civilnog sektora ribarstvenog i akvakulturnog područja otoka Brača te ima pravni oblik udruge. Partnerstvo je uspostavljeno s ciljem održivog razvoja ribarstva i marikulture te za zadatak ima izradu i provedbu zajedničke strategije za svoje područje. Važan segment u ovome partnerstvu čine predstavnici sektora ribarstva čija je uključenost u lokalnu inicijativu od velike važnosti i kao takva uvjetovana je za opstojnost svakoga LAGUR-a/FLAG-a.

Sredstva: **500,00** godišnje, Nositelj: TZO Bol, cjelogodišnja aktivnost 2026.

5.1.2. Članstvo u Udruzi „Ruralna žena“ omogućuje aktivno sudjelovanje u promicanju tradicije, ruralne kulture i lokalnih proizvoda. Članice imaju priliku sudjelovati u edukacijama, radionicama i projektima koji jačaju njihovu stručnost, poduzetničke vještine i vidljivost u zajednici. Udruga također pruža platformu za umrežavanje i zajedničke inicijative koje doprinose održivom razvoju ruralnih područja.

Sredstva: **500,00** godišnje, Nositelj: TZO Bol, cjelogodišnja aktivnost 2026.

Ciljevi aktivnosti:

- ✓ Umrežavanja ljudskih resursa, ideja, aktivnosti, znanja, prakse,
- ✓ Povećanje vidljivosti destinacije,
- ✓ Brending i komunikacija.

6. ADMINISTRATIVNI POSLOVI

117.000,00 EUR

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

6.1. Plaće i doprinosi zaposlenika 85.000,00 EUR

Plaće tri zaposlenika (direktor, administrator i IT administrator) lokalne turističke zajednice (plaća informatora u turističko-informativnim centrima u je sklopu točke 3.6.)

6.2. Materijalni troškovi : 27.000,00 EUR

- zakup prostora 10.800,00 EUR
- odvjatnički troškovi 7.200,00 EUR
- troškovi funkcioniranja ureda i izdaci za usluge (javnobilježnički troškovi, troškovi poštarine, knjig. usluge, struja, voda, pošta, smeće, internet, tel. usluge) 8.000,00 EUR
- nematerijalni izdaci (bankarske usluge i usluge platnog prometa) 1.000,00 EUR

6.2.1. Uređenje prostora ureda TZO Bol: 10.000,00 EUR

- troškovi završnih radova (opremanje prostora, namještaj i tehnika za rad)

Ukupna sredstva: 10.000,00 Nositelj: direktor TZO, Rok: 2026.

6.3. Tijela turističke zajednice: 5.000,00 EUR

- Naknade za obavljanje aktivnosti članovima tijela turističke zajednice, putni troškovi članova tijela turističke zajednice, troškovi reprezentacije 5.000,00 EUR

Ukupna sredstva: 117.000,00 Nositelj: direktor TZO, Rok: 2026.

7. REZERVA

Rezerva do 5% za potrebe osiguranja likvidnosti u izvanrednim okolnostima te financiranja neplaniranih aktivnosti (Odlukom Turističkog vijeća moguća je alokacija sredstava rezerve na ostale pojedinačno planirane aktivnosti ili nove aktivnosti)

8. POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE

Ovisno o procjeni financijskog rezultata poslovanja u tekućoj godini, u koliko se ostvari manjak prihoda potrebno je od planiranih redovnih prihoda za narednu godinu određeni dio sredstava rezervirati za pokrivanje manjka prihoda iz prethodne godine.

9. FONDOVI - posebne namjene

Točka 9 je označena sa *NP* - nije primjenjivo

3.1.Struktura planiranja – tablični prikaz

		PRIHODI	Plan za 2026. (u EUR)	udio %
1.		Izvorni prihodi	406,500	100
	1.1.	Turistička pristojba		
	1.2.	Članarina		
2.		Prihodi iz proračuna općine/grada/županije i državnog proračuna		
3.		Prihodi od sustava turističkih zajednica		
4.		Prihodi iz EU fondova		
5.		Prihodi od gospodarske djelatnosti		
6.		Preneseni prihod iz prethodne godine		
7.		Ostali prihodi		
		SVEUKUPNO	365.000,00	

		AKTIVNOSTI	Plan za 2026. (u EUR)	udio %
1.		ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE		
	1.1.	Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata		
	1.2.	Istraživanje i analiza tržišta		
	1.3.	Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti		
2.		RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA		
	2.1.	Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda		
	2.2.	Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda		
	2.3.	Podrška razvoju turističkih događanja		
	2.4.	Turistička infrastruktura		
	2.5.	Podrška turističkoj industriji		
3.		KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE		
	3.1.	Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice		
	3.2.	Suradnja s organizatorima putovanja		
	3.3.	Kreiranje promotivnog materijala		
	3.4.	Internetske stranice		
	3.5.	Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka		
	3.6.	Turističko-informativne aktivnosti		
4.		DESTINACIJSKI MENADŽMENT		
	4.1.	Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor		

	4.2.	Upravljanje kvalitetom u destinaciji		
	4.3.	Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša		
5.		ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA		
	5.1.	Međunarodne strukovne i sl. organizacije		
	5.2.	Domaće strukovne i sl. organizacije		
6.		ADMINISTRATIVNI POSLOVI		
	6.1.	Plaće		
	6.2.	Materijalni troškovi		
	6.3.	Tijela turističke zajednice		
7.		REZERVA		
8.		POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE	/	
		SVEUKUPNO		

4 Izvješće o izvršenju programa rada

Turističke zajednice izrađuju i donose Izvješće o izvršenju programa rada koje obvezno sadržava podatke o: - izvršenju programom rada pojedinačno utvrđenih zadataka - izdacima izvršenja programom rada pojedinačno utvrđenih zadataka - izdacima za poslovanju turističkog ureda i rad tijela turističke zajednice - ostvarenju prihoda po izvorima - financijskom rezultatu poslovanja - usporedbi financijskog plana i njegova ostvarenja s obrazloženjem odstupanja - analizi i ocjeni izvršenja programa te procjeni učinka poduzetih aktivnosti na razvoj turizma

4.1.Izvyješće o izvršenju programa rada – Tablični prikaz

		PRIHODI	Plan 2025	Rebalans 2025.	Realizacija 2025.	udio % u realizaciji	indeks
							realizacija
							/rebalans
1.		Izvorni prihodi	360.000,00 €	0	357.656,00 €	96,30	#DIJ/0!
	1.1.	Turistička pristojba	300.000,00 €		298.005,16 €	80,24	#DIJ/0!
	1.2.	Članarina	60.000,00 €		59.650,84 €	16,06	#DIJ/0!
2.		Prihodi iz proračuna općine/grada/županije i državnog proračuna	30.000,00 €		3.000,00 €	0,81	#DIJ/0!
3.		Prihodi od sustava turističkih zajednica	10.000,00 €		10.500,00 €	2,83	#DIJ/0!
4.		Prihodi iz EU fondova	- €			0,00	#DIJ/0!
5.		Prihodi od gospodarske djelatnosti	- €			0,00	#DIJ/0!
6.		Preneseni prihod iz prethodne godine	- €			0,00	#DIJ/0!
7.		Ostali prihodi	- €		245,03 €	0,07	#DIJ/0!
SVEUKUPNO PRIHODI			400.000,00 €	0	371.401,03 €	100	

		AKTIVNOSTI	Plan 2025.	Rebalans 2025.	Realizacija 2025.	udio % u realizaciji	indeks
							realizacija
							/rebalans
1.		ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE	30.000,00 €	0	21.877,11 €	6,100461608	#DIJ/0!
	1.1.	Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata	30.000,00 €		127,11 €		#DIJ/0!
	1.2.	Istraživanje i analiza tržišta	- €		21.750,00 €		#DIJ/0!
	1.3.	Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti	- €				#DIJ/0!
2.		RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA	177.000,00 €	0	155.537,87 €	43,37194467	#DIJ/0!
	2.1.	Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda	5.000,00 €				#DIJ/0!
	2.2.	Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda	2.000,00 €				#DIJ/0!
	2.3.	Podrška razvoju turističkih događanja	168.000,00 €		151.070,97 €		#DIJ/0!
	2.4.	Turistička infrastruktura	2.000,00 €		4.466,90 €		#DIJ/0!

	2.5.	Podrška turističkoj industriji	€ -				#DIJ/0!
3.		KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE	44.000,00 €	0	31.136,66 €	8,682499605	#DIJ/0!
	3.1.	Definiranje <i>branding</i> sustava i <i>brend</i> arhitekture	9.000,00 €				#DIJ/0!
	3.2.	Oglašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda	3.000,00 €				#DIJ/0!
	3.3.	Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR	20.000,00 €				#DIJ/0!
	3.4.	Marketinške i poslovne suradnje	9.000,00 €				#DIJ/0!
	3.5.	Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice	1.000,00 €		6.586,75 €		#DIJ/0!
	3.6.	Suradnja s organizatorima putovanja	2.000,00 €		1.807,06 €		#DIJ/0!
	3.7.	Kreiranje promotivnog materijala	- €		11.629,87 €		#DIJ/0!
	3.8.	Internetske stranice	- €		10.750,73 €		#DIJ/0!
	3.9.	Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka	- €		362,25 €		#DIJ/0!
	3.10.	Turističko-informativne aktivnosti	- €				#DIJ/0!
4.		DESTINACIJSKI MENADŽMENT	11.500,00 €	0	9.372,86 €	2,613634643	#DIJ/0!
	4.1.	Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor	4.000,00 €		5.590,88 €		#DIJ/0!
	4.2.	Stručni skupovi i edukacije	- €				#DIJ/0!
	4.3.	Koordinacija i nadzor	1.500,00 €				#DIJ/0!
	4.4.	Upravljanje kvalitetom u destinaciji	6.000,00 €		3.781,98 €		#DIJ/0!
	4.5.	Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša					#DIJ/0!
5.		ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA	500,00 €	0	500,00 €	0,139425674	#DIJ/0!
	5.1.	Međunarodne strukovne i sl. organizacije	- €				#DIJ/0!
	5.2.	Domaće strukovne i sl. organizacije	500,00 €		500,00 €		#DIJ/0!
6.		ADMINISTRATIVNI POSLOVI	137.000,00 €	0	140.189,51 €	39,0920338	#DIJ/0!
	6.1.	Plaće	80.000,00 €		71.944,98 €		#DIJ/0!
	6.2.	Materijalni troškovi	27.000,00 €		36.116,03 €		#DIJ/0!
	6.2.1.	Uređenje ureda TZ Bol	25.000,00 €		12.282,40 €		#DIJ/0!
	6.3.	Tijela turističke zajednice	5.000,00 €				#DIJ/0!
	6.4.	Rashodi za usluge	- €		16.506,88 €		#DIJ/0!

6.5.	Financijski rashodi	€ -		€ 583,02		#DIJ/0!
6.7.	Reprezentacija	€ -		€ 1.813,70		
6.8.	Donacije	€ -		€ 942,50		
7.	REZERVA					#DIJ/0!
8.	POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE					#DIJ/0!
SVEUKUPNO 1		400.000,00 €	0	358.614,01 €	100	
9.	FONDOVI - posebne namjene	0	0	0	#DIJ/0!	#DIJ/0!
	Fond za turističke zajednice na turistički nedovoljno razvijenim područjima i kontinentu				#DIJ/0!	#DIJ/0!
	Fond za projekte udruženih turističkih zajednica				#DIJ/0!	#DIJ/0!
SVEUKUPNO 2		0	0	0	#DIJ/0!	
TOTAL	SVEUKUPNO 1+ SVEUKUPNO 2	400.000,00 €	0	358.614,01 €		

Zaključak

U 2026. planiramo proračun na istoj razini kao i 2025. s obzirom da smo u 2025. imali jednu od najuspješnijih sezona u novijoj bolskoj povijesti smatramo kako neće biti jednostavno ponoviti takav rezultat. Razlozi zbog kojih ne planiramo povećanje leže u tome što već sada znamo kako u 2026. nećemo imati neke organizirane dolaske poput Svjetskog veteranskog teniskog prvenstva koje je ponovno planirano za 2027., Sabatine, koja se u Bolu održava u prosjeku svakih 10-ak godina, Kongres elektrotehničara koji nakon niza godina vjernosti Bolu mijenjaju destinaciju i sl. Ponovno u plan rada za

2026. vraćamo prihode iz EU fondova koje ove godine, nakon predane aplikacije zaista i očekujemo dobiti te realizirati projekt interpretacije ribarske baštine na Velom mostu.

Polazeći od iznimno uspješne turističke 2025. godine, koja je potvrdila stabilan rast svih ključnih pokazatelja i dodatno učvrstila poziciju Bola kao jedne od najpoželjnijih hrvatskih otočnih destinacija, Turistička zajednica Općine Bol u 2026. godinu ulazi s jasnim strateškim smjernicama i pojačanom ambicijom daljnjeg razvoja. Ostvareni rezultati predstavljaju snažnu potvrdu učinkovitosti dosadašnjih aktivnosti te stvaraju temelje za unapređenje ponude, jačanje konkurentnosti i osiguravanje održivog turističkog rasta.

U nadolazećem planskom razdoblju poseban naglasak stavit će se na razvoj i unapređenje selektivnih oblika turizma, među kojima kongresni i konferencijski turizam zauzimaju posebno važno mjesto. Daljnje ulaganje u organizacijske kapacitete, tehničku opremljenost i promociju poslovnih događanja doprinijet će pozicioniranju Bola kao atraktivnog odredišta za stručne skupove, edukacije, poslovne konferencije i specijalizirane tematske programe tijekom cijele godine.

Jednako značajan segment ostaje i sportski turizam, s naglaskom na kontinuitet međunarodnih ITF teniskih turnira te ostalih sportskih manifestacija koje doprinose jačanju imidža Bola kao destinacije vrhunskih sportskih događanja. Unaprjeđenjem sportske infrastrukture, jačanjem partnerstava i snažnijom komunikacijom prema ciljanim tržištima, Bol će nastaviti afirmaciju kao iznimno privlačno odredište za profesionalne sportaše, sportske klubove, natjecatelje i rekreativce.

U skladu sa strateškim ciljevima održivog razvoja, poseban naglasak u 2026. godini stavit će se i na nastavak sustavne promocije lokalnih OPG-ova, autohtonih proizvoda i tradicionalnih vrijednosti. Jačanjem vidljivosti lokalnih proizvođača, poticanjem njihove integracije u turističku ponudu te podržavanjem manifestacija i projekata koji afirmiraju lokalnu gastronomiju i poljoprivrednu proizvodnju, Turistička zajednica pridonijet će jačanju autentičnosti destinacije i stvaranju dodatne vrijednosti za goste i lokalnu zajednicu.

Uz razvoj selektivnih oblika turizma, strateški prioritet ostaje produženje sezone i povećanje atraktivnosti pred i posezone kroz diversifikaciju sadržaja, poticanje događanja i intenzivnu suradnju s lokalnim

dionicima. Paralelno, nastaviti će se ulaganja u održiva rješenja, digitalizaciju i podizanje kvalitete usluga, kako bi se osiguralo dugoročno upravljanje destinacijom na razini izvrsnosti.

Zaključno, oslanjajući se na postignuća iz 2025. godine i planirane razvojne korake u 2026., Turistička zajednica Općine Bol nastaviti će djelovati proaktivno, odgovorno i strateški usmjereno prema daljnjem jačanju prepoznatljivosti destinacije. Kroz partnersku suradnju, profesionalan pristup i kontinuirano unapređenje ponude, Bol će nastaviti potvrđivati svoj status destinacije izvrsnosti, autentičnosti i održivog razvoja.

Potpis odgovorne osobe:
