Plan upravljanja destinacijom: Novalja

Finalna verzija

Srpanj 2026. godine

Horwath HTL
Hotel, Tourism and Leisure



Sadržaj

1. Prihvatni kapacitet destinacije 6

1.1. Definiranje i zoniranje područja obuhvata 6

1.2. Odabir metodologije procjene prihvatnog kapaciteta 13

1.3. Analiza razine nosivosti destinacije 15

1.4. Procjena dostignute razine prihvatnog kapaciteta 57

1.5. Analiza scenarija 63

1.6. Donošenje zaključaka i preporuka 67

2. Pokazatelji održivosti na razini destinacije 69

2.1. Obvezni pokazatelji održivosti 75

2.2. Specifični pokazatelji održivosti 85

© Horwath HTL

Sadržaj

3. Opća analiza destinacije 102

3.1. Analiza općeg i gospodarskog stanja destinacije 102

3.2. Analiza prometne infrastrukture 110

3.3. Analiza komunalne infrastrukture 119

3.4. Analiza organiziranosti i dostupnosti usluga u destinaciji 125

3.5. Analiza stanja pristupačnosti destinacije osobama s invaliditetom 129

3.6. Popis projekata sportsko-rekreativne infrastrukture 131

4. Analiza turističkog tržišta destinacije 133

4.1. Analiza turističke ponude 133

4.2. Analiza javne turističke infrastrukture 159

4.3. Analiza turističke potražnje 165

© Horwath HTL

Sadržaj

4.4. Analiza resursne osnove 175
4.5. Analiza stanja digitalizacije 179
4.6. Analiza stanja i potreba ljudskih potencijala 183
4.7. Analiza komunikacijskih aktivnosti 188
4.8. Analiza konkurencije 208
4.9. Ključni nalazi intervjua provedenih s destinacijskim dionicima 231

5. Zaključci i implikacije provedene analize stanja destinacije 235

6. SWOT analiza 240

© Horwath HTL

Sadržaj

7. Potencijal za razvoj i podizanje kvalitete turističkih proizvoda 242

7.1. Definicija primarnih i sekundarnih turističkih proizvoda 242

7.2. Ocjena razvojnog i marketinškog potencijala proizvoda 246

8. Razvojni smjer s mjerama i aktivnostima 250

8.1. Opća načela 252

8.2. Strateški pravac i prioriteti 254

8.3. Identificiranje ciljeva 258

8.4. Mjere i aktivnosti 262

© Horwath HTL

Sadržaj

9. Smjernice i preporuke za dionike razvoja 291

9.1. Smjernice i preporuke za Grad Novalju 291

9.2. Smjernice i preporuke za Turističku zajednicu grada Novalje 293

9.3. Smjernice i preporuke za Turističku zajednicu mjesta Stara Novalja 295

9.4. Smjernice i preporuke za druge dionike u turizmu i upravljanju turizmom u destinaciji 297

10. Popis projekata 299

10.1. Popis projekata za provedbu mjera potrebnih za ostvarenje pokazatelja održivosti 299

10.2. Popis projekata od posebnog značaja za razvoj destinacije 301

© Horwath HTL



I. Prihvatni kapacitet destinacije

I.I. Definiranje i zoniranje područja obuhvata

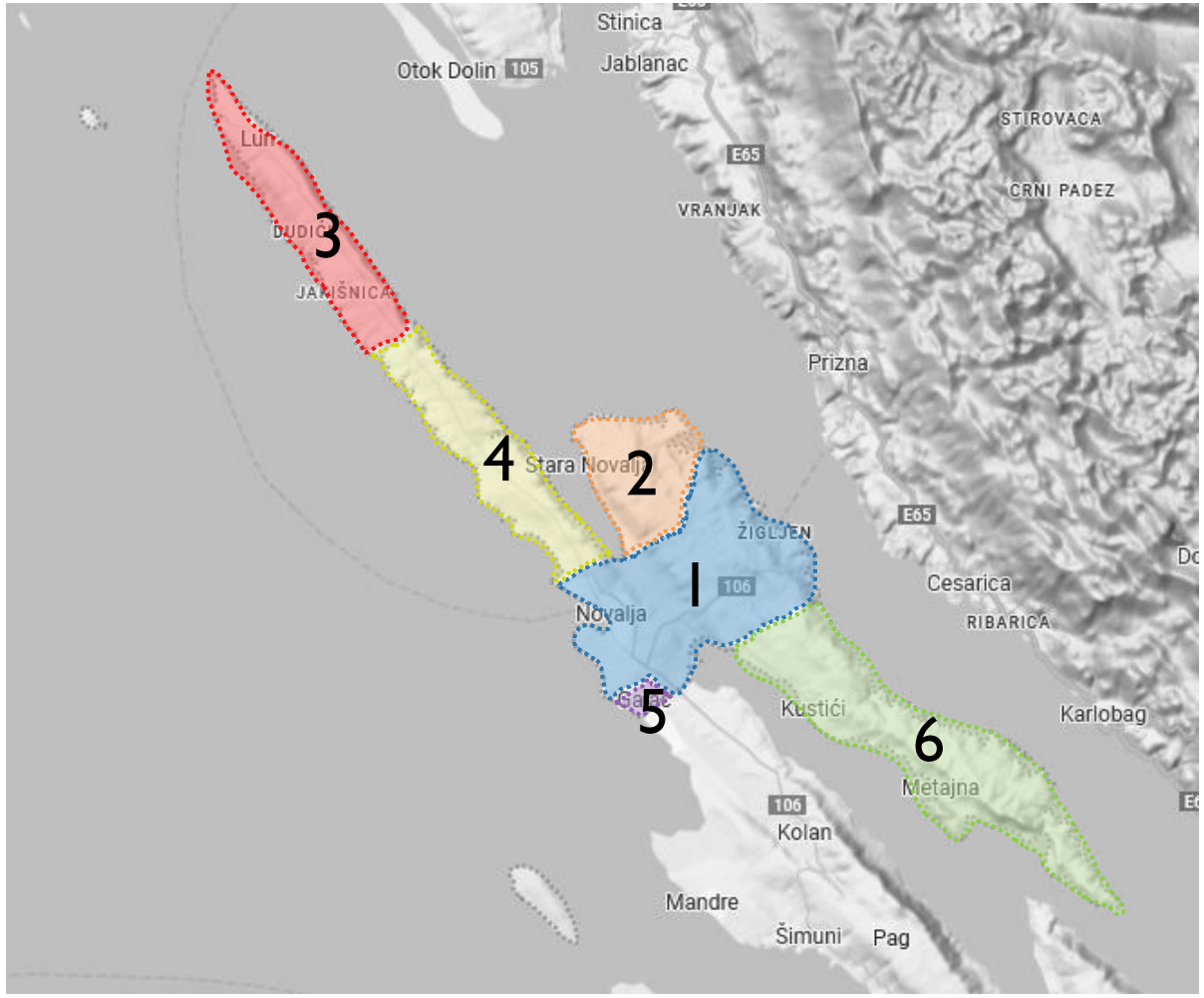
Pojmovnik propisan od strane Ministarstva turizma i sporta Republike Hrvatske, u *Smjernicama za izračun obaveznih pokazatelja prihvatnog kapaciteta destinacije*

Pojam	Objašnjenje
Komercijalni smještaj	komercijalni smještaj registriran u sustavu eVisitor
Nekomercijalni smještaj	nekomercijalni smještaj registriran u sustavu eVisitor
Ostale kuće i stanovi za odmor	kuće i stanovi za odmor koji nisu registrirani u sustavu eVisitor
Kuće/stanovi za odmor koji se ne koriste za kratkoročni najam	sve kuće stanovi za odmor/vikendice koji nisu evidentirani u eVisitoru kao komercijalni smještaj i koji se ne koriste za kratkoročni najam: objekti registrirani u sustavu eVisitor kao Izvorna stara obiteljska kuća (vikendica), Kuća za odmor (vikendica) te Stan za odmor (vikendica) i ostale kuće i stanovi za odmor
Period glavne turističke sezone	mjesec s najvećim brojem ostvarenih (evidentiranih) noćenja turista
Vršni dani turističke sezone	prosjek pet uzastopnih dana s najvećim dnevnim brojem noćenja u komercijalnom i nekomercijalnom smještaju tijekom godine
Krevet	broj stalnih kreveta, bez pomoćnih kreveta

Izvor: *Smjernice za izračun obaveznih pokazatelja prihvatnog kapaciteta destinacije, Ministarstvo turizma i sporta Republike Hrvatske*

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Ukupno je definirano šest zona destinacije temeljem strukture smještajnih kapaciteta, volumenu potražnje te turističkog doživljaja svake od zona



1. Novalja
Novalja, Zrće, Caska

2. Stara Novalja
Stara Novalja

3. Lunjski poluotok
Lun, Jakišnica

4. Potočnica
Potočnica, Dubac – Varsan, Stani

5. Gajac
Gajac

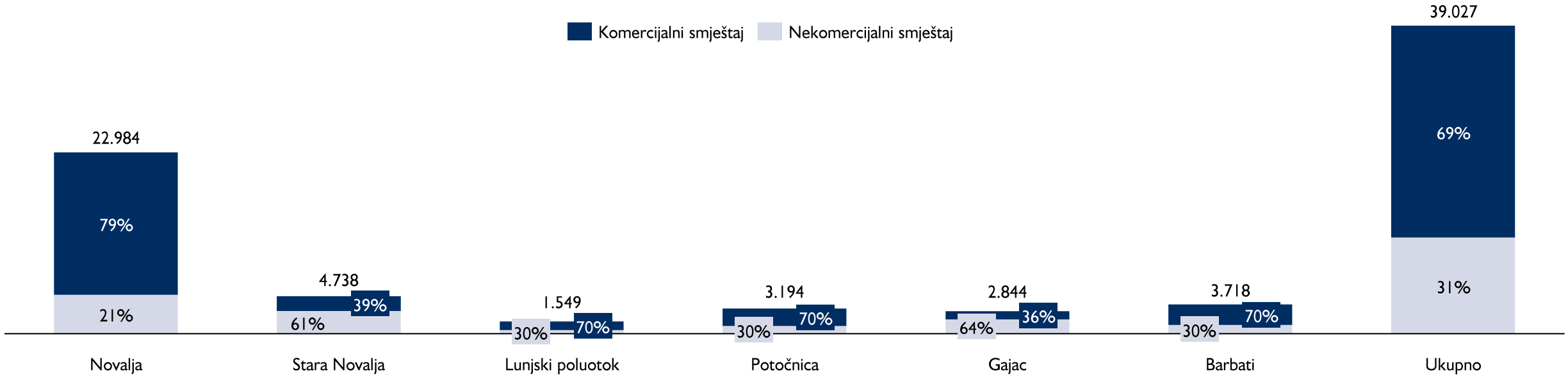
6. Barbati
Vidalići, Kustići, Zubovići, Metajna

Izvor: TZ Novalja, Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Ukupni smještajni kapacitet u 2024. godini na području cijele destinacije iznosio je 39 tisuća kreveta, od čega je gotovo trećina bila u segmentu nekomercijalnog smještaja

Udio komercijalnog i nekomercijalnog smještaja prema zonama Novalje u 2024. godini



Ukupno, na razini destinacije u 2024. godini nalazilo se 39 tisuća kreveta u komercijalnom I nekomercijalnom smještaju, od čega su 69% činili komercijalni, a 31% nekomercijalni. Analiza strukture prema zonama, potvrđuje da je zona Novalja glavno središte smještajne ponude destinacije. Zona Novalja raspolaže s ukupno gotovo 23 tisuće kreveta, od čega je 79% komercijalni smještaj, a 21% nekomercijalni. Kapacitet zone Novalja čini više od polovice ukupne smještajne ponude destinacije.

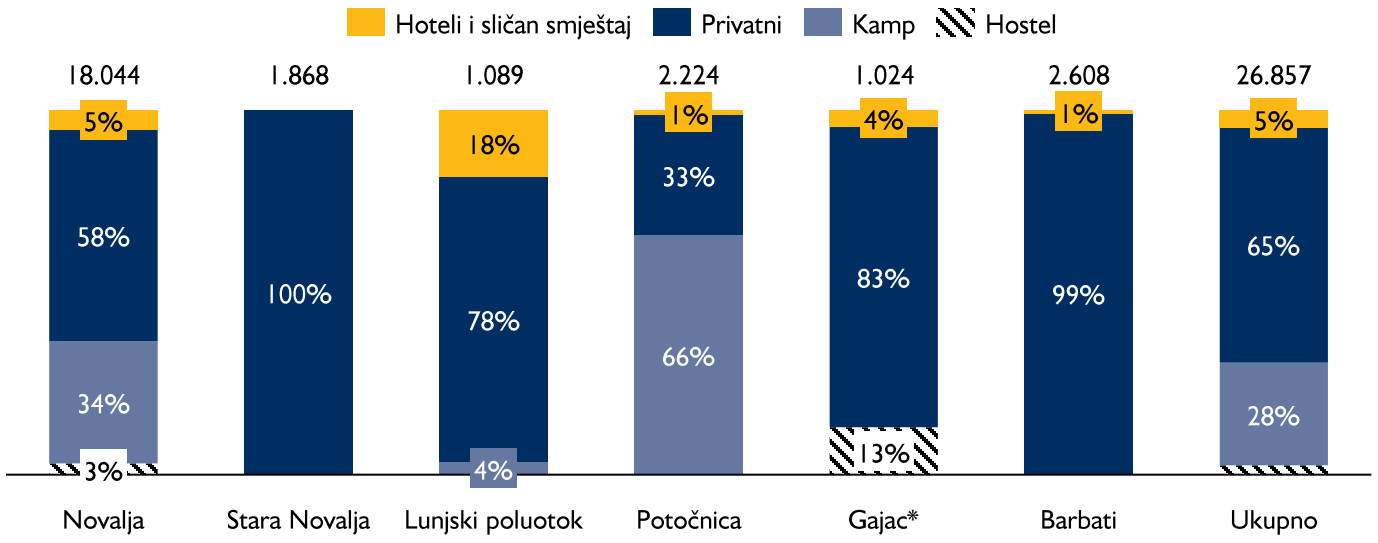
U zonama Stara Novalja i Gajac vidljiv je veći udio nekomercijalnog smještaja u odnosu na komercijalni, dok je u preostalim zonama – Lunjski poluotok, Potočnica i Barbati omjer jednak (70% komercijalnih naspram 30% nekomercijalnih) te više u skladu s prosjekom destinacije. Analiza ukazuje na činjenicu kako nekomercijalni smještaj čini nezanemariv udio ukupnog smještaja i potencijalni izazov iz konteksta upravljanja razvojem prostora.

Izvor: eVisitor, TZ Novalja, TZ Stara Novalja, Horwath HTL, 2026.

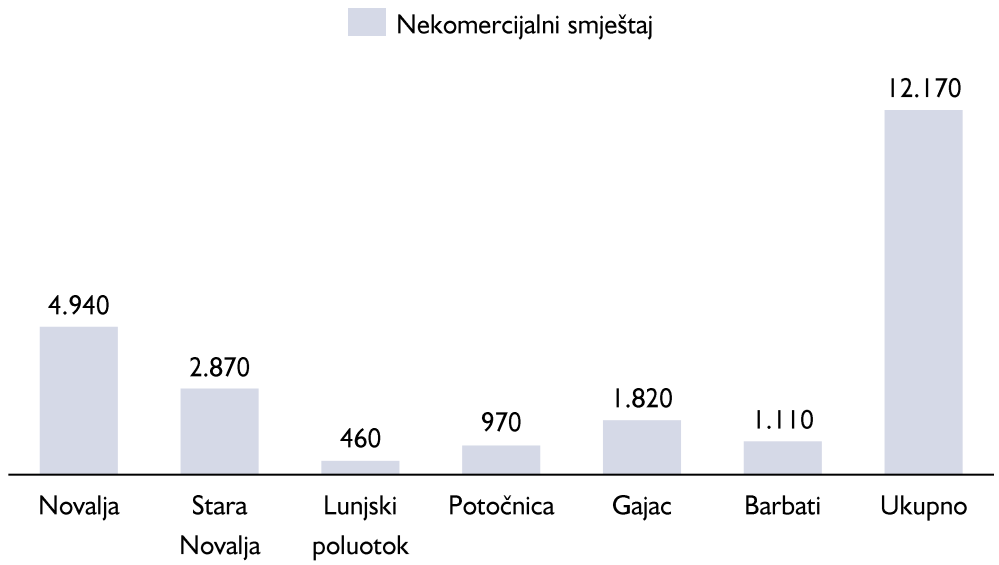
Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Dvije trećine komercijalnog smještaja u destinaciji Novalja u 2024. godini činio je privatni smještaj, a hoteli i sličan smještaj 5%

Udio smještajnih kapaciteta prema vrsti komercijalnog smještaja i zonama u 2024. godini



Kapacitet nekomercijalnog smještaja prema zonama u 2024. godini



Analiza komercijalnog smještaja potvrđuje da je zona Novalja glavno središte smještajne ponude destinacije. Novalja raspolaže s više od 18 tisuća kreveta, dok ostale zone bilježe prosječno oko 2 tisuće kreveta. Također, Novalja je jedina zona s prisutnim svim kategorijama smještaja, dok u preostalim zonama, osim u Potočnici, prevladava privatni smještaj.

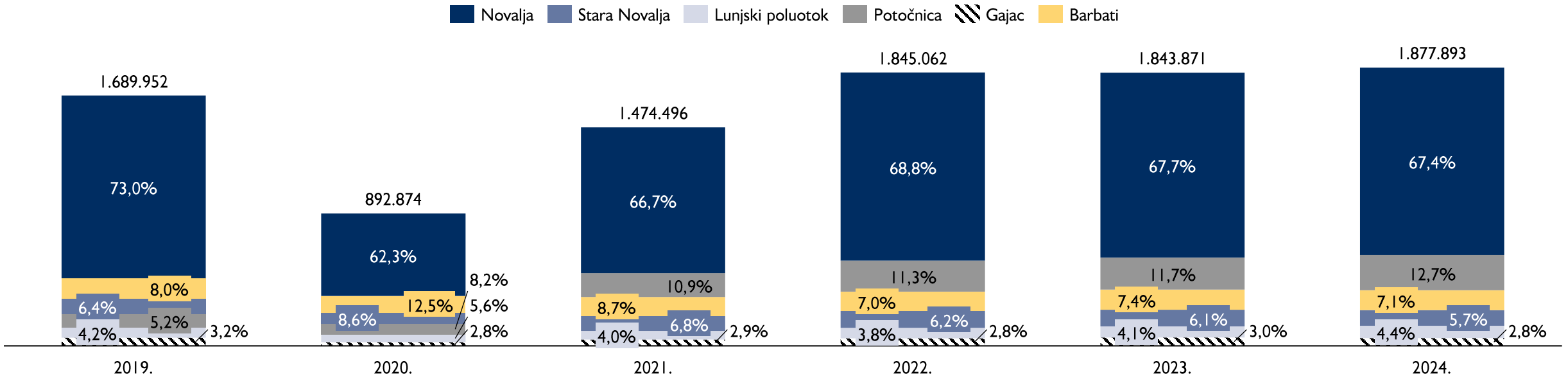
Promatrano na ukupnoj razini, smještajna struktura Novalje je vrlo sezonalno orijentirana budući da više od 80% smještajnih kapaciteta spada u privatni smještaj i kampove. Uzevši u obzir i visoki kapacitet nekomercijalnog smještaja, moguće je zaključiti kako smještajna struktura predstavlja izazov u jačanju potražnje razdobljima pred i posezone, kada prevladavajuće vrste smještaja (privatni smještaj i kampovi) generiraju značajno manje potražnje u usporedbi s kvalitetnim hotelskim kapacitetima.

Izvor: eVisitor, TZ Novalja, TZ Stara Novalja, Horwath HTL, 2026. *U Gajcu nema hotela u užem smislu, ondje se nalaze pansioni i slični objekti koji su kategorizirani unutar šire skupine *Hoteli i sličan smještaj.*

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Zona Novalja i dalje ostvaruje najveći broj noćenja, dok zona Potočnica povećava svoj udio zahvaljujući novootvorenim kampovima i vilama na tom području

Noćenja ostvarena u komercijalnom smještaju po zonama u razdoblju od 2019. do 2024. godine



Broj noćenja u komercijalnom smještaju u razdoblju od 2019. do 2024. godine porastao je za 11%. Unatoč tom rastu, prostorna distribucija noćenja ostala je slična – zona Novalja i dalje je najznačajnija s udjelom od 67%, potom slijedi Potočnica s 13% i Barbati sa 7%. Trendovi rasta razlikuju se među zonama. Tri zone su zabilježile su pad noćenja od kojih Stara Novalja bilježi pad od 1%, Gajac bilježi 2.332 noćenja manje, a Barbati bilježe pad od 1.412 noćenja u naseljima Vidalići i Kustići.

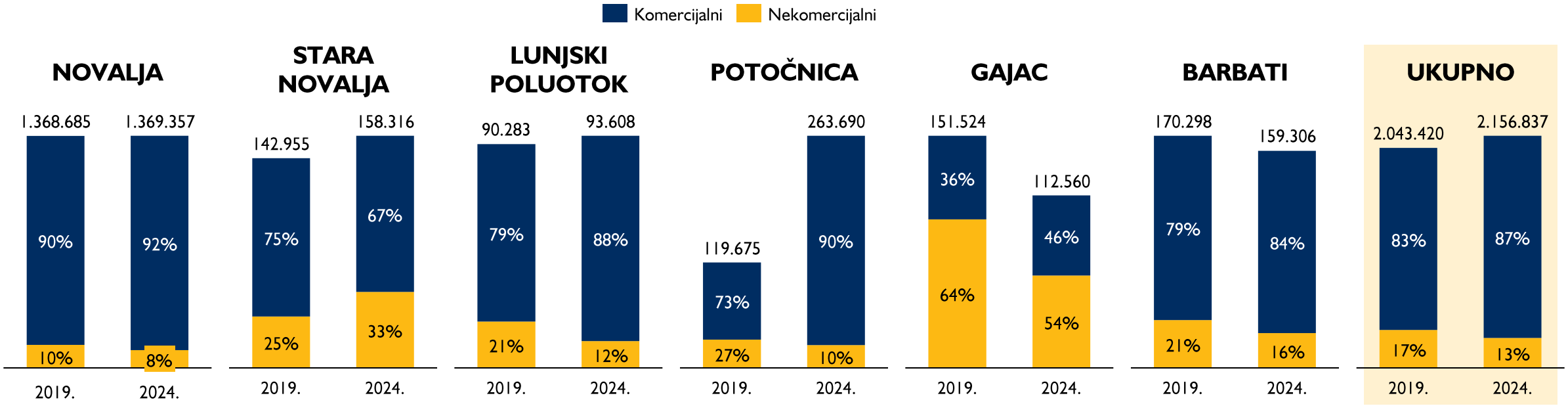
Najdinamičniji rast ostvarila je Potočnica, koja je u promatranom razdoblju ovećala broj noćenja s 87.458 na 237.695, odnosno za 150.237 noćenja., što predstavlja visok porast od 172%. Ovaj skok prvenstveno je potaknut otvaranjem novih kampova i vila na području Stana. Novalja je, u apsolutnom iznosu, odmah iza Potočnice s gotovo 17 tisuća dodatnih noćenja (rast od 3%), dok je Lunjski poluotok ostvario približno 8 tisuća novih noćenja, odnosno porast od 16%.

Izvor: eVisitor, TZ Novalja, TZ Stara Novalja, Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Volumen i udio nekomercijalnog prometa na području cijele destinacije bilježi pad između 2019. i 2024. godine, dok je rast zabilježen jedino na području zone Stara Novalja

Udio noćenja prema vrsti smještaja po zonama u 2019. i 2024. godini



U 2019. godini u promatranih šest zona ostvareno je ukupno 2.043.420 noćenja, od čega 1.689.952 u komercijalnom i 353.468 u nekomercijalnom smještaju. U 2024. godini ukupna noćenja rastu na 2.156.837, pri čemu broj noćenja u komercijalnom smještaju raste na 1.877.893 noćenja, dok se nekomercijalni smanjuje na 278.944. To znači da je ukupni rast od 113.417 noćenja u potpunosti generiran komercijalnim smještajem, koji raste za 187.941 noćenja odnosno 11%, dok se nekomercijalni smanjuje za 74.524 noćenja odnosno 21%.

U usporedbi 2019. i 2024. godine, komercijalna noćenja najviše su porasla u Potočnici, za 150.237 noćenja odnosno 172%. Rast bilježi i Novalja s 31.558 noćenja više (+3%) te Lunjski poluotok s 11.254 noćenja više (+16%). Pad komercijalnih noćenja zabilježen je u Staroj Novalji za 1.364 noćenja, u Gajcu za 2.332 noćenja te u Barbatima za 1.412 noćenja. Istodobno, nekomercijalna noćenja rastu jedino u Staroj Novalji, za 16.725 noćenja odnosno 48%, dok u svim ostalim zonama bilježe pad.

Izvor: eVisitor, TZ Novalja, TZ Stara Novalja, Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.



1. Prihvatni kapacitet destinacije

1.1. Definiranje i zoniranje područja obuhvata

1.2. Odabir metodologije procjene prihvatnog kapaciteta

Za Novalju je primijenjena kombinirana metodologija za analizu prihvatnog kapaciteta destinacije

Metodologije propisane Pravilnikom o metodologiji izračuna prihvatnog kapaciteta

I. Kvantitativna metodologija

Kvantitativna metoda fokusira se na prikupljanje i analizu numeričkih podataka (broj posjetitelja, opterećenja infrastrukture, sezonalnost) radi preciznog određivanja prihvatljivih granica korištenja prostora. Cilj joj je spriječiti preopterećenost, zaštititi okoliš i očuvati kvalitetu života lokalnog stanovništva.

2. Kvalitativna metodologija

Kvalitativna metoda temelji se na prikupljanju nenumeričkih podataka putem intervjua, fokus grupa, anketa i promatranja, s ciljem razumijevanja percepcija, iskustava i stavova lokalne zajednice i posjetitelja. Omogućuje donošenje odluka koje uzimaju u obzir doživljaj turističkih pritisaka i potrebu očuvanja kvalitete života.

3. Kombinirana metodologija

Kombinirana metoda integrira kvantitativne i kvalitativne metode kako bi se dobio cjelovit uvid u kapacitete prostora. Kvantitativni podaci utvrđuju stvarne fizičke granice, a kvalitativni pokazuju prihvatljivost tih ograničenja iz perspektive stanovnika i posjetitelja, što olakšava donošenje uravnoteženih odluka.

a) Sezonska koncentracija posjetitelja i opterećenost prostora

Turistički promet u Novalji koncentriran je na ljeto, što uzrokuje oscilacije u korištenju infrastrukture. Kombiniranom analizom kvantitativnih pokazatelja i percepcija stanovnika moguće je procijeniti stvarni kapacitet prostora i prepoznati pragove izdržljivosti destinacije.

b) Izraženi prostorni kontrasti između obalnog pojasa i unutrašnjosti otoka

Priobalje i područje Zrća nose najveći intenzitet turističkih aktivnosti, dok su ostali dijelovi prostora slabije valorizirani. Kombinirana metodologija omogućuje diferenciranje zona prema funkciji i ulozi u turističkom sustavu te prepoznavanje potencijala za prostorno uravnotežen razvoj i smanjenje pritiska na obalu.

c) Suživot turizma i svakodnevice u urbanim i priobalnim zonama

Tijekom vrhunca sezone turizam i svakodnevni život dijele isti prostor, što uzrokuje pritiske na resurse i komunalne usluge. Kombinirana metodologija povezuje podatke i iskustva korisnika prostora radi planiranja mjera koje štite kvalitetu života stanovnika.

d) Dominacija jednog tržišnog segmenta i potreba za diverzifikacijom

Postojeći model temeljen na festivalskom i *party* turizmu generira izrazite prostorne i društvene pritiske u kratkom razdoblju. Primjenom kombinirane metodologije može se sagledati cjelokupni utjecaj takvog modela te definirati smjernice za daljnji razvoj novih proizvoda, osobito onih orijentiranih na sport, prirodu, eno-gastronomiju, kulturni, *wellbeing* i zdravstveni turizam.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.



1. Prihvatni kapacitet destinacije

1.1. Definiranje i zoniranje područja obuhvata

1.2. Odabir metodologije procjene prihvatnog kapaciteta

1.3. Analiza razine nosivosti destinacije

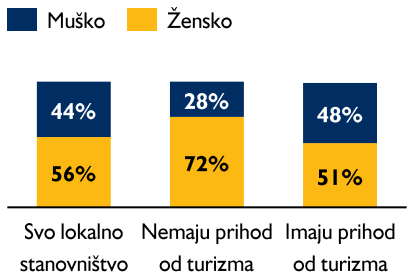
Pregled pokazatelja

Uzorak i metodologija – Istraživanje stavova lokalnog stanovništva o turizmu i utjecaju turizma na kvalitetu života

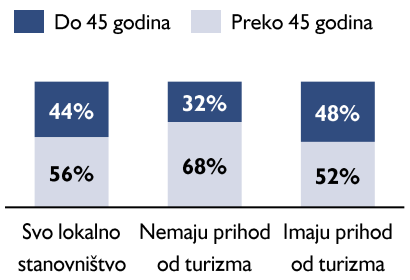
N = 108

Period: 5.6.2025.-8.6.2025.

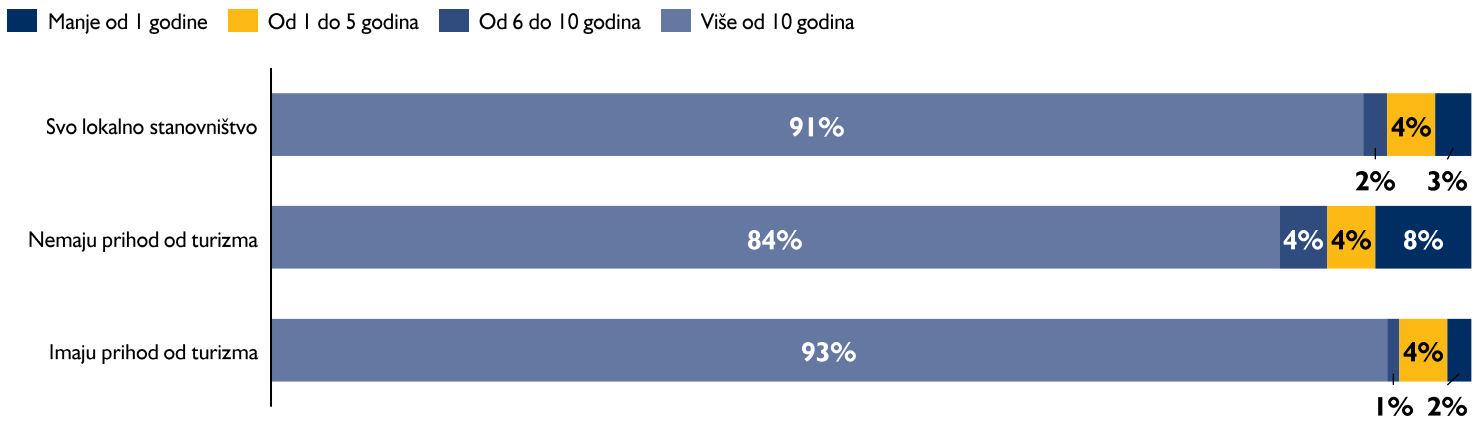
Spol



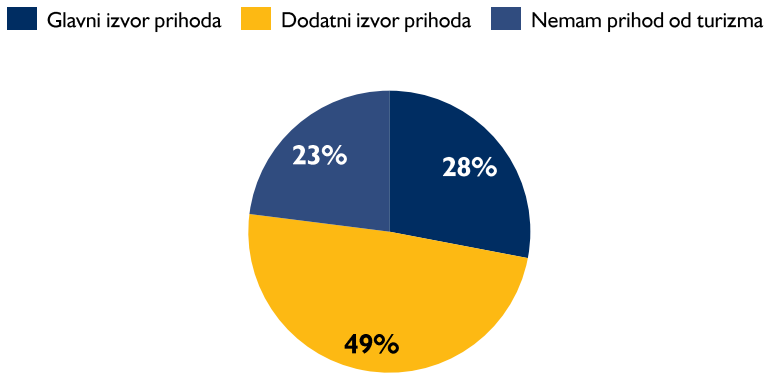
Dob



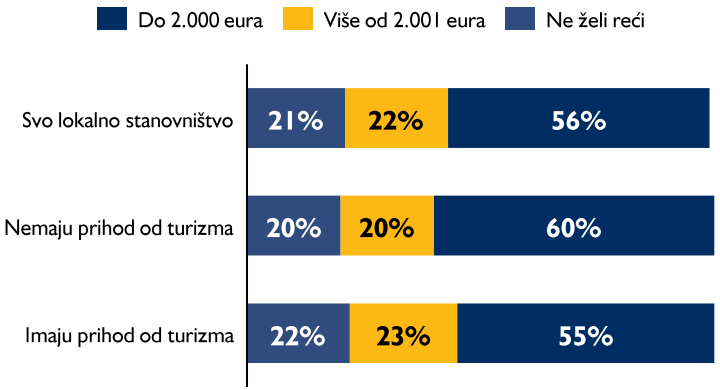
Duljina boravka u Novalji



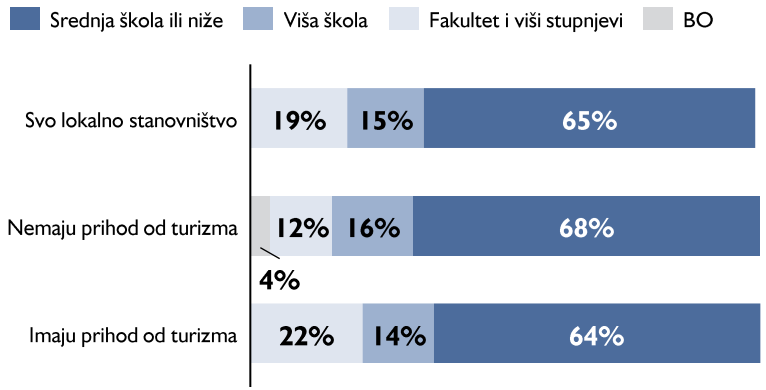
Struktura stanovništva s obzirom na prihode od turizma



Prihodi



Obrazovanje



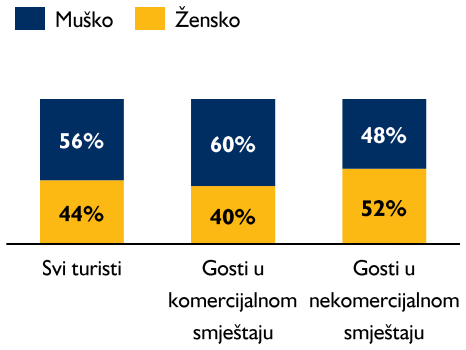
Izvor: Karika – rezultati provedene Ankete lokalnog stanovništva, Horwath HTL analiza, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

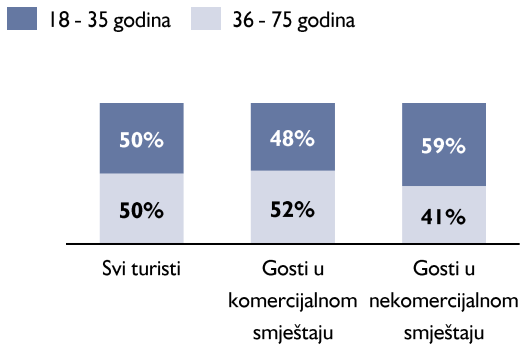
Uzorak i metodologija – Istraživanje zadovoljstva turista i jednodnevnih posjetitelja boravkom u Novalji

N = 101; Period: 5.6.2025.-8.6.2025.

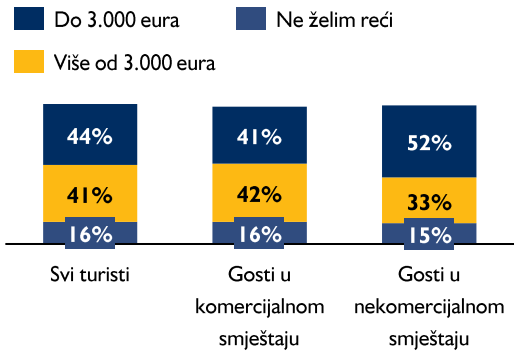
Spol



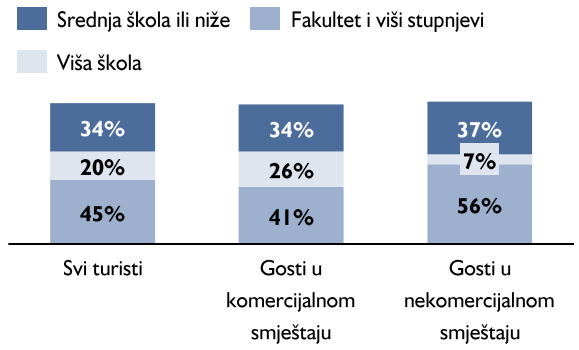
Dob



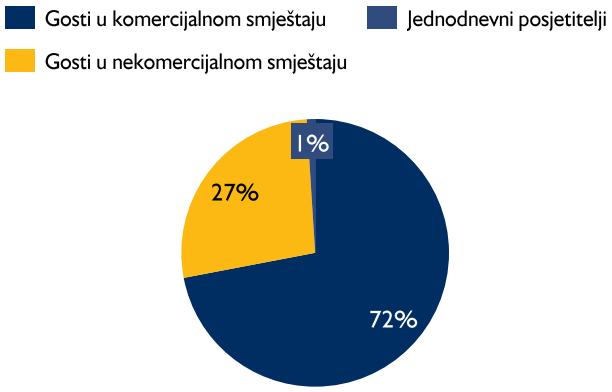
Prihodi



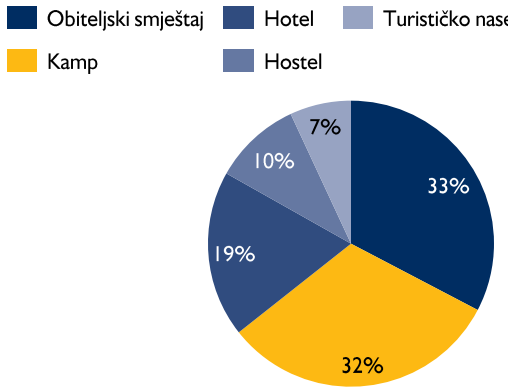
Obrazovanje



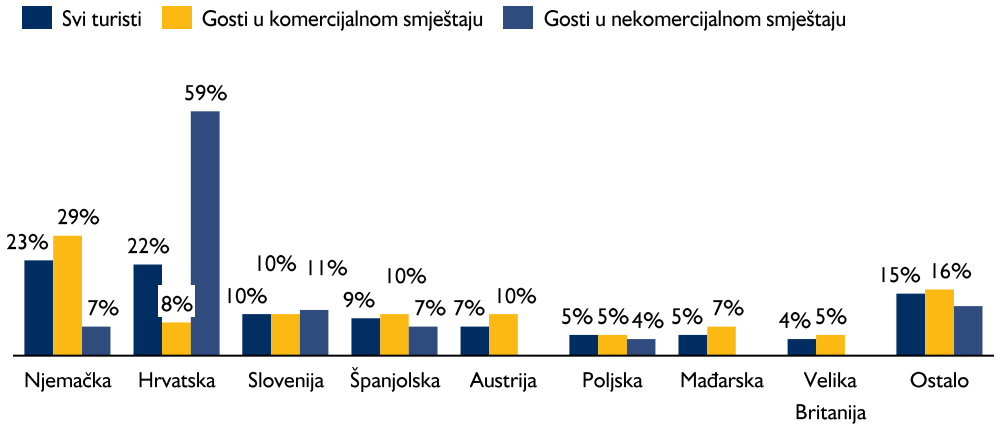
Vrsta smještaja



Vrsta smještaja za goste u komercijalnom smještaju



Struktura turista prema zemlji prebivališta



Izvor: Karika – rezultati provedene Ankete turista i jednodnevnih posjetitelja, Horwath HTL analiza, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Metodološki okvir izrade analize prihvatnog kapaciteta destinacije

Provedba analize nosivosti destinacije izrađuje se temeljem Pravilnika o metodologiji izračuna prihvatnog kapaciteta koji je izdalo Ministarstvo turizma i sporta. Pravilnikom je definirana analiza pokazatelja u kategorijama obveznih i dodatnih pokazatelja, koji su dodatno podijeljeni na 10 analiziranih područja. Provedba analize obvezna je za destinacije s indeksom turističke razvijenosti kategorije I. i II. Nosivost destinacije analizira se kako bi se definirala ključna ograničenja i uska grla destinacije.

Obvezni pokazatelji » **36** **Dodatni pokazatelji** » **12** **Ukupno** » **48**

KATEGORIJE





















U navedenim kategorijama, ukupno je definirano **36 obveznih i 12 dodatnih pokazatelja prihvatnog kapaciteta**. Dodatni pokazatelji izračunavaju se prema odabiru Turističke zajednice grada Novalje. Plan upravljanja destinacijom obuhvaća analizu 12 dodatnih pokazatelja te je ukupno obrađeno 48 pokazatelja u okviru analize prihvatnog kapaciteta destinacije.

Analizirani podaci prikupljaju se putem dva primarna istraživanja (anketa lokalnog stanovništva i anketa turista i jednodnevnih posjetitelja), prikupljanjem informacija od dionika u destinaciji i nadležnih tijela te korištenjem dostupnih sekundarnih izvora.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Obvezni pokazatelji prihvatnog kapaciteta

Broj pokazatelja	Naziv pokazatelja
1.1.	Stav stanovnika kao faktor povećanja blagostanja stanovnika
2.1.	Omjer broja kreveta u komercijalnom smještaju te kućama i stanovima za odmor u odnosu na 100 stanovnika
2.2.	Omjer broja kreveta u nekomercijalnom smještaju u odnosu na 100 stanovnika
2.3.	Omjer broja smještajnih objekata u domaćinstvu te kućama i stanovima za odmor u odnosu na broj stanova za stalno stanovanje
2.4.	Broj kreveta u komercijalnom smještaju te kućama i stanovima za odmor na 100 m^2 građevinskog područja naselja
2.5.	Struktura smještajnih kapaciteta izražena u postotnim udjelima
3.1.	Intenzitet stacionarnog, komercijalnog i nekomercijalnog turizma kao omjer prosječnog broja turista po stanovniku u vršnim danima turističke sezone
3.2.	Nezadovoljstvo radi gužve na ulicama, trgovima, atrakcijama
4.1.	Koncentracija materijalnih atrakcija na odabranim područjima destinacije/definiranim zonama
4.2.	Koncentracija ugostiteljskih sadržaja na odabranim područjima destinacije/definiranim zonama
4.3.	Kakvoća voda za kupanje na mjernim stanicama na području destinacije tijekom razdoblja lipanj – rujan u odnosu na ostatak godine (za destinacije za koje je pokazatelj relevantan)
4.4.	Raspoloživa površina plaže po kupaču u danima vršne turističke sezone (za destinacije za koje je pokazatelj relevantan)
4.5.	Kakvoća zraka na mjernim stanicama na području destinacije tijekom razdoblja lipanj – rujan u odnosu na ostatak godine
4.6.	Utjecaj turizma na izgled destinacije
4.7.	Utjecaj turizma na korištenje javnog prostora
4.8.	Zadovoljstvo ljepotom i uređenosti mjesta (kulturni i prirodni aspekti) kao i glavnih atrakcija
5.1.	Razina buke u danima vršne turističke sezone u odnosu na ostatak godine u zonama mješovite namjene po danu i noći
5.2.	Iritacija razinom buke u vrijeme turističke sezone

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Obvezni pokazatelji prihvatnog kapaciteta

Broj pokazatelja	Naziv pokazatelja
5.3.	Utjecaj buke na kvalitetu boravka
6.1.	Udio stambenih jedinica turističke namjene (komercijalni i nekomercijalni kapaciteti) u ukupnom broju stambenih jedinica
6.2.	Maksimalni potencijal izgradnje na neizgrađenim i izgrađenim dijelovima građevinskog područja naselja mješovite namjene
6.3.	Mogućnosti nove stambene izgradnje na neizgrađenim površinama mješovite namjene građevinskog područja naselja
6.4.	Utjecaj pretvaranja stanova u turističke apartmane na kvalitetu života u destinaciji
7.1.	Vršno opterećenje i udio objekata u lancu turizma (hoteli, komercijalni i nekomercijalni smještaj, ugostiteljski objekti i sl. u vršnom opterećenju) – voda
7.2.	Vršno opterećenje i udio objekata u lancu turizma (hoteli, komercijalni i nekomercijalni smještaj, ugostiteljski objekti i sl. u vršnom opterećenju) – električna energija
7.3.	Broj djelatnika na održavanju javnih površina u odnosu na m^2 javnih površina koje se održavaju
7.4.	Kapaciteti (ljudski i tehnološki) za odvoz otpada
7.5.	Iritacija neprimjereno odloženim otpadom tijekom turističke sezone
8.1.	Procjena kapaciteta prometne infrastrukture u odnosu na volumen prometa na odabranim pravcima/točkama u danima vršne turističke sezone
8.2.	Procjena kapaciteta i iskorištenosti parkirališta u razdoblju vršne turističke sezone
8.3.	Iritacija gužvom u prometu tijekom turističke sezone
8.4.	Zadovoljstvo prometom u mjestu
9.1.	Kretanje broja stanovnika u (posljednjem) desetogodišnjem razdoblju
9.2.	Iritacija gužvom i specifično gužvama na ulicama/javnim površinama
9.3.	Indeks priuštivosti stana (na razini destinacije)
10.1.	Raspoloživost dodatne radne snage (stopa nezaposlenosti; broj izdanih radnih dozvola po mjesecima)

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Odabrani dodatni pokazatelji prihvatnog kapaciteta

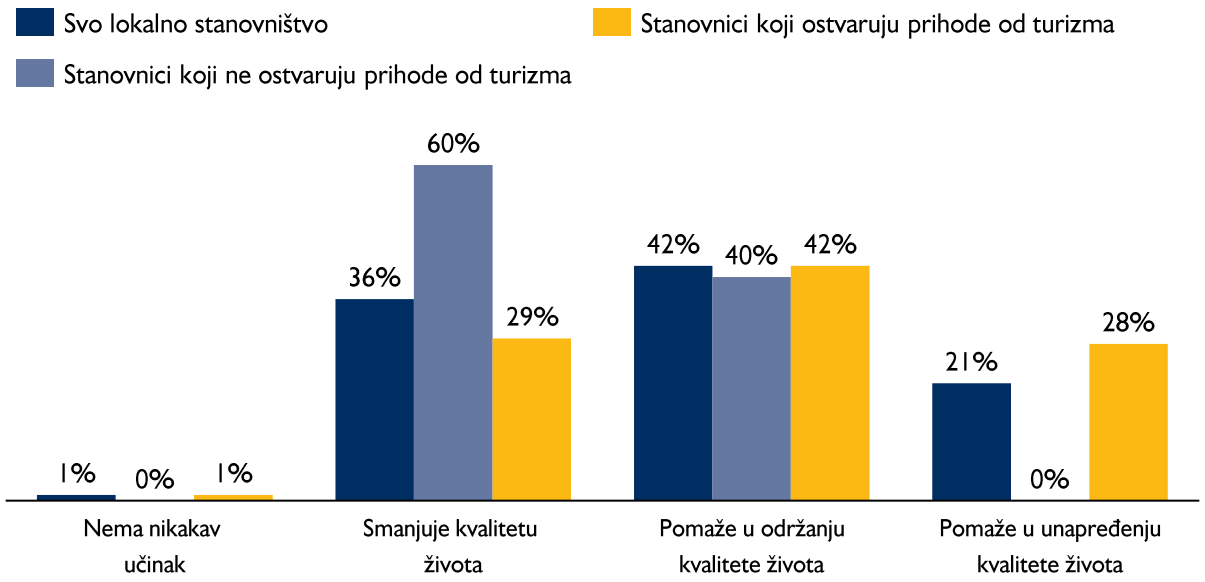
Broj pokazatelja	Naziv pokazatelja
14.2.	Kvaliteta vode u lukama (za destinacije za koje je pokazatelj relevantan)
15.1	Potencijal povećanja građevinskih područja
15.2.	Mogućnost stambene izgradnje kroz rekonstrukciju i prenamjenu postojećih građevina
15.3.	Potencijal izgradnje u neizgrađenim građevinskim područjima ugostiteljsko-turističke namjene
15.4.	Mogućnosti proširivanja plažnog prostora (za destinacije za koje je pokazatelj relevantan)
15.5.	Veličina i struktura kapaciteta (vezovi) u nautici (za destinacije za koje je pokazatelj relevantan)
15.6.	Percepcija stanovnika o postojećem stanju izgrađenosti prostora
16.1.	Vršno opterećenje vodovodne mreže (Udio ukupne potrošnje vode u odnosu na raspoloživi kapacitet u danima vršne turističke sezone)
16.3.	Iritacija neugodnim mirisima (iz kontejnera, kanalizacije, ventilacije)tijekom turističke sezone
17.2.	Iritacija pronalaženjem parkirnog mjesta tijekom turističke sezone
18.4.	Manjak pristupačnog stanovanja uslijed turizma
19.1.	Udio turizma u gospodarskoj strukturi destinacije

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Obavezni pokazatelji prihvatnog kapaciteta

I.I. Stav o turizmu kao faktoru povećanja blagostanja stanovnika

Razmislite kako sve turizam utječe na svakodnevni život u Vašem mjestu. Uzimajući u obzir i dobre i loše strane turizma, smatrate li da turizam u Vašem mjestu:



U anketi provedenoj među lokalnim stanovništvom sudjelovali su ispitanici čiji su stavovi pokazali značajne razlike u percepciji utjecaja turizma na kvalitetu života. Više od polovice stanovnika, njih 63%, smatra kako turizam ima pozitivan učinak na kvalitetu života u destinaciji. Od toga, 42% ispitanika smatra da turizam pomaže u održanju kvalitete života, dok 21% ističe da doprinosi njezinom unaprjeđenju.

S druge strane, 36% stanovnika smatra kako turizam smanjuje kvalitetu života u Novalji. Posebno je izražena razlika između onih koji ostvaruju prihode od turizma i onih koji to ne čine: 70% stanovnika uključenih u turističke aktivnosti prepoznaje pozitivan učinak turizma na kvalitetu života, dok je taj udio među stanovnicima koji nemaju prihode od turizma značajno manji i iznosi 40%.

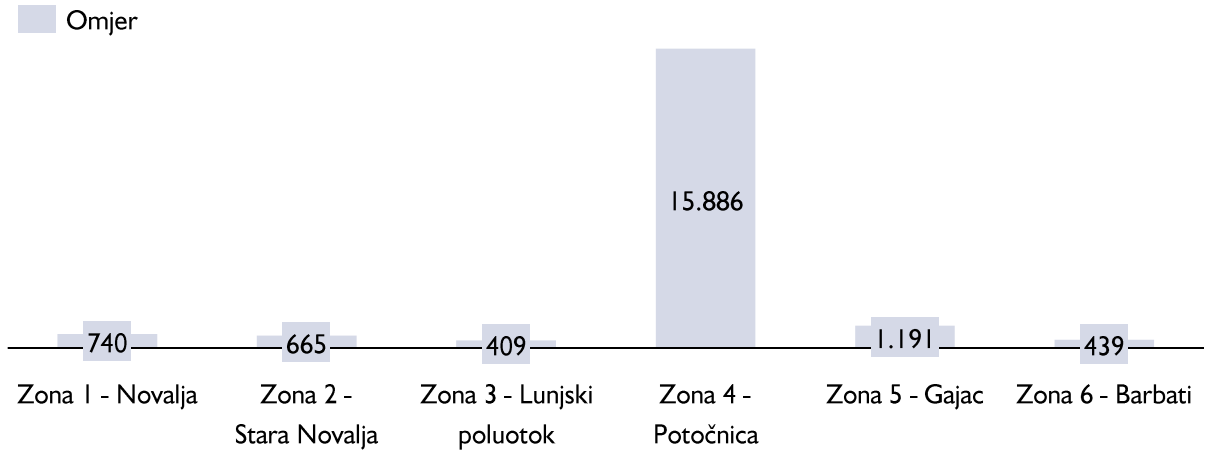
Ovi rezultati ukazuju na snažnu podijeljenost mišljenja lokalnog stanovništva, pri čemu osobna uključenost u turističke aktivnosti jasno utječe na percepciju turizma kao faktora povećanja ili smanjenja kvalitete života u Novalji.

Izvor: Karika – rezultati provedene Ankete lokalnog stanovništva, Horwath HTL analiza, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

2.1. Omjer broja kreveta u komercijalnom smještaju te kućama i stanovima za odmor u odnosu na 100 stanovnika

2024.	Broj kreveta	Broj stanovnika	Vrijednost pokazatelja
Novalja	18,044	2,439	739.81
Stara Novalja	1,868	281	664.77
Lunjski poluotok	1,089	266	409.40
Potočnica	2,224	14	15,885.71
Gajac	1,024	86	1,190.70
Barbati	2,608	594	439.06



Prema propisanoj metodologiji izračuna pokazatelja ovaj omjer računa se na način da se stavljaju u odnos zbroj broja kreveta u komercijalnim smještajnim kapacitetima u destinaciji i procijenjeni broj kreveta u kućama i stanovima za odmor koji se ne koriste za kratkoročni najam u destinaciji, s brojem stalnih stanovnika u destinaciji, u 2024. godini. Budući da nije poznat broj kreveta u kućama i stanovima za odmor koji se ne koriste za kratkoročni najam u destinaciji, pokazatelj je izračunat na način da se u omjer stavljaju isključivo broj kreveta u komercijalnim smještajnim kapacitetima u destinaciji i broj stanovnika.

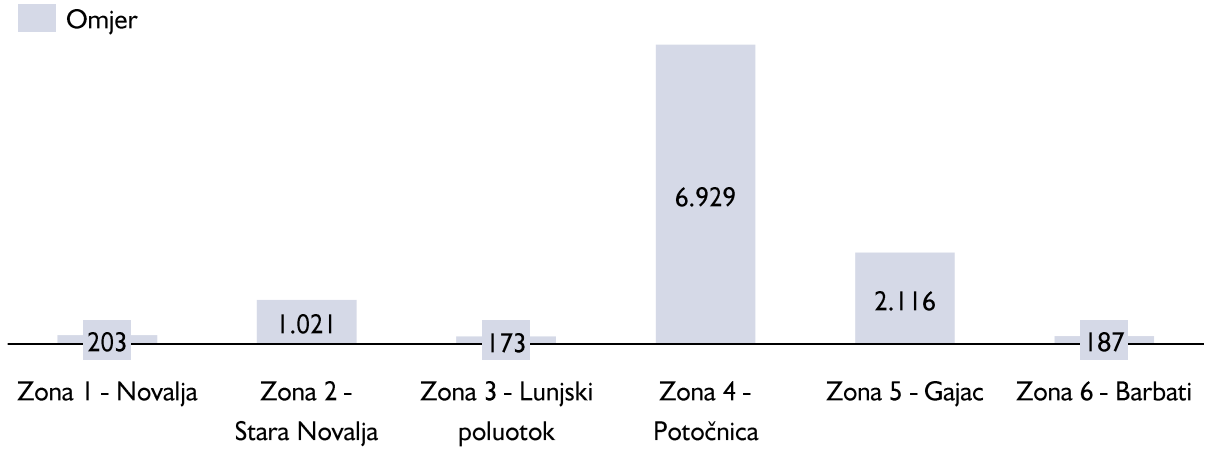
Dobivene vrijednosti ukazuju na visoke omjere broja komercijalnih kreveta u odnosu na broj stanovnika u gotovo svim zonama, što potvrđuje vrlo snažnu turističku orijentaciju destinacije uz istovremeno malu rezidencijalnu populaciju. U pojedinim zonama omjeri dosežu ekstremne razine ponajprije zbog činjenice da ondje živi vrlo mali broj stanovnika, u nekim zonama i manje od sto, što uz razmjerno umjeren broj kreveta rezultira izuzetno visokim vrijednostima pokazatelja. Dodatno, potrebno je naglasiti da se u okviru ove metodologije ne uzima u obzir veličina područja, koja znatno varira među zonama; velike i prostorno raspršene zone, poput Potočnice, postižu još izraženije relativne omjere.

Izvor: eVisitor, DZS, Horwath HTL analiza, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

2.2. Omjer broja kreveta u nekomercijalnom smještaju u odnosu na 100 stanovnika

2024.	Broj kreveta	Broj stanovnika	Vrijednost pokazatelja
Novalja	4.940	2.439	202.54
Stara Novalja	2.870	281	1,021.35
Lunjski poluotok	460	266	172.93
Potočnica	970	14	6,928.57
Gajac	1.820	86	2,116.28
Barbati	1.110	594	186.87



U ovom pokazatelju stavljaju se u omjer broj kreveta u nekomercijalnom smještaju u 2024. godini s brojem stanovnika u 2024., po zonama.

Rezultati pokazuju da većina zona ima vrlo visoke omjere broja nekomercijalnih kreveta u odnosu na broj stanovnika, što upućuje na iznimno velik udio kuća i stanova za odmor u svim zonama destinacije. U zonama s malim brojem stanovnika, u nekima ih nema niti sto, vrijednosti pokazatelja dodatno se naglašavaju jer i umjeren broj nekomercijalnih kreveta vodi do vrlo visokih omjera. Najizraženiji primjer je Potočnica, gdje zbog izuzetno malog broja stanovnika pokazatelj doseže ekstremnu vrijednost od gotovo 7.000, iako apsolutni broj kreveta nije neuobičajeno visok.

Dodatno, metodologija izračuna ovog pokazatelja ne uključuje veličinu ili prostornu rasprostranjenost pojedinih zona, a one se značajno razlikuju; stoga velike, prostorno disperzirane zone prirodno ostvaruju još izraženije relativne omjere.

Izvor: eVisitor, DZS, Horwath HTL analiza, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

2.3. Omjer broja smještajnih objekata u domaćinstvu te kućama i stanovima za odmor u odnosu na broj stanova za stalno stanovanje

Pokazatelj nije moguće izračunati jer nije poznat broj kuća i stanova za odmor koji se ne koriste za kratkoročni najam.

2.4. Broj kreveta u komercijalnom smještaju te kućama i stanovima za odmor na 100 m2 građevinskog područja naselja

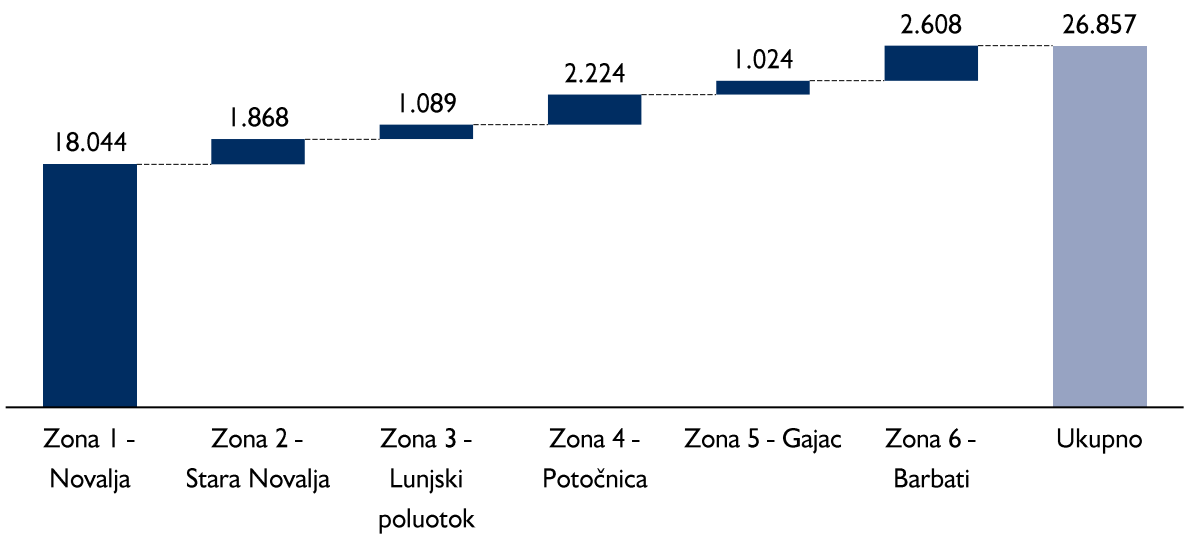
Pokazatelj nije moguće izračunati na razini destinacije jer za izračun pokazatelja nedostaje podatak o procijenjenom broju kreveta u kućama i stanovima za odmor koji se ne koriste za kratkoročni najam u destinaciji.

Izvor: eVisitor, podaci Gradskog ureda za gospodarstvo, ekološku održivost i strategijsko planiranje, Horwath HTL analiza, 2026.

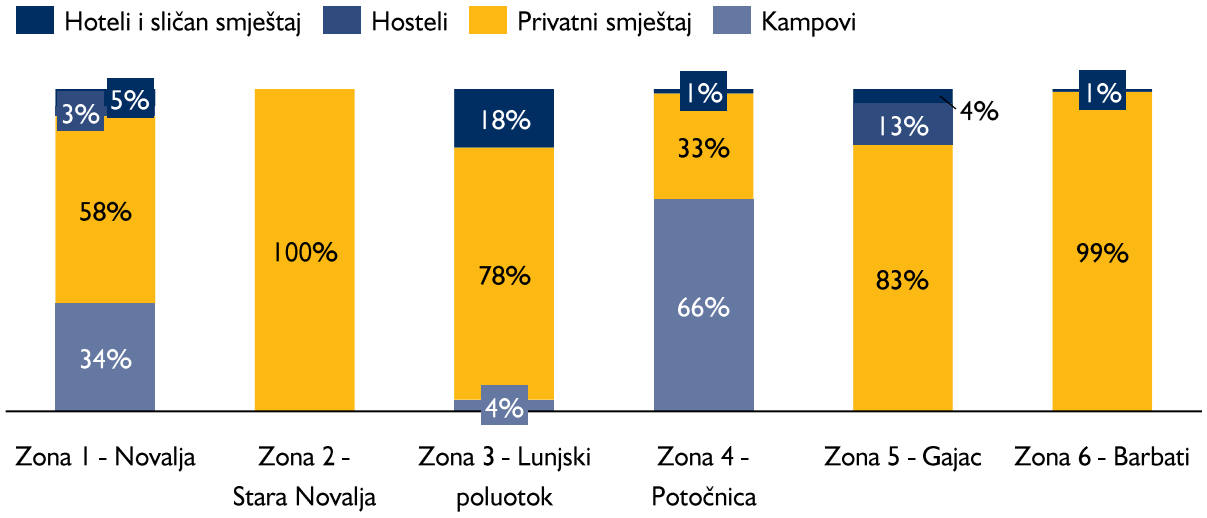
Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

2.5. Struktura smještajnih kapaciteta izražena u postotnim udjelima – pregled po zonama

Broj stalnih kreveta prema zonama u 2024. godini



Pregled udjela broja kreveta prema vrsti smještaja u ukupnom broju kreveta prema zonama u 2024. godini



Podjela komercijalnih smještajnih kapaciteta na području Novalje u 2024. godini pokazuje izrazite razlike među zonama, kako u ukupnom broju kreveta, tako i u strukturi ponude. Najveća koncentracija kapaciteta nalazi se u samom gradu Novalji (Zona 1), s ukupno 18.044 komercijalnih kreveta, pri čemu dominira privatni smještaj. Druga po veličini je Zona Potočnica, s ukupno 2.224 komercijalnih kreveta, u kojoj kampovi čine 66% ukupnih komercijalnih kapaciteta. Zona Barbati zauzima treće mjesto te je smještajna ponuda u njoj gotovo u cijelosti usmjerena na privatni smještaj. U Staroj Novalji komercijalni smještaj obuhvaća isključivo privatni smještaj, dok Lunjski poluotok također ima većinski privatne kapacitete, ali ujedno i najveći udio hotelskog smještaja među analiziranim zonama.

Uz navedene komercijalne kapacitete, metodologija pokazatelja predviđa i udio procijenjenog broja kreveta u kućama i stanovima za odmor koji se ne koriste za kratkoročni najam u ukupnom smještaju, no kako taj podatak nije dostupan, ovaj dio nije uključen u analizu.

Izvor: eVisitor, podaci Gradskog ureda za gospodarstvo, ekološku održivost i strategijsko planiranje, Horwath HTL analiza, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

3.1. Intenzitet stacionarnog, komercijalnog i nekomercijalnog, turizma kao omjer prosječnog broja turista po stanovniku u vršnim danima turističke sezone

Zona	Prosječni dnevni broj turista u danima vršne sezone	Ukupan broj stanovnika u zoni	Vrijednost pokazatelja
Novalja	18.388	2.439	7,54
Stara Novalja	2.224	281	7,91
Lunjski poluotok	1.192	266	4,48
Potočnica	3.447	14	246,21
Gajac	1.596	86	18,56
Barbati	2.409	594	4,06

Pokazatelj intenziteta stacionarnog turizma jasno pokazuje da se prostorni obrasci turističkog opterećenja značajno razlikuju među pojedinim zonama. Uže gradsko područje Novalje i Stara Novalja bilježe visok intenzitet turizma, što znači da broj turista u vršnim danima višestruko premašuje broj stanovnika. Takav odnos pokazuje snažnu turističku aktivnost, ali i određenu razinu prostorne i infrastrukturne otpornosti jer su upravo ta područja organizacijski i infrastrukturno najbolje prilagođena većem sezonskom opterećenju.

Pojedine zone s malim brojem stanovnika, poput Potočnice i Gajca, pokazuju ekstremno visoke vrijednosti pokazatelja, što ukazuje na izrazitu sezonsku turističku orijentiranost. U takvim prostorima lokalno stanovništvo gotovo nestaje u odnosu na broj turista, što stvara sliku privremenih, turistički dominantnih naselja koja tijekom sezone mijenjaju svoju funkcionalnu strukturu i društvenu dinamiku.

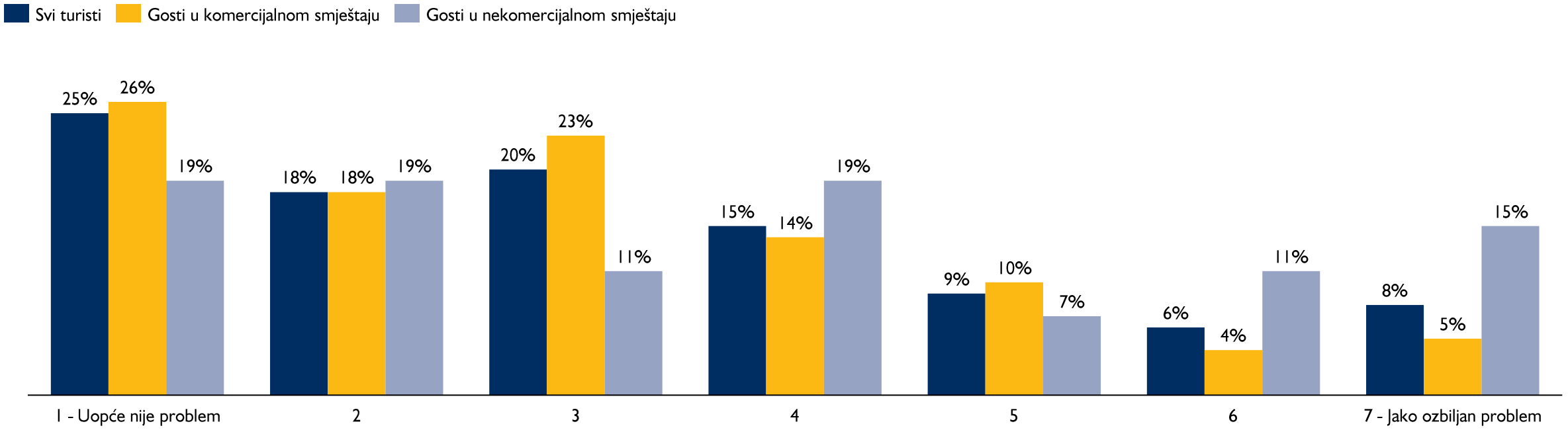
S druge strane, područja poput Lunjskog poluotoka i Barbata pokazuju niske vrijednosti pokazatelja, što upućuje na slabije izražen turistički pritisak i uravnoteženiji odnos između turista i stalnog stanovništva. U tim zonama turizam je prisutan, ali nije dominantan, pa se zadržava stabilan lokalni karakter prostora. U cjelini, prostorni raspored vrijednosti pokazatelja potvrđuje izraženu neujednačenost turističkog prometa u Novalji. Dok pojedine zone funkcioniraju gotovo isključivo kao turistički prostori, druge ostaju slabije uključene u turističke tokove. Takva situacija zahtijeva pažljivo planiranje i usmjeravanje budućeg razvoja prema većoj prostornoj ravnoteži i diversifikaciji ponude, kako bi se smanjili pritisci u najopterećenijim područjima i potaknuo održiv rast u manje iskorištenima.

Izvor: TZ Novalja, Horwath HTL analiza, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

3.2. Nezadovoljstvo radi gužve na ulicama, trgovima, atrakcijama

U kojoj Vam mjeri gužva na ulicama/trgovima/atrakcijama predstavlja problem tijekom Vašeg boravka u destinaciji?



Podaci o percepciji gužvi na području Novalje pokazuju da za većinu turista one ne predstavljaju značajan problem. Četvrtina ispitanika (25%) navodi da gužva uopće nije problem tijekom njihova boravka, dok je dodatnih 18% ocijenilo problem kao blagi. Međutim, 14% svih ispitanih gostiju gužvu ocjenjuje kao ozbiljan problem (ocjene 6 i 7), što ukazuje da dio turista ipak osjeća negativan utjecaj preopterećenosti prostora u destinaciji.

Razlike se javljaju i među skupinama gostiju. Posjetitelji koji borave u nekomercijalnom smještaju gužvu percipiraju izraženije. Njih 26% ocijenilo ju je ozbiljnim problemom, dok gosti u komercijalnom smještaju u manjoj mjeri iskazuju nezadovoljstvo gužvom, pri čemu samo 9% njih smatra da je riječ o ozbiljnom problemu.

Izvor: TZ Novalja, Karika – rezultati provedene Ankete turista i jednodnevnih posjetitelja, Horwath HTL analiza, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

4.1. Koncentracija materijalnih atrakcija na odabranim područjima destinacije/definiranim zonama

Zona	Površina zone (ha)	Broj atrakcija	Vrijednost pokazatelja
Novalja	299,75	29	0.097
Stara Novalja	114,10	11	0.096
Lunjski poluotok	1.216,24	9	0.007
Potočnica	33,64	9	0.268
Gajac	157,76	1	0.006
Barbati	236,03	18	0.076

Najveća koncentracija atrakcija zabilježena je u Novalji (0,097 atrakcija/ha) te je slična koncentracija zabilježena i u Staroj Novalji (0.096 atrakcija/ha) koja ima manje atrakcija, ali na značajno manjoj površini.
Lunjski poluotok ima znatno veću površinu, pa iako raspolaže vrijednim atrakcijama, njegova prostorna disperziranost rezultira niskom koncentracijom (0,007 atrakcije/ha).
Gajac ima nisku gustoću (0,006 atrakcija/ha) što je očekivano s obzirom na njegovu primarno rezidencijalno-turističku funkciju.

Analiza obuhvaća sljedeće atrakcije:

- **Novalja**: Gradski muzej Novalja, Antički vodovod Talijanova buža, Odihe antičkog vodovoda, Arheološka zbirka Stomorica, Centar za kulturu Gozdenica, Galerija Era, Crnkovićev dvor, Plaža Zrće, Antički kamenolom - Rimska kava, Arheološka zona Novalja, Crkva sv. Ivana i Pavla i ostaci ranokršćanske bazilike u Jazu, Crkva sv. Katarine, Crkva Majke Božje od Ružarija, Crkva sv. Antona (Novaljsko polje), Hidroarheološko nalazište u uvali Vlaška mala, Ostaci ranokršćanske bazilike u Gaju, Lokva u Novaljskom polju, Ranokršćanski mozaici iza Male Crikve, Arheološka zona Caska, Kalpurnija i štovanje egipatskih bogova na Caski, Hidroarheološko nalazište u uvali Caska, Ostaci ladanjskog kompleksa biskupa Palčića s crkvom sv. Antuna Padovanskog, Ruševine crkve sv. Jurja, Tunera Caska, Arheološko nalazište Košljun, Staza sv. Anton, Staza Novaljsko polje, Poučna staza Park-šuma Straško, Novaljska riva.
- **Stara Novalja**: Crkva sv. Križa, Crkva svetih apostola Petra i Pavla, Crkva sv. Marije, Ostaci crkvice sv. Petra i Pavla, Hidroarheološko nalazište u uvali Slatina – antički teretni brod, Kula Kaštel i izložbeni prostor Skale do sunca, Utvrda Svetojanj, Lokva Svetojašnica, Vidikovac staronovaljskih ribarskih pošti, Staza Svetojanj, Šetnica Dolnji put
- **Lunjski poluotok**: Crkva sv. Anđela Čuvara, Crkva sv. Jeronima, Crkva Krista Kralja, Etno zona Lun, Olupina parobroda Albanien, Olupina parobroda Euterpe, Ostaci crkvice sv. Martina, Vrtovi lunjskih maslina, Crkva Majke Božje od zdravlja
- **Potočnica**: Crkva sv. Ivana Krstitelja, Arheološko nalazište Vidasovi stani, House of Essential Oils, Lokva na Vidasovim stanima, Lokva Vrgnica, Lokva na Šankovim stanima, Ostaci crkvice sv. Mihovila, Ostaci crkvice sv. Ivana Krstitelja, Ostaci crkvice sv. Vida
- **Gajac**: Crkva sv. Marije
- **Barbati**: Crkva sv. Ivana Krstitelja, Crkva Bezgrješnog Začeća Blažene Djevice Marije, Crkva Pohođenja Blažene Djevice Marije, Crkva sv. Kristofora, Life on Mars Trail, Paški trokut, Penjačka stijena Stogaj i via ferrata, Brdo Osapnik i pastirska lokva Zmajevo oko, Ostaci rudnika boksita (Zubovići), Antonovi dvori (Zubovići), Kozje berdo – prapovijesna liburnska gomila, Tunere, Izvor vode Malin, Pješačka staza Paški trokut, Pješačka staza Kozje berdo, Pješačka staza Life on Mars, Pješačka staza Life on Mars 2, Šetnica Vidalići – Metajna

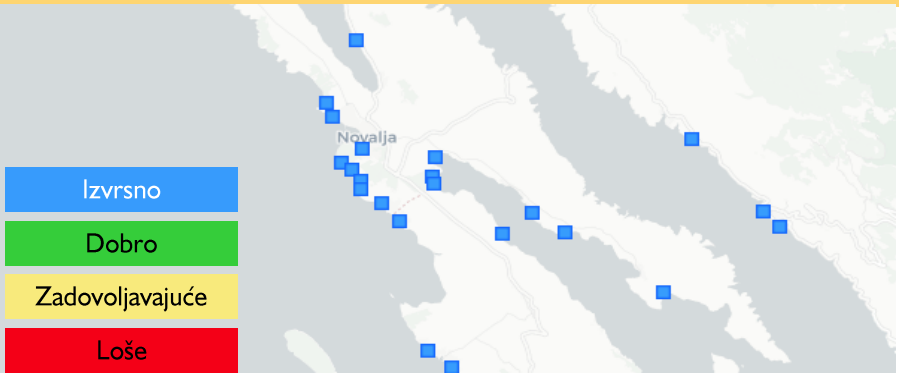
Izvor: Grad Novalja, Horwath HTL analiza, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

4.2. Koncentracija ugostiteljskih sadržaja na odabranim područjima destinacije/ definiranim zonama

Za izračun navedenog pokazatelja potreban je podatak iz Tomas istraživanja koji nije dostupan: PBO - Prosječan broj osoba na putovanju iz podataka o pratnji na putovanju u županiji/regiji u kojoj se zona/destinacija nalazi iz posljednjeg raspoloživog istraživanja Tomas Hrvatska; tako da ovaj pokazatelj nije moguće izračunati.

4.3. Kakvoća voda za kupanje na mjernim stanicama na području destinacije tijekom razdoblja lipanj – rujan u odnosu na ostatak godine



Prema podacima Ministarstva zaštite okoliša i zelene tranzicije, kakvoća vode za kupanje na svim testiranim lokacijama u Novalji ocijenjena je kao „izvrsna". Redovita ispitivanja provode se prema strogim ekološkim standardima, čime se osigurava sigurnost kupača i očuvanje prirodnog okoliša.

4.4. Raspoloživa površina plaže po kupaču u danima vršne turističke sezone

Za potpuni izračun pokazatelja nije dostupan podatak o broju jednodnevnih posjetitelja. Temeljem podataka o broju turista u vršnoj sezoni u destinaciji i ukupnoj površini plaža, procjenjuje se da je dostupno oko 4,2 m^2 plažnog prostora po osobi. Ovaj rezultat treba promatrati kao okvirnu procjenu jer pokazatelj ima metodološka ograničenja: ne raspolaže se točnim brojem svih osoba prisutnih u destinaciji u vršnim danima sezone ili tijekom različitih dijelova dana, a dostupna površina plaža može obuhvaćati samo uređene ili djelomično evidentirane zone.

4.5. Kakvoća zraka na mjernim stanicama na području destinacije tijekom razdoblja lipanj – rujan u odnosu na ostatak godine

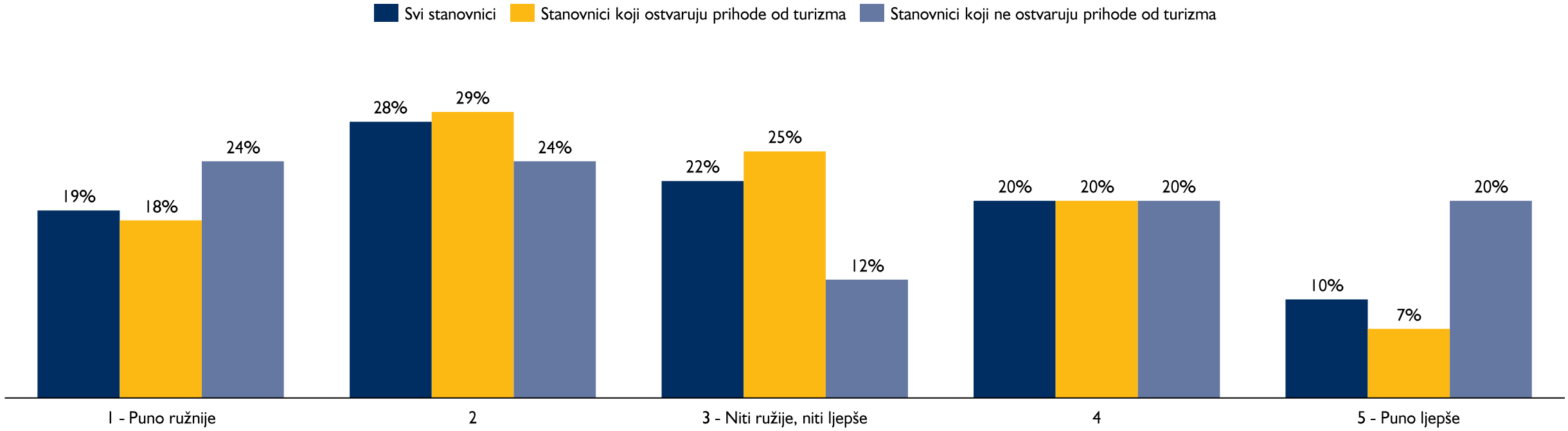
Na području Novalje nema mjerne stanice za mjerenje kvalitete zraka stoga podaci nisu dostupni za ovu destinaciju.

Izvor: vrtlac.izor.hr, Horwath HTL analiza, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

4.6. Utjecaj turizma na izgled destinacije

Kako turistički razvoj utječe na izgled mjesta - postaje li ono uslijed turističkog razvoja ružnije ili ljepše?



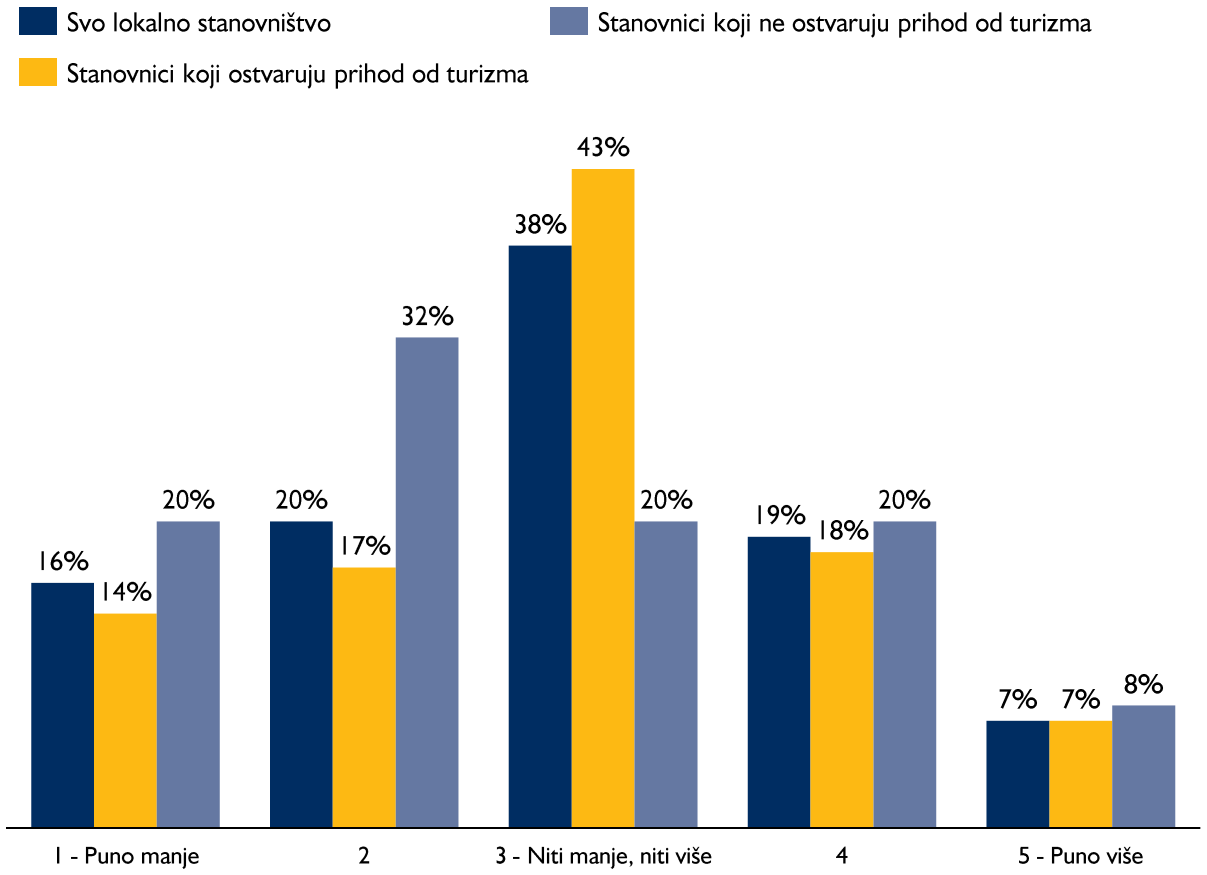
Prema anketi provedenoj među lokalnim stanovništvom (n=108), u kojoj se ispituje pozitivna percepcija utjecaja turizma na izgled destinacije, veći udio je onih (47%) koji smatraju da Novalja postaje ružnije mjesto uslijed turističkog razvoja, u odnosu na one (30%) koji Novalju vide ljepšom kao posljedicu turizma. Podjednak je broj i među onima koji se bave turizmom, i onima koji nemaju prihode od turizma u pogledu negativnog utjecaja turizma na izgled Novalje, odnosno 47% ispitanika koji se bave turizmom smatra da postaje ružnije mjesto, a isto mišljenje dijeli i 48% ispitanika koji se ne bave turizmom.

Izvor: Karika – rezultati provedene Ankete turista i jednodnevnih posjetitelja, Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

4.7. Utjecaj turizma na korištenje javnog prostora

Što mislite o načinu korištenja javnog prostora u Vašem mjestu, je li turizam javni prostor (rivu, gradske ulice i trgove, zelene površine) učinio manje ili više prikladnim za Vaše potrebe?



Rezultati istraživanja pokazuju kako među stanovnicima Novalje prevladava percepcija da turizam negativno utječe na javni prostor, čineći ga manje prikladnim za svakodnevne potrebe lokalnog stanovništva. Ukupno 36% stanovnika smatra da je turizam imao negativan utjecaj na korištenje javnih površina (trgova, riva, ulica, zelenih površina), dok ih 26% prepoznaje pozitivan učinak turizma na javni prostor. Ostatak ispitanika većinom zauzima neutralan stav.

Usporedba prema gospodarskoj povezanosti s turizmom pokazuje razlike u percepciji. Stanovnici koji ostvaruju prihode od turizma manje su skloni negativnim ocjenama. Ovaj podatak ukazuje na to da neposredna korist od turizma utječe na blažu percepciju negativnih posljedica, dok oni koji od turizma nemaju izravnu korist češće osjećaju da on umanjuje kvalitetu korištenja javnih prostora.

Sličan je i broj onih koji smatraju da je turizam javni prostor učinio prikladnijim, bez obzira ostvaruju li prihod od turizma ili ne. To pokazuje da pozitivne učinke, poput uređenja ili povećanja sadržaja, stanovnici prepoznaju u jednakoj mjeri, no razlika se očituje u intenzitetu doživljaja negativnih posljedica.

Rezultati naglašavaju podjelu u percepciji među lokalnim stanovništvom, pri čemu se koristi turizma prepoznaju, ali značajan je udio stanovnika koji imaju osjećaj da je turizam učinio javni prostor manje prikladnim za potrebe stanovništva, osobito među onima koji od turizma nemaju izravnu financijsku korist.

Izvor: Karika – rezultati provedene Ankete turista i jednodnevnih posjetitelja, Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

4.8. Zadovoljstvo ljepotom i uređenošću mjesta (kulturni i prirodni aspekti) kao i glavnih atrakcija

Turisti su u anketi ocjenjivali tri aspekta destinacije:

- ljepotu Novalje
- uređenost mjesta
- uređenost glavnih atrakcija.

Kada je riječ o ljepoti Novalje, 48% svih ispitanih turista ocijenilo je ovaj aspekt najvišim ocjenama, dok prosječna ocjena iznosi 5,29. To pokazuje da gotovo polovica posjetitelja prepoznaje destinaciju kao vizualno privlačnu, iako istodobno postoji znatan udio onih koji daju srednje ocjene, što upućuje na određene razlike u percepciji. Postoji razlika između gostiju prema vrsti smještaja: gosti u nekomercijalnom smještaju češće izražavaju zadovoljstvo (59%, prosjek 5,56), dok je udio zadovoljnih među gostima u komercijalnom smještaju nešto manji (43%, prosjek 5,18).

Uređenost Novalje nešto je slabije ocijenjena u odnosu na samu ljepotu te je 41% ispitanika izjavilo je da je vrlo zadovoljno ljepotom destinacije. Prosječne ocjene pokazuju razlike ovisno o iskustvu boravka: među onima koji prvi put posjećuju Novalju, polovica (50%) izjavila je zadovoljstvo uređenjem grada, dok je kod ponovnih posjetitelja taj udio znatno manji, 30%. Ovakav rezultat može se tumačiti time da prvi dojam Novalje ostavlja snažniji pozitivan vizualni dojam, dok povratnici, upoznati s destinacijom, primjećuju i segmente koji bi mogli biti poboljšani.

Najmanje povoljni rezultati bilježe se kod uređenosti glavnih atrakcija. Samo 31% ispitanika izjavilo je da su zadovoljni ovim aspektom, što je niže u odnosu na uređenost samog mjesta (41%). Ovi podaci pokazuju da atrakcije u destinaciji ne prate uvijek razinu uređenosti i očekivanja koja posjetitelji imaju od destinacije u cjelini. To znači da bi poboljšanja u ovom segmentu mogla izravno doprinijeti većem zadovoljstvu turista i boljoj ukupnoj percepciji destinacije.

Izvor: Karika – rezultati provedene Ankete turista i jednodnevnih posjetitelja, Horwath HTL, 2026.

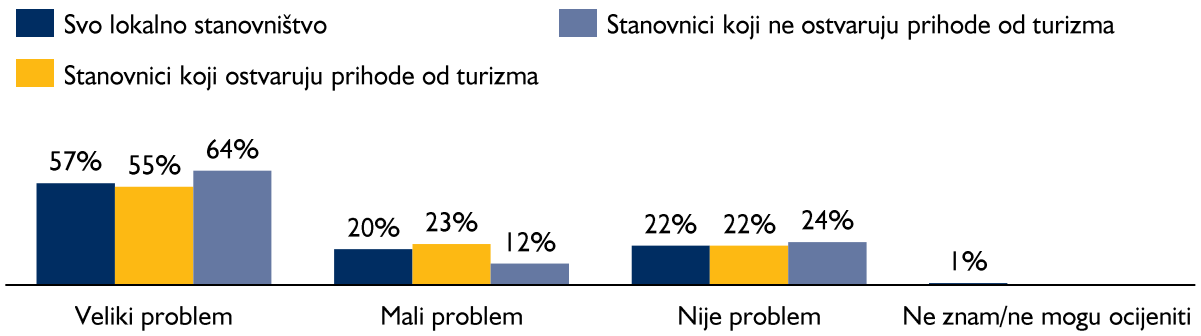
Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

5.1. Razina buke u danima vršne turističke sezone u odnosu na ostatak godine u zonama mješovite namjene po danu i noći

Podatak nije dostupan na razini destinacije. U destinaciji postoje lokacije koje su jače pogođene bukom, kao što su Vidalići i Caska, zbog orijentiranosti Zrća prema njihovim naseljima.

5.2. Iritacija razinom buke u vrijeme turističke sezone

Kada pomislite na život u Novalji tijekom turističke sezone, predstavlja li buka veliki problem, mali problem ili uopće nije problem?



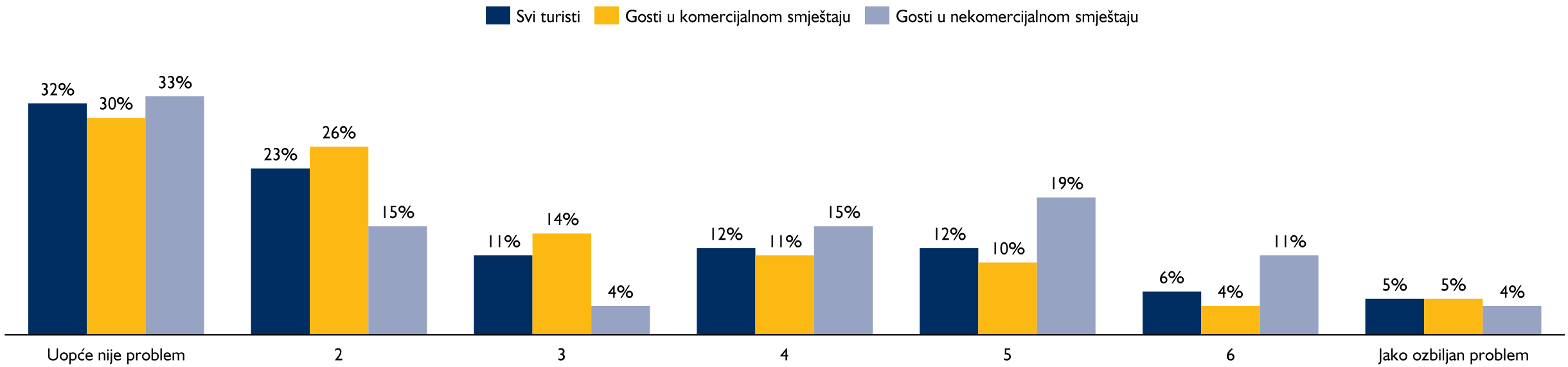
Rezultati ankete pokazuju da buka tijekom turističke sezone predstavlja veliki problem za većinu stanovnika Novalje. Više od polovice ukupnog stanovništva navodi buku kao veliki problem, pri čemu je taj udio veći među stanovnicima koji ne ostvaruju prihode od turizma (64%).
Među onima koji ostvaruju prihode od turizma udio je nešto niži (55%), ali i dalje visok. Mali problem prijavljuje 20% ispitanika, dok približno isto toliko navodi da im buka ne predstavlja nikakav problem.

Izvor: podaci Gradskog ureda za gospodarstvo, ekološku održivost i strategijsko planiranje, Karika – rezultati provedene Ankete lokalnog stanovništva, Karika – rezultati provedene Ankete turista i jednodnevnih posjetitelja, Horwath HTL analiza, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

5.3. Utjecaj buke na kvalitetu boravka

U kojoj Vam mjeri buka na javnim prostorima (ulicama, trgovima, atrakcijama) predstavlja problem tijekom Vašeg boravka u Novalji?



Prema rezultatima ankete turista i jednodnevnih posjetitelja, 32% ispitanika ne smatra da je buka ozbiljan problem, dok je dodatnih 23% izrazilo da buku percipira kao vrlo mali problem. Ukupno 11% turista buka smatra ozbiljnim problemom.

Gosti u nekomercijalnom smještaju u nešto većoj mjeri percipiraju buku kao problem, 15% ih ocjenjuje da buka predstavlja ozbiljan problem, a prosječna ocjena iznosi 3,19. Percepcija buke manje je izražena među gostima u komercijalnom smještaju. Njih 9% smatra buku ozbiljnim problemom, a prosječna ocjena je 2,78. Većina gostiju u ovoj skupini (5%) ocijenila je buku s najnižim ocjenama (1–3), što znači da im ona najčešće ne smeta. Podaci pokazuju da buka na javnim prostorima za većinu gostiju nije značajan problem tijekom boravka u Novalji.

Izvor: podaci Gradskog ureda za gospodarstvo, ekološku održivost i strategijsko planiranje, Karika – rezultati provedene Ankete lokalnog stanovništva, Karika – rezultati provedene Ankete turista i jednodnevnih posjetitelja, Horwath HTL analiza, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

6.1. Udio stambenih jedinica turističke namjene (komercijalni i nekomercijalni kapaciteti) u ukupnom broju stambenih jedinica

Pokazatelj udjela stambenih jedinica turističke namjene u ukupnom broju stambenih objekata iznosi 202,11%, što znači da na svakih 100 kuća u kojima se stalno živi dolazi više od 200 objekata koji se koriste u turističke svrhe, odnosno broj kuća i stanova namijenjenih za kratkoročni boravak gostiju više je nego dvostruko veći od broja objekata u stalnoj rezidencijalnoj funkciji. Ova vrijednost jasno pokazuje da je stambeni fond u Novalji izrazito turistički orijentiran, s većinom nekretnina uključenih u komercijalni ili nekomercijalni najam. Takva struktura upućuje na snažnu ovisnost lokalnog prostora o turizmu te na istodobno smanjenje dostupnosti stambenog prostora za stalne stanovnike. Ovaj udio potvrđuje da je turizam dominantna funkcija prostora, što zahtijeva pažljivo planiranje i kontrolu budućeg razvoja kako bi se postigla održivija ravnoteža između turističkih i stambenih potreba zajednice.

Izvor: Horwath HTL analiza, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

6.2. Maksimalni potencijal izgradnje na neizgrađenim i izgrađenim dijelovima građevinskog područja naselja mješovite namjene

Zona	Ukupno građevinsko područje zone	Izgrađeno	Neizgrađeno	Minimalna čestica (ha)	Neizgrađeni dio građevinskog područja umanjen za 20%	Potencijalni broj novih građevinskih čestica	Stambene jedinice (max. po čestici)	Stambene jedinice - potencijal	Apartmani (max. po čestici)	Apartmani - potencijal
Novalja	215,68	185,45	30,23	n/a	24,8	377				754
Novalja, Zrće	209,72	180,36	29,36	0,065	23,49	361	3	1.083	2	
Caska	5,96	5,09	0,87	0,045	0,70	15	3	45	1	
Stara Novalja	63,47	47,23	16,24	0,045	12,99	289	3	867	1	289
Lunjski poluotok	93,09	45,93	47,16	n/a	37,73	814				814
Lun	34,13	18,07	16,06	0,045	12,85	286	3	858	1	
Jakišnica	51,33	25,66	25,67	0,045	20,54	456	3	1.368	1	
Mulobedanj, Dudići, Gurijel	7,63	2,2	5,43	0,06	4,34	72	2	144	0	
Potočnica	69,26	42,86	26,4	n/a	21,12	394			0	0
Potočnica, Dubac-Varsan	34,32	24,96	9,36	0,045	7,49	166	2	498	0	
Stani	34,94	17,9	17,04	0,06	13,63	227	2	454	0	
Gajac	24,49	21,88	2,61	0,07	2,09	30	3	90	3	60
Barbati	70,76	42,98	27,78	0,045	22,22	494	3	1.482	1	494
Ukupno	**536,75**	**386,33**	**150,42**		**120,34**	**2,397**		**6.889**		**2.410**

Potencijalni broj novih građevinskih čestica procijenjen je dijeljenjem površine neizgrađenog dijela zone s minimalno propisanom veličinom građevinske čestice. Na temelju toga i maksimalno dopuštenog broja stanova i apartmana po čestici izračunan je ukupni potencijal buduće izgradnje. Dobiveni podaci daju okvirni pregled mogućeg prostornog kapaciteta te služe za procjenu pritisaka i razvojnih mogućnosti u pojedinim zonama. Ukupno građevinsko područje svih zona iznosi 536,75 ha, od čega je 386,33 ha izgrađeno, a 150,42 ha ostaje neizgrađeno s procijenjenim 120,34 ha raspoloživih za novu izgradnju nakon umanjenja. Procijenjeno je 2.397 novih građevinskih čestica, s potencijalom za 6.889 stanova i 2.410 apartmana. Najveći prostorni i građevinski potencijal bilježe Lunjski poluotok i zona Novalja, dok je zona Gajac gotovo u potpunosti izgrađene s ograničenim mogućnostima daljnjeg razvoja.

Izvor: Grad Novalja, Horwath HTL analiza, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

6.3. Mogućnosti nove stambene izgradnje na neizgrađenim površinama mješovite namjene građevinskog područja naselja

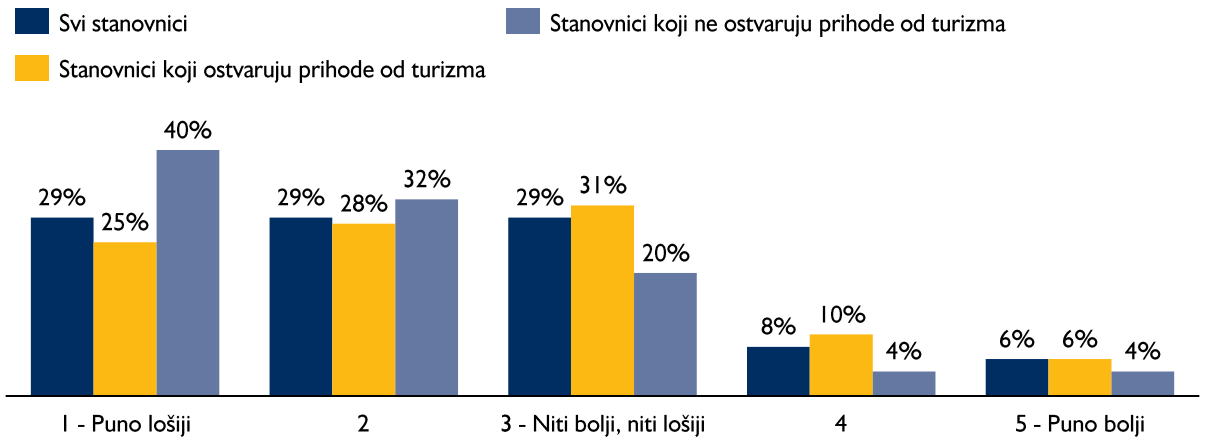
U prethodnom pokazatelju računali smo maksimalni potencijal izgradnje na razini naselja, zbrojivši:

- kapacitet koji bi se teoretski mogao ostvariti u već izgrađenom dijelu (rekonstrukcije/prenamjene), i
- mogućnosti nove izgradnje na neizgrađenim površinama.

Temeljem dostavljenih podataka, u već izgrađenim dijelovima nema realnog potencijala povećanja broja stambenih jedinica (stari plan je dopuštao znatno više jedinica unutar istih gabarita od današnjeg, pa nove rekonstrukcije u pravilu ne povećavaju broj jedinica). Zbog toga, ovaj pokazatelj (6.3), koji inače obuhvaća samo neizgrađene površine, brojčano odgovara onom dijelu prethodnog izračuna koji se odnosi na novu izgradnju. Drugim riječima, vrijedi sve isto što je već primijenjeno za neizgrađene površine u prethodnom pokazatelju.

6.4. Utjecaj pretvaranja stanova u turističke apartmane na kvalitetu života u destinaciji

Što mislite o pretvaranju stanova i kuća u turističke apartmane i kuće za odmor, postaje li život u mjestu zbog toga lošiji ili bolji?



Prema rezultatima ankete, više od polovice stanovnika Novalje (58%) smatra da je kvaliteta života u gradu lošija zbog apartmanizacije, odnosno pretvaranja stanova i kuća u turističke apartmane. S druge strane, manji udio stanovništva ne prepoznaje ovaj trend kao značajan problem ili zauzima neutralan stav. Najizraženiji negativan stav bilježi se kod stanovnika koji nemaju prihode od turizma, njih 72% smatra da apartmanizacija pogoršava kvalitetu života u gradu.

Rezultati pokazuju rastuću zabrinutost dijela lokalne zajednice, posebno među stanovnicima koji nisu neposredno vezani uz turizam. Negativne posljedice apartmanizacije najčešće se povezuju sa smanjenom dostupnošću stambenog prostora, rastom cijena stanovanja i narušavanjem ravnoteže između turističke i stambene funkcije grada.

Izvor: podaci Gradskog ureda za gospodarstvo, ekološku održivost i strategijsko planiranje, Karika – rezultati provedene Ankete lokalnog stanovništva, Horwath HTL analiza, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

7.1. Vršno opterećenje i udio objekata u lancu turizma u vršnom opterećenju – voda

Pokazatelj vršnog opterećenja potrošnjom vode mjeri razliku u potrošnji vode između turista i lokalnog stanovništva u razdobljima najvećeg i najmanjeg turističkog pritiska. Prema dostupnim podacima, prosječna potrošnja vode po jednom noćenju turista iznosi 0,46 m^3, dok potrošnja po jednom noćenju stanovnika iznosi svega 0,09 m^3. To znači da turisti troše 495% više vode po noćenju od lokalnih stanovnika.

Izračun ovog pokazatelja temelji se na usporedbi ukupne finalne potrošnje vode u kućanstvima i smještajnim objektima u mjesecu s najmanjim brojem noćenja (F1 = 12.319 m^3) i u mjesecu s najvećim brojem noćenja (F2 = 334.602 m^3), broju ostvarenih turističkih noćenja u tim mjesecima (T1 = 1.414; T2 = 701.776) te broju stanovnika u destinaciji koji imaju pristup javnoj vodoopskrbi (S = 4.051).

Dobiveni rezultati jasno ukazuju na visoki intenzitet turističkog pritiska na komunalnu infrastrukturu, osobito u ljetnim mjesecima kada broj turista višestruko premašuje broj lokalnih stanovnika.

7.2. Vršno opterećenje i udio objekata u lancu turizma u vršnom opterećenju – električna energija

Pokazatelj se računa tako da se usporedi ukupna potrošnja električne energije u mjesecu s najmanjim i mjesecu s najvećim brojem turističkih noćenja. Razlika između tih dviju potrošnji, korigirana brojem dana u mjesecima, dijeli se s razlikom u broju ostvarenih turističkih noćenja, čime se dobiva prosječna potrošnja električne energije po turističkom noćenju. Na sličan način, pomoću razlike u potrošnji i broja stanovnika izračunava se prosječna potrošnja po stanovniku. Završni omjer uspoređuje te dvije vrijednosti i pokazuje koliki dio potrošnje stanovnika ostvaruju turisti, što omogućuje procjenu individualnog energetskog opterećenja u destinaciji.

Prema dostupnim podacima, potrošnja električne energije po noćenju turista iznosi 6,12 kWh, dok je potrošnja električne energije po noćenju stanovnika 12,89 kWh. Sukladno tome, omjer potrošnje električne energije po noćenju turista i stanovnika iznosi 47,5%. Rezultat pokazuje da je individualna potrošnja turista približno upola manja od potrošnje prosječnog stanovnika. S obzirom na veliko opterećenje turističkom aktivnošću u ljetnim mjesecima, ukupna potrošnja električne energije u mjesecu s najvećim brojem noćenja i dalje je znatno viša nego u mjesecu s najmanjim brojem noćenja, no razlika je relativno manja u odnosu na veliku razliku u broju ostvarenih noćenja. Ukupna potrošnja električne energije u kolovozu znatno je viša ne zato što pojedinačni turist troši više energije, nego zato što se u vrhuncu sezone višestruko povećava broj ljudi u destinaciji. Iako je prosječna potrošnja po turistu manja od potrošnje stanovnika, veliki broj turista, sezonskih radnika i korisnika vikendica u kolovozu multiplicira ukupnu potrošnju.

Izvor: Vodovod hrvatsko primorje - podružnica Novalja - interni izvještaji o mjesečnoj potrošnji vode, Arburoža d.o.o., TZ Novalja, Horwath HTL analiza, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

7.3. Broj djelatnika na održavanju javnih površina u odnosu na m2 javnih površina koje se održavaju

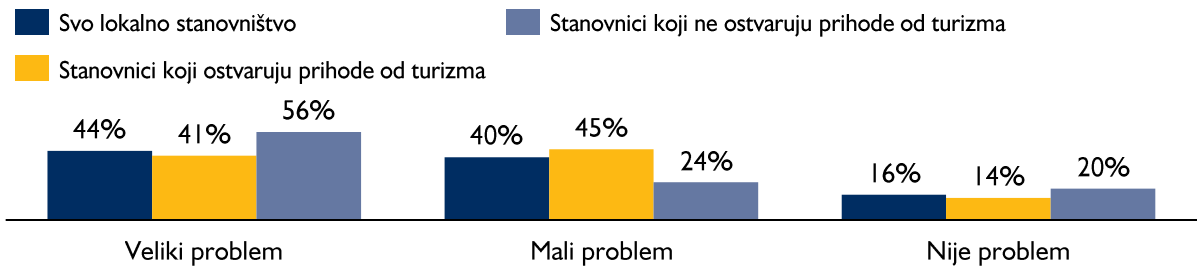
Na području Novalje održava se ukupno 180.000 m² javnih površina, za koje je zaduženo 25 radnika. To znači da pojedini radnik godišnje održava prosječno 7.200 m², što jasno pokazuje opseg odgovornosti i važnost dobre organizacije i raspodjele posla. Održavanje javnih površina od presudne je važnosti za vizualni identitet destinacije i kvalitetno turističko iskustvo, osobito u vrijeme visoke sezone kada se bilježi najveće opterećenje sustava.

7.4. Kapaciteti (ljudski i tehnološki) za odvoz otpada

U 2024. godini broj zaposlenih djelatnika angažiranih na poslovima odvoza otpada kretao se između 25 i 29 osoba, što znači da je prosječan broj raspoloživih ljudskih kapaciteta iznosio oko 27 djelatnika. Osim ljudskih resursa, destinacija raspolaže i s ukupno 18 vozila namijenjenih za odvoz otpada.

7.5. Iritacija neprimjereno odloženim otpadom tijekom turističke sezone

Kada pomislite na život u Novalji tijekom turističke sezone, predstavlja li neprimjereno odlaganje otpada veliki problem, mali problem ili uopće nije problem?



Graf prikazuje stav stanovnika Novalje o problemu nepravilnog odlaganja otpada tijekom turističke sezone. Rezultati pokazuju da većina ispitanika odlaganje otpada doživljava kao problem. Njih 44% smatra da je riječ o ozbiljnom problemu, dok dodatnih 40% navodi da je riječ o manjem, ali ipak prisutnom problemu. 16% stanovnika ocijenilo je da odlaganje otpada ne predstavlja problem.
Ovakva raspodjela odgovora ukazuje na to da je nepravilno odlaganje otpada u sezoni visoke turističke aktivnosti jedan od ključnih izazova za lokalnu zajednicu, koji značajno utječe na percepciju kvalitete života u destinaciji.

Izvor: Karika – rezultati provedene Ankete lokalnog stanovništva, Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

8.1. Procjena kapaciteta prometne infrastrukture u odnosu na volumen prometa na odabranim pravcima/točkama u danima vršne turističke sezone

Pokazatelj nije bilo moguće izračunati točno prema propisanoj metodologiji jer ne postoje podaci o prosječnom ljetnom dnevnom prometu i prosječnom godišnjem dnevnom prometu.
Ipak, procjena kapaciteta prometne infrastrukture može se temeljiti na dostupnim nalazima iz *Elaborata signalnog plana raskrižja DC107-Špital-Čiponjac*. Analizom su obuhvaćeni ključni prometni pravci: državna cesta DC107 (Pag – Novalja – Lun), glavna os prometnog sustava; ulica Špital i ulica Čiponjac, koje povezuju gradski centar i trgovačku zonu te obilaznica Zrće – Caska, kao sezonski najopterećeniji krak zbog koncentracije turističkih aktivnosti.
Brojanje prometa provedeno u travnju i srpnju 2025. godine, tijekom tri dana promatranja (dva radna dana i jedan vikend). Analiza je uključivala usporedbu volumena prometa i terenska opažanja o ponašanju sudionika u prometu.
Tijekom srpnja 2025. najopterećeniji krak DC107 bilježi oko 9.000 vozila dnevno, dok se promet na bočnim krakovima kreće između približno 2.300 i 4.800 vozila dnevno. Rezultati pokazuju da raskrižje i postojeći signalni plan u cjelini funkcioniraju zadovoljavajuće, bez značajnih zastoja ni u vršnim satima, no izraženi su lokalni problemi u ljetnim mjesecima, posebno tijekom pojačanog pješačkog prometa i noćnih sati. U vansezonskom razdoblju promet se odvija protočno, uz minimalna čekanja, ali su zabilježene sigurnosne nepravilnosti kao što su namjerni prolasci kroz crveno svjetlo, vožnja u suprotnom smjeru pri skretanju u Čiponjac te poteškoće autobusa i teretnih vozila zbog ograničene geometrije raskrižja. U vršnoj sezoni povećava se broj kraćih zastoja, najčešće zbog nepoštivanja prometne signalizacije, oduzimanja prednosti i agresivne vožnje. Dodatni problem predstavljaju pretjecanja u zoni raskrižja, nepridržavanje pravila od strane pješaka i vozača električnih romobila te povećani pješački tokovi koji usporavaju promet.
Prometna infrastruktura u destinaciji i dalje funkcionira unutar granica prihvatljive propusne moći, ali je stvarna funkcionalnost raskrižja ograničena ponašanjem sudionika, sezonskim opterećenjem i neadekvatnom geometrijom.

8.2. Procjena kapaciteta i iskorištenosti parkirališta u razdoblju vršne turističke sezone

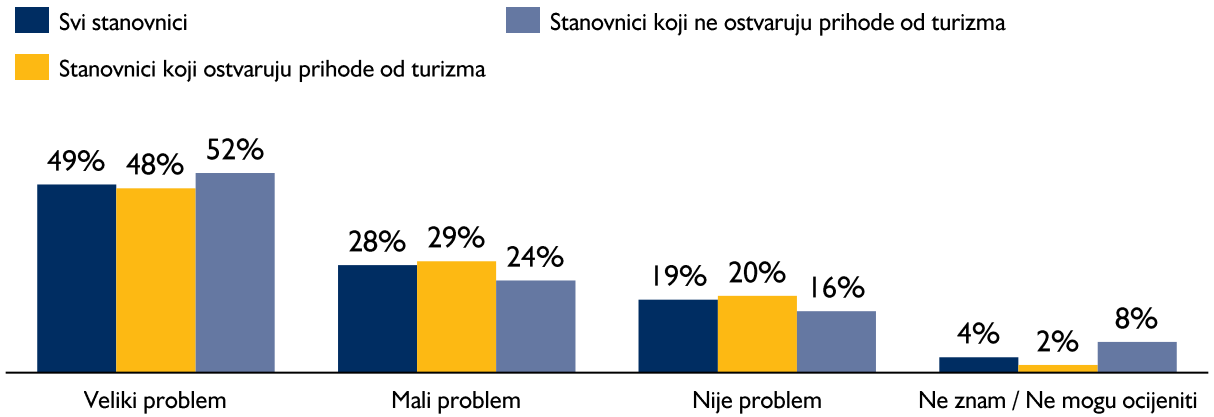
Temeljem dokumenta SUMP Novalja v1.15 FINAL i podataka dostavljenih od strane komunalnog društva o iskorištenosti parkirališta u razdoblju od 01.06. do 31.08.2024., vidljivo je da postoje značajne razlike u opterećenosti kapaciteta ovisno o lokaciji. Parkirališta P1, P2 i P3 u gradskom centru bilježe 100% iskorištenost, što potvrđuje snažan pritisak na središnje gradske kapacitete tijekom vršne sezone. Parking Planjka – Trinćel u Staroj Novalji bilježi prosječnu popunjenost od oko 80%, dok je parkiralište Zrće popunjeno približno 60%. Nasuprot tome, rubni kapaciteti poput Lokunja, parkirališta kod Doma zdravlja, stadiona i groblja koriste se znatno manje, s prosječnom iskorištenošću od tek 30%, dok parkiralište Punta Mira pokazuje srednju razinu zauzeća od oko 50%. Ovi rezultati, potvrđeni i ranijom prometnom studijom, jasno pokazuju izrazitu koncentraciju potražnje za parkiranjem u užem gradskom središtu, dok rubni kapaciteti ostaju djelomično ili značajno neiskorišteni.

Izvor: Arburoža d.o.o. Javne površine, Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

8.3. Iritacija gužvom u prometu tijekom turističke sezone

Kada pomislite na život u Novalji tijekom turističke sezone, predstavlja li gužva u prometu veliki problem, mali problem ili uopće nije problem?



Graf prikazuje stav lokalnog stanovništva Novalje o gužvama u prometu tijekom turističke sezone. Gotovo polovina ispitanika (49%) gužvu u prometu vidi kao veliki problem, dok dodatnih 28% smatra da je riječ o manjem problemu. S druge strane, 19% stanovnika navodi da im gužva ne predstavlja problem, a 4% ispitanika nije moglo dati jasan odgovor.

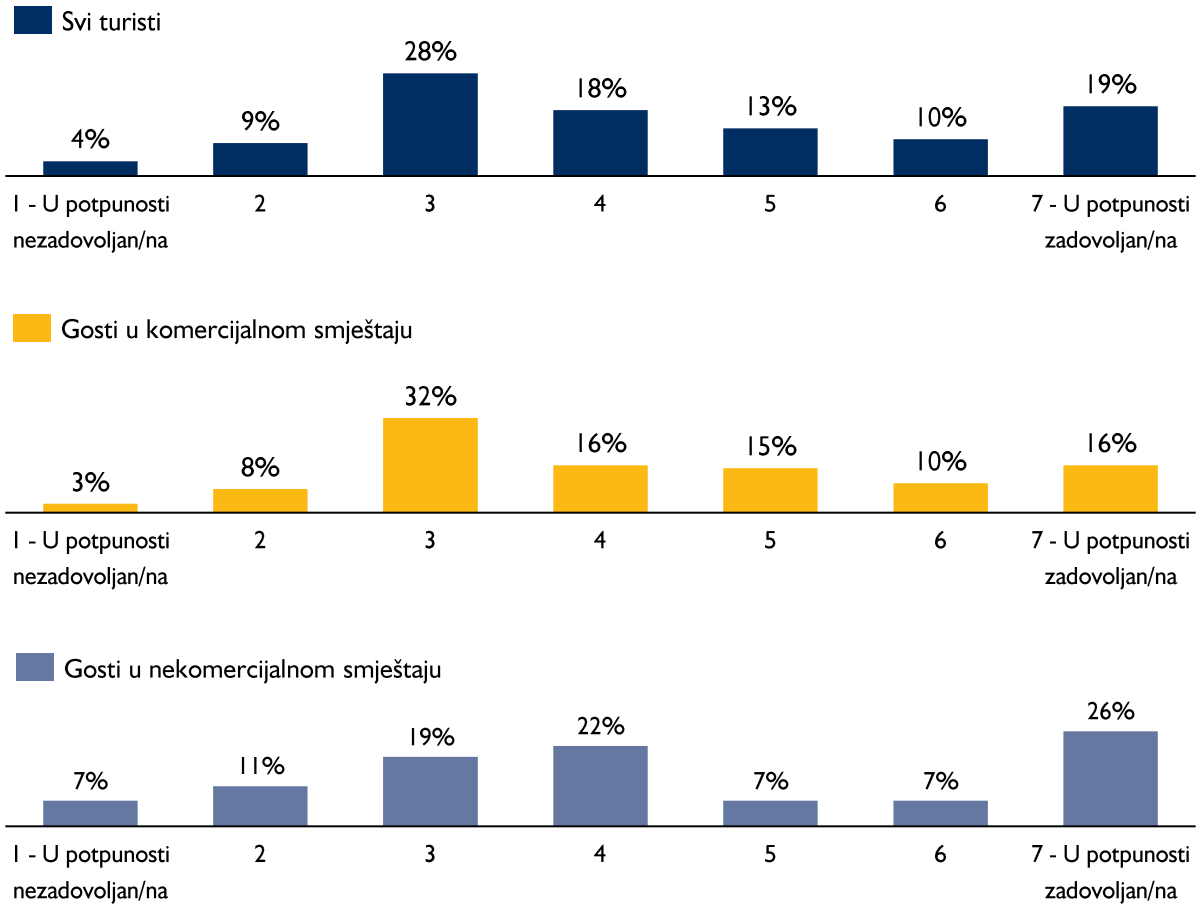
Ovi rezultati ukazuju da ukupno više od tri četvrtine lokalnog stanovništva (77%) doživljava prometne gužve kao problem u razdoblju visoke sezone, što ih svrstava među značajnije izazove s kojima se grad suočava u upravljanju turističkim opterećenjem. Nije vidljiva značajna razlika među stanovnicima koji ostvaruju prihode od turizma i onima koji ne ostvaruju prihode od turizma.

Izvor: SUMP Novalja, Karika – rezultati provedene Ankete lokalnog stanovništva, Horwath HTL analiza, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

8.4. Zadovoljstvo prometom u mjestu

Koliko ste zadovoljni prometom u Novalji (protočnost prometa, parkirališta)?



Rezultati svih ispitanika pokazuju da se najveći udio odgovora koncentrira oko sredine ljestvice zadovoljstva, odnosno prevladavaju neutralni odgovori. Takva raspodjela upućuje na općenito osrednje zadovoljstvo prometnim uvjetima u mjestu, bez jasnog prevladavanja pozitivnih ili negativnih dojmova. Udio zadovoljnih i vrlo zadovoljnih ispitanika iznosi oko petinu svih sudionika ankete, što potvrđuje da pozitivna iskustva postoje, ali nisu dominantna u ukupnoj percepciji gostiju.

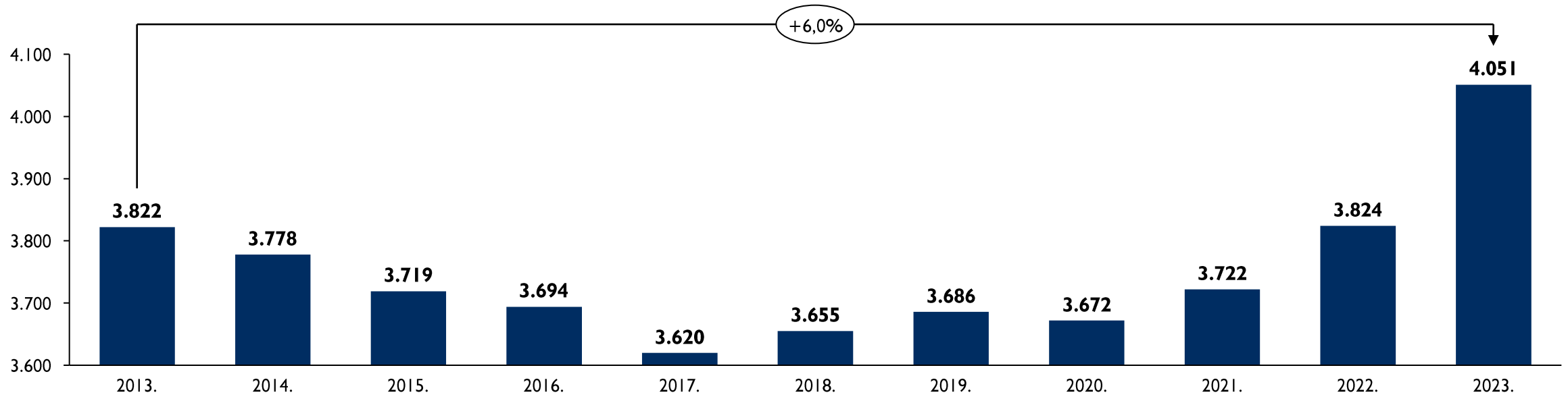
Gosti koji borave u komercijalnom smještaju pokazuju vrlo sličan obrazac odgovora, s visokim udjelom neutralnih stavova te ukupno 11% nezadovoljnih ispitanika. Istodobno, 26% gostiju u komercijalnom smještaju iskazuje zadovoljstvo protočnošću prometa i dostupnošću parkirališta u mjestu, što ukazuje na nešto veći udio zadovoljnih ispitanika u odnosu na nezadovoljne.

Percepcija gostiju u nekomercijalnom smještaju pokazuje znatno veću raspršenost. Udio nezadovoljnih gostiju veći je nego u ukupnoj populaciji ispitanika. Istodobno, među turistima u nekomercijalnom smještaju zabilježen je visok udio u potpunosti zadovoljnih gostiju, njih 33%. Ovakva distribucija odgovora pokazuje da su iskustva gostiju u nekomercijalnom smještaju podijeljena te da se među njima bilježi znatno manji udio neutralnih odgovora.

Izvor: Karika – rezultati provedene Ankete turista i jednodnevnih posjetitelja, Horwath HTL analiza, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

9.1. Kretanje broja stanovnika u (posljednjem) desetogodišnjem razdoblju (u tis. stanovnika)



Graf prikazuje kretanje broja stanovnika u posljednjih deset godina. Od 2013. do 2017. godine bilježen je kontinuirani pad, pri čemu je broj stanovnika pao s 3.822 na najnižu vrijednost od 3.620 stanovnika. Nakon toga, u razdoblju 2017.–2019. uslijedio je blagi oporavak, dok se u 2020. i 2021. broj stanovnika ponovno kretao oko nižih vrijednosti, s 3.672 u 2020. godini. Od 2021. trend se značajno mijenja te broj stanovnika kontinuirano raste, dosegnuvši 4.051 stanovnika u 2023. godini, što predstavlja porast od 6% u odnosu na 2013. godinu.

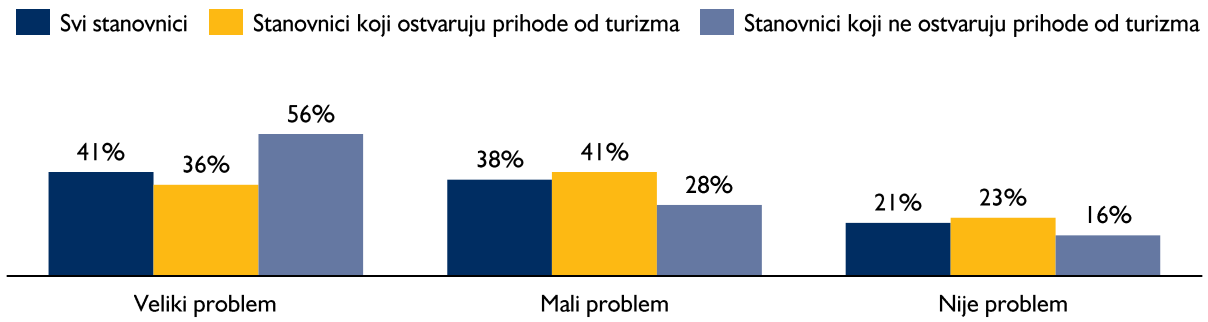
Unatoč ranijim oscilacijama i razdoblju pada, podaci jasno pokazuju da Novalja u posljednje dvije godine bilježi stabilan rast i povoljnije demografske trendove. Ovakav pozitivan pomak upućuje na to da je destinacija uspjela preokrenuti raniji negativni trend i ponovno ostvaruje povećanje broja stanovnika, za razliku od mnogih drugih urbanih sredina u Hrvatskoj koje su u istom razdoblju zabilježile pad.

Izvor: DZS, Horwath HTL analiza, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

9.2. Iritacija ljetnom gužvom i specifično gužvama na ulicama/javnim površinama

Kada pomislite na život u Novalji tijekom turističke sezone, predstavlja li gužva na ulicama/javnim površinama veliki problem, mali problem ili uopće nije problem?



Rezultati ankete pokazuju da većina stanovnika Novalje gužve na ulicama i javnim površinama tijekom turističke sezone percipira kao problem. Od ukupnog broja ispitanika, njih 79% smatra da gužve u određenoj mjeri narušavaju kvalitetu života u gradu. Među njima, 41% stanovnika ovaj problem doživljava kao veliki, dok 38% smatra da gužve predstavljaju manji problem. Samo 21% ispitanika izjavilo je da gužve uopće nisu problem.

Vidljive su manje razlike u percepciji gužve među stanovnicima koji ostvaruju prihode od turizma i onih koji ne ostvaruju te je ukupno 77% stanovnika koji ostvaruju prihode od turizma izrazilo da gužva predstavlja manji ili veći problem, dok je udio tih odgovora među stanovnicima koji ne ostvaruju prihode od turizma ukupno 84%.

9.3. Indeks priuštivosti stana (na razini destinacije)

Prema izvještaju Pregled tržišta nekretnina 2023., Novalja se svrstava među 20 jedinica lokalne samouprave u Hrvatskoj s najmanjom priuštivošću stanovanja, odnosno s najvišim cijenama stanova i apartmana u odnosu na raspoložive dohotke stanovništva. U 2022. godini, prosječni godišnji neto dohodak stanovnika bio je dovoljan za kupnju tek između 2,6 i 3,5 m^2 stambenog prostora, što jasno pokazuje izrazit jaz između tržišnih cijena i platežne moći lokalnog stanovništva. Novalja se, uz destinacije poput Rovinja, Hvara, Dubrovnika i Baške Vode, kontinuirano nalazi na listi najnepriuštivijih odredišta, kako u 2021. tako i u 2022. godini. Iako je zbog rasta plaća u 2022. došlo do blagoga poboljšanja pokazatelja priuštivosti u usporedbi s 2021., tržište stanovanja u Novalji i dalje ostaje izrazito nepriuštivo za prosječnog kupca, što potvrđuje snažan utjecaj turizma na formiranje cijena nekretnina i ograničenu dostupnost stanovanja lokalnom stanovništvu.

Izvor: Karika – rezultati provedene Ankete lokalnog stanovništva, Publikacija Pregled tržišta nekretnina za godine 2019. - 2023., Horwath HTL analiza, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

I0.1. Raspoloživost dodatne radne snage

Prema podacima HZZ-a, broj nezaposlenih u Novalji u siječnju 2024. godine iznosio je 94 osobe, dok se u kolovozu 2024. smanjio na 39 osoba, što jasno pokazuje snažan utjecaj sezonskog zapošljavanja. U siječnju 2025. godine broj nezaposlenih bio je nešto niži, ukupno 82 osobe, dok je u kolovozu 2025. pao na 37 osoba. Ovi podaci potvrđuju izražen sezonski obrazac – zimi, kada nema turističkih aktivnosti, broj nezaposlenih raste, dok se tijekom ljeta gotovo prepolovi jer većina radne snage pronalazi zaposlenje u turizmu i ugostiteljstvu. Usporedba dviju godina pokazuje pozitivan trend: i u zimskom i u ljetnom razdoblju 2025. godine broj nezaposlenih bio je niži nego godinu ranije (smanjenje s 94 na 82 u siječnju te s 39 na 37 u kolovozu). Takva dinamika upućuje na blago poboljšanje lokalnog tržišta rada, iako sezonalnost i dalje ostaje dominantna značajka zapošljavanja u Novalji.

Izvor: podaci Hrvatskog zavoda za zapošljavanje, Horwath HTL analiza, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Dodatni pokazatelji prihvatnog kapaciteta

I4.2. Kvaliteta vode u lukama

Kvaliteta vode na području destinacije obrađena je u okviru obveznog pokazatelja prihvatnog kapaciteta *4.3. Kakvoća voda za kupanje na mjernim stanicama na području destinacije tijekom razdoblja lipanj – rujan u odnosu na ostatak godine*.

Izvor: Karika – rezultati provedene Ankete turista i jednodnevnih posjetitelja, Horwath HTL analiza, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

I5.1. Potencijal povećanja građevinskih područja

	Izgrađeno područje	Udio izgrađenosti	Potencijal povećanja izgrađenog dijela	Potencijal povećanja (ha)
Caska	4,85	81,38%	20%	0,97
Gajac	21,6	92,43%	20%	4,32
Novalja	196,1	81,35%	20%	39,22
Vidalići	7,93	82,52%	20%	1,59
Dubac-Varsan	16,15	80,15%	20%	3,23

Ukupna površina građevinskog područja Novalje iznosi 5.378.100 m^2. Podaci o površinama negrađevinskih područja koja bi se mogla prenamijeniti u građevinska te ukupnoj površini negrađevinskih zona nisu dostupni, pa se procjena temelji na postojećim izgrađenim područjima i njihovoj mogućnosti širenja. Ukupno promatrana naselja pokazuju visok stupanj urbaniziranosti, s udjelima izgrađenosti između 80% i 92%, što ukazuje na ograničen prostorni potencijal budućeg razvoja. Najveći potencijal povećanja građevinskih područja koncentriran je u Novalji i njezinim prigradskim zonama, gdje je moguće planirati dodatnih približno 39 ha građevinskog područja, dok su ostala naselja prostorno gotovo saturirana. Iako ukupna mogućnost širenja na razini svih analiziranih zona iznosi oko 49 ha, u praksi je stvarni potencijal ograničen prostornim, infrastrukturnim i okolišnim uvjetima.

I5.2. Mogućnost stambene izgradnje kroz rekonstrukciju i prenamjenu postojećih građevina

Podaci o mogućnosti stambene izgradnje kroz rekonstrukciju i prenamjenu postojećih građevina nisu dostupni, no prema prostorno-planskoj dokumentaciji i važećim ograničenjima, može se zaključiti da mogućnost povećanja kapaciteta unutar postojećih građevina u destinaciji nije značajna. Uvidom u raniji Prostorni plan, unutar kojega su izgrađene mnoge postojeće građevine, vidljivo je da je tada bio dopušten neograničeni broj stambenih jedinica unutar maksimalno dozvoljenih gabarita zgrade u odnosu na veličinu građevinske čestice. Kao rezultat toga, dio postojećih objekata danas ima prosječno 10 do 14 stanova. Nasuprot tome, važeći Prostorni plan Grada Novalje znatno je restriktivniji te maksimalno dopušta izgradnju tri stana i tri apartmana unutar poslovno-stambene građevine. Ova regulativa onemogućuje dodatno povećanje kapaciteta prilikom rekonstrukcija postojećih zgrada, jer su one već izgrađene prema ranijim, liberalnijim pravilima. Mogućnost stambene izgradnje kroz rekonstrukciju i prenamjenu postojećih građevina je vrlo ograničena. Potencijal razvoja stambenog fonda u destinaciji može se ostvariti isključivo kroz nove građevinske zone ili racionalnije korištenje neiskorištenih parcela unutar postojećih zona, a ne povećavanjem kapaciteta postojećih objekata.

Izvor: Grad Novalja, Horwath HTL analiza, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

I5.3. Potencijal izgradnje u neizgrađenim građevinskim područjima ugostiteljsko-turističke namjene

Lokacija	Oznaka	Površina	Kapacitet	Stanje
Šonjevi Stani - Škovardara	$T1_1$;$T3_1$	20,0 ha ; 1,0 ha	1000 kreveta ; 150 korisnika	neizgrađeno ; izgrađeno
Dražica	$T3_2$	2,07 ha	250 korisnika	izgrađeno
Dabi - Vidasi	$T1_2$/$T3_4$	30,0 ha	1500 kreveta / korisnika	neizgrađeno
Uvala Babe - Mihovilje	$T1_3$	40,0 ha	2000 kreveta	neizgrađeno
Vrtić	$T1_4$	15,0 ha	750 kreveta	neizgrađeno
Straško	$T3_3$;$T1_5$	50,87 ha; 6,06 ha	8500 korisnika; 500 kreveta	pretežito izgrađeno; neizgrađeno
Boškinac	$T1_6$	3,0 ha	250 kreveta	djelomično izgrađeno
Vidalići	$T1_7$	16,75 ha	800 kreveta	neizgrađeno
Drljanda	$T1_8$	5,0 ha	250 kreveta	neizgrađeno
Ogradice (područje kampa Terra Park Phalaris)	$T3_1$	9,86 ha	955 korisnika	pretežito izgrađeno

Na području Novalje evidentirano je 12 zona ugostiteljsko-turističke namjene, s različitim stupnjem izgrađenosti i potencijalnim kapacitetima. Najveći razvojni potencijal imaju neizgrađene zone, osobito Šonjevi Stani - Škovardara, Dražica, Dabi - Vidasi te Uvala Babe - Mihovilje. Ukupno, sve analizirane zone obuhvaćaju više od 59 hektara površine uz ukupni potencijal od približno 8 i 9 tisuća novih kreveta, ovisno o prostornim i infrastrukturnim ograničenjima. Značajan dio turističkih zona je djelomično iskorišten, što znači da destinacija raspolaže dodatnim prostornim potencijalom za razvoj ugostiteljsko-turističkih kapaciteta u već iskorištenim zonama.

I5.4. Mogućnosti proširivanja plažnog prostora

Uz sve zone ugostiteljsko-turističke namjene su planirane uređene plaže. U zonama Uvala Babe-Mihovilje, Dabi-Vidasi i Šonjevi Stani-Škovardara procjena dužine je otprilike 3.300 metara.

Izvor: Grad Novalja, Horwath HTL analiza, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

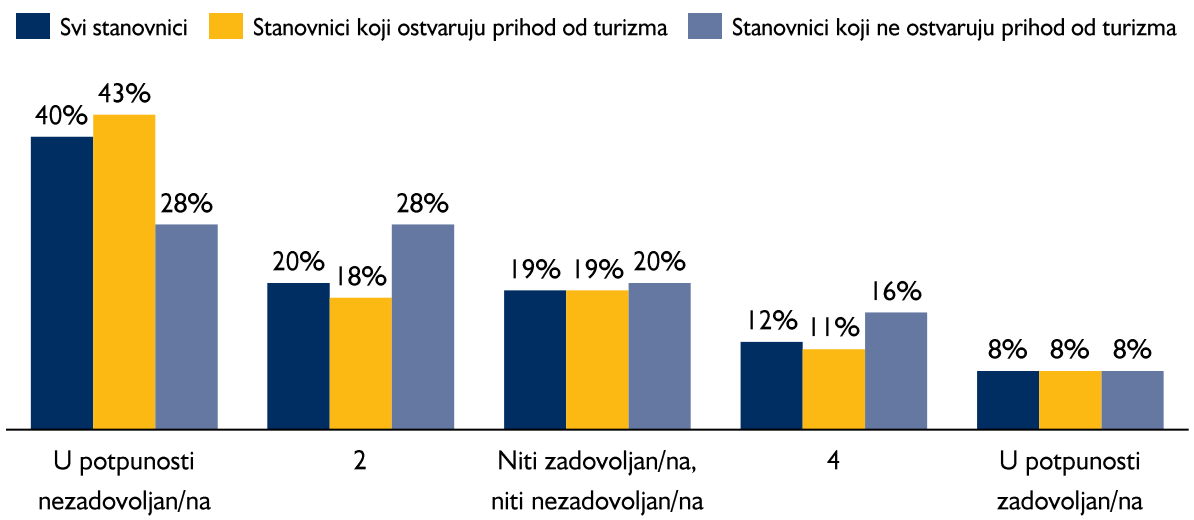
I5.5. Veličina i struktura kapaciteta (vezovi) u nautici

Trenutno Luka Novalja raspolaže s oko 220 stalnih i sezonskih vezova, osiguranih plutajućim pontonskim gatovima i valobranom. Ovi kapaciteti primarno služe lokalnim korisnicima i manjim turističkim plovilima, a sama luka funkcionira kao luka županijskog značaja. Postojeći kapacitet pokriva osnovne potrebe, no već sada se uočava opterećenje u ljetnim mjesecima, kada potražnja za vezovima značajno raste.

Planovi razvoja predviđaju značajno proširenje kapaciteta i modernizaciju infrastrukture. U sklopu treće faze rekonstrukcije, i dogradnje južnog lukobrana planira se izgradnja novih obalnih zidova i pontonskih gatova, čime će se osigurati dodatnih 101 vez za plovila duljine od 8 do 70 metara, a po završetku izgradnje luke Jug taj će broj iznositi 320 vezova. Treća faza započela je u rujnu 2025., a realizacija se očekuje krajem 2027. godine. U međuvremenu započela faza dva u kojoj se nadodaje obalni zid, rekonstrukcija i dogradnja luke što će osigurati nove kapacitete komunalnih vezova.

I5.6. Percepcija stanovnika o postojećem stanju izgrađenosti prostora

Koliko ste sveukupno zadovoljni postojećim stanjem izgrađenosti u Novalji?



Rezultati pokazuju da je većina stanovnika nezadovoljno postojećim stanjem izgrađenosti prostora. Na razini ukupnog stanovništva, 60% ispitanika je nezadovoljno postojećim stanjem izgrađenosti prostora, a 40% navodi da su potpuno nezadovoljni. Prosječna ocjena iznosi 2,29, što dodatno upućuje na pretežito negativan stav stanovnika o razini izgrađenosti.

Među stanovnicima koji ne ostvaruju prihod od turizma, 56% je nezadovoljno postojećim stanjem izgrađenosti prostora, uz prosječnu ocjenu 2,48. Ova skupina iskazuje nešto blaže nezadovoljstvo u odnosu na ostale, iako je negativna percepcija i dalje dominantna.

Najviša razina nezadovoljstva prisutna je među stanovnicima koji ostvaruju prihod od turizma, gdje je 61% nezadovoljno postojećim stanjem izgrađenosti prostora, uz prosječnu ocjenu 2,23. U svim skupinama udio zadovoljnih ostaje vrlo nizak, što potvrđuje da je pitanje izgrađenosti jedan od ključnih izazova u percepciji lokalnog stanovništva.

Izvor: TZ Novalja, Karika – rezultati provedene Ankete lokalnog stanovništva, Horwath HTL analiza, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

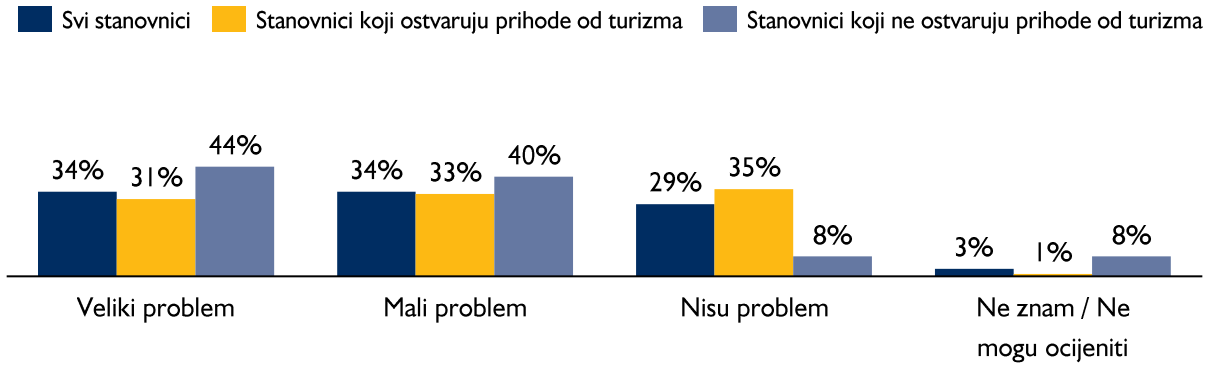
I6.1. Vršno opterećenje vodovodne mreže (Udio ukupne potrošnje vode u odnosu na raspoloživi kapacitet u danima vršne turističke sezone)

Pokazatelj vršnog opterećenja vodovodne mreže (VOVM) u 2024. godini izračunat je kao omjer ukupne potrošnje vode i raspoloživog kapaciteta mreže u danima vršne turističke sezone. U kolovozu je zabilježen kritičan dan kada je dnevna potrošnja dosegla 11.500 m³, što odgovara maksimalnom kapacitetu sustava u sezoni i predstavlja 100% opterećenja mreže. Prosječna dnevna potrošnja u tom mjesecu iznosila je 7.949 m³, odnosno oko 69% kapaciteta. U srpnju je vršna dnevna potrošnja dosegnula 10.400 m³ (90% kapaciteta), dok su lipanj i rujan imali niže vrijednosti, između 59% i 68% kapaciteta. Ovi podaci jasno pokazuju da sustav u najintenzivnijim danima radi na granici svojih mogućnosti, pri čemu svaki nagli porast potrošnje ili tehnički kvar može dovesti do prekida opskrbe.

Na mjesečnoj razini, kolovoz je dodatno ilustrirao opterećenje. Ukupna potrošnja vode iznosila je 246.412 m³, dok je maksimalni mjesečni kapacitet sustava bio 77.500 m³ (11.500 m³ dnevno × 31 dan). Na temelju tih podataka izračunat je pokazatelj VOVM od 317%, što znači da je potrošnja u vršnom mjesecu premašila raspoloživi kapacitet više od tri puta što potvrđuje izrazitu sezonsku ranjivost sustava.

I6.3. Iritacija neugodnim mirisima (iz kontejnera, kanalizacije, ventilacije) tijekom turističke sezone

Kada pomislite na život u Novalji tijekom turističke sezone, predstavljaju li neugodni mirisi (iz kontejnera, kanalizacije, ventilacije) veliki problem, mali problem ili uopće nisu problem?



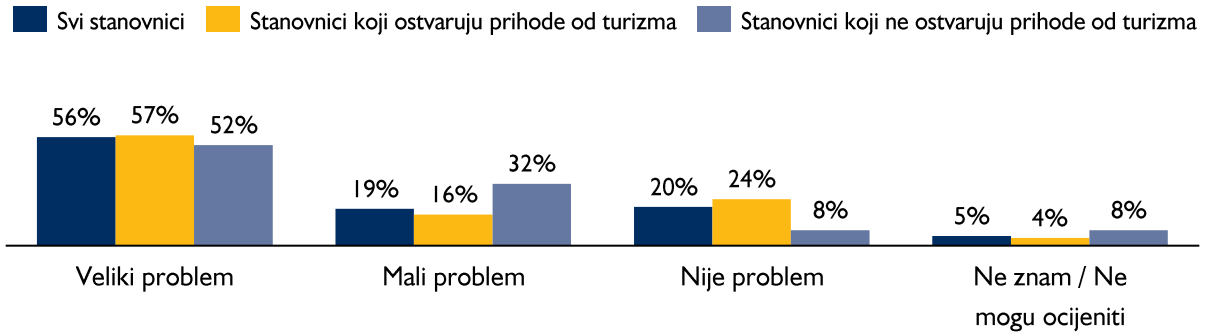
Rezultati ankete pokazuju da neugodni mirisi iz kontejnera, kanalizacije i ventilacijskih sustava tijekom turističke sezone predstavljaju značajan problem za većinu stanovnika Novalje. To potvrđuje podatak da 68% ispitanika doživljava neugodne mirise kao problem - od toga 34% smatra da je riječ o velikom problemu, dok ih je isto toliko ocijenilo da je to manji problem. Neugodni mirisi percipiraju se kao sustavan izazov povezan s komunalnom infrastrukturom, osobito tijekom ljetnih mjeseci kada je opterećenje sustava najveće.

Izvor: Javni isporučitelj vodne usluge – Vodovod – interni izvještaj o mjesečnoj potrošnji vode, Karika – rezultati provedene Ankete lokalnog stanovništva, Horwath HTL analiza, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

I7.2. Iritacija pronalaženjem parkirnog mjesta tijekom turističke sezone

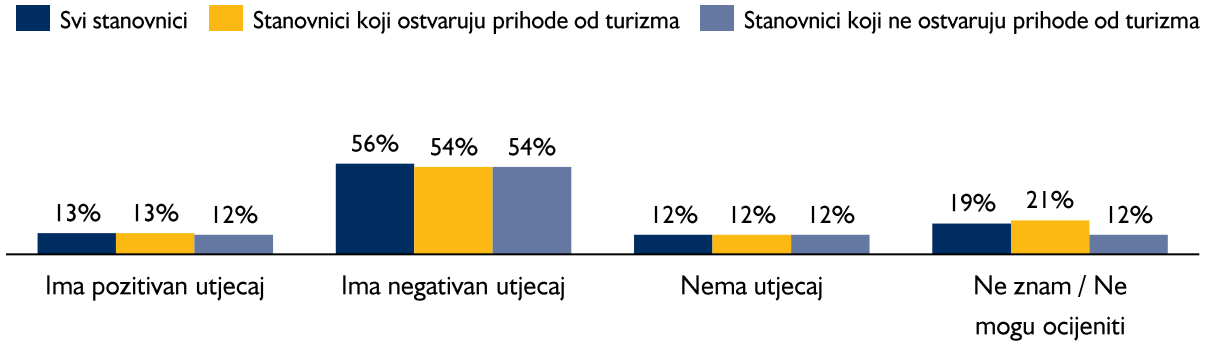
Kada pomislite na život u Novalji tijekom turističke sezone, predstavlja li problem s pronalaženjem parkinga veliki problem, mali problem ili uopće nije problem?



Rezultati ankete pokazuju da je problem pronalaska parkirnog mjesta tijekom turističke sezone izrazito naglašen u Novalji. Od ukupnog broja ispitanika, njih 75% smatra da je parking problem, pri čemu ga 56% vidi kao veliki problem, a dodatnih 19% kao manji problem. S druge strane, svega 20% stanovnika ne doživljava parkiranje kao poteškoću, dok 5% nije moglo dati procjenu. Parkiranje se smatra značajnim izazovom te podaci jasno ukazuju da je dostupnost parkirnih mjesta jedno od ključnih pitanja koje utječe na svakodnevni život lokalnog stanovništva tijekom sezone te da zahtijeva prioritetno rješavanje u sklopu planiranja prometne i turističke infrastrukture.

I8.4. Manjak pristupačnog stanovanja uslijed turizma

Prema Vašem mišljenju, ima li turizam pozitivan utjecaj, negativan utjecaj ili nema utjecaj na priuštivost stambenog prostora u Novalji?



Rezultati ankete pokazuju da većina stanovnika Novalje smatra kako turizam ima značajan utjecaj na priuštivost stambenog prostora. Od ukupnog broja ispitanika, 69% stanovnika navodi da turizam utječe na mogućnost kupnje ili najma stana za cjelogodišnje korištenje, pri čemu je dominantna percepcija negativna. Točnije, 56% ispitanika smatra da turizam ima negativan utjecaj na priuštivost stanovanja, dok tek 13% prepoznaje pozitivan učinak. Samo 12% stanovnika procjenjuje da turizam nema utjecaja na ovo pitanje, a 19% ne zna ili ne može ocijeniti. Nisu izražene značajne razlike u percepciji među stanovnicima koji imaju prihod od turizma i onih koji nemaju, a ovakva struktura odgovora potvrđuje da lokalna zajednica u velikoj mjeri povezuje razvoj turizma sa smanjenom dostupnošću stambenog prostora za lokalno stanovništvo.

Izvor: Karika – rezultati provedene Ankete lokalnog stanovništva, Horwath HTL analiza, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

I9.1. Udio turizma u gospodarskoj strukturi destinacije (indeks koncentracije ekonomske aktivnosti u turizmu mjeren dodanom vrijednosti ili zaposlenosti)

Pokazatelj udio turizma u gospodarskoj strukturi destinacije (I9.1.) mjeri koncentraciju ekonomske aktivnosti u turizmu na temelju novostvorene vrijednosti poduzetnika obveznika poreza na dobit. Prema dostupnim podacima za 2024. godinu, ukupna novostvorena vrijednost svih poduzetnika u Novalji iznosila je 61,0 milijuna eura, dok je od toga 34,4 milijuna eura ostvareno u području djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane. Na temelju toga izračunato je da turizam sudjeluje s 56,4% u ukupnoj gospodarskoj strukturi destinacije.

Ovaj podatak jasno pokazuje izrazitu ovisnost lokalnog gospodarstva o turizmu i turistički vezanim djelatnostima. Više od polovice ukupno stvorene ekonomske vrijednosti vezano je upravo uz turizam, dok ostale gospodarske djelatnosti (trgovina na veliko i malo, Građevinarstvo, admin i pomoćne uslužne djelatnosti, poslovanje nekretninama) zajedno sudjeluju s manje od polovice. Takva struktura donosi određene prednosti, poput snažnog ekonomskog rasta u sezoni i privlačenja investicija, ali istovremeno otvara i rizike jer gospodarska stabilnost destinacije u velikoj mjeri ovisi o turističkoj potražnji i sezonalnosti.

Izvor: FINA, Horwath HTL analiza, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.



1. Prihvatni kapacitet destinacije

1.1. Definiranje i zoniranje područja obuhvata

1.2. Odabir metodologije procjene prihvatnog kapaciteta

1.3. Analiza razine nosivosti destinacije

1.4. Procjena dostignute razine prihvatnog kapaciteta

Analiza potvrđuje da zone Gajac, Novalja i Stara Novalja bilježe najveću prostornu koncentraciju smještajnih kapaciteta, znatno iznad prosječnih vrijednosti u destinaciji

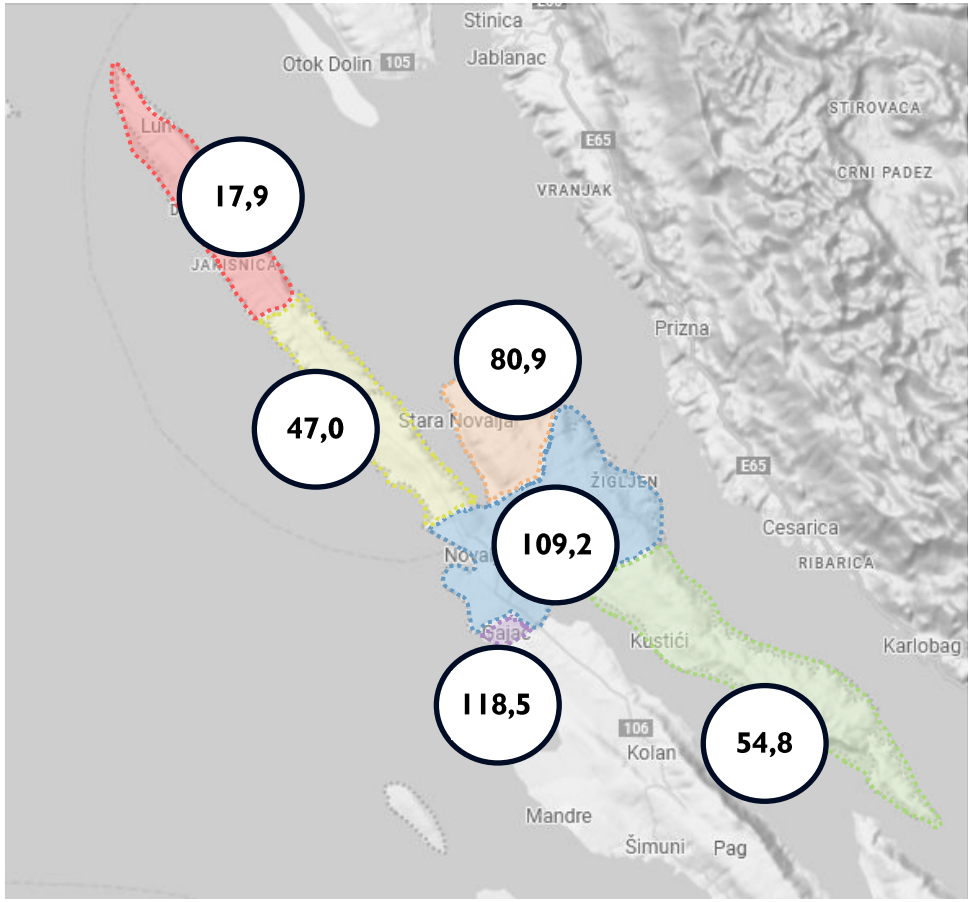
Koncentracija ukupnih smještajnih kapaciteta prema definiranim zonama u 2024. godini

Naziv zone	Površina građevinskog zemljišta zone *(ha)*	Ukupni kapacitet *(kreveti)*	Koncentracija ukupnih kapaciteta *(kreveti po hektaru građevinskog prostora)*	Prosjek
Gajac	24	2.903	118,5	**71,4**
Novalja	216	23.560	109,2	
Stara Novalja	63	5.136	80,9	
Barbati	71	3.878	54,8	
Potočnica	69	3.253	47,0	
Lunjski poluotok	93	1.664	17,9	

Prosječna koncentracija smještajnih kapaciteta u destinaciji iznosi 71 krevet po hektaru građevinskog prostora. Tri zone - Gajac, Novalja i Stara Novalja - prelaze taj prosjek, dok su Barbati, Potočnica i Lunjski poluotok ispod njega.

Zona Gajac ima najvišu koncentraciju, od 119 kreveta po hektaru, što upućuje na potrebu pažljivog i uravnoteženog prostornog upravljanja. Sličan obrazac preopterećenja središnjih zona prisutan je i u drugim obalnim destinacijama, no kroz strateško planiranje moguće je usmjeriti budući razvoj i optimizirati prostornu raspodjelu smještaja.

Zone Novalja i Stara Novalja također pokazuju višu razinu gustoće kapaciteta u odnosu na prosjek, dok Lunjski poluotok ostaje područje s niskim stupnjem opterećenja i potencijalom za daljnji razvoj smještajnih kapaciteta, uz uvjet odgovarajućih infrastrukturnih ulaganja i planskog pristupa razvoju.



Izvor: TZ Novalja, TZ Stara Novalja, Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Najveći doprinos prostornom opterećenju destinacije dolazi iz nekomercijalnog i privatnog smještaja

Doprinos koncentraciji ukupnih smještajnih kapaciteta prema vrstama smještaja i zonama u 2024. godini

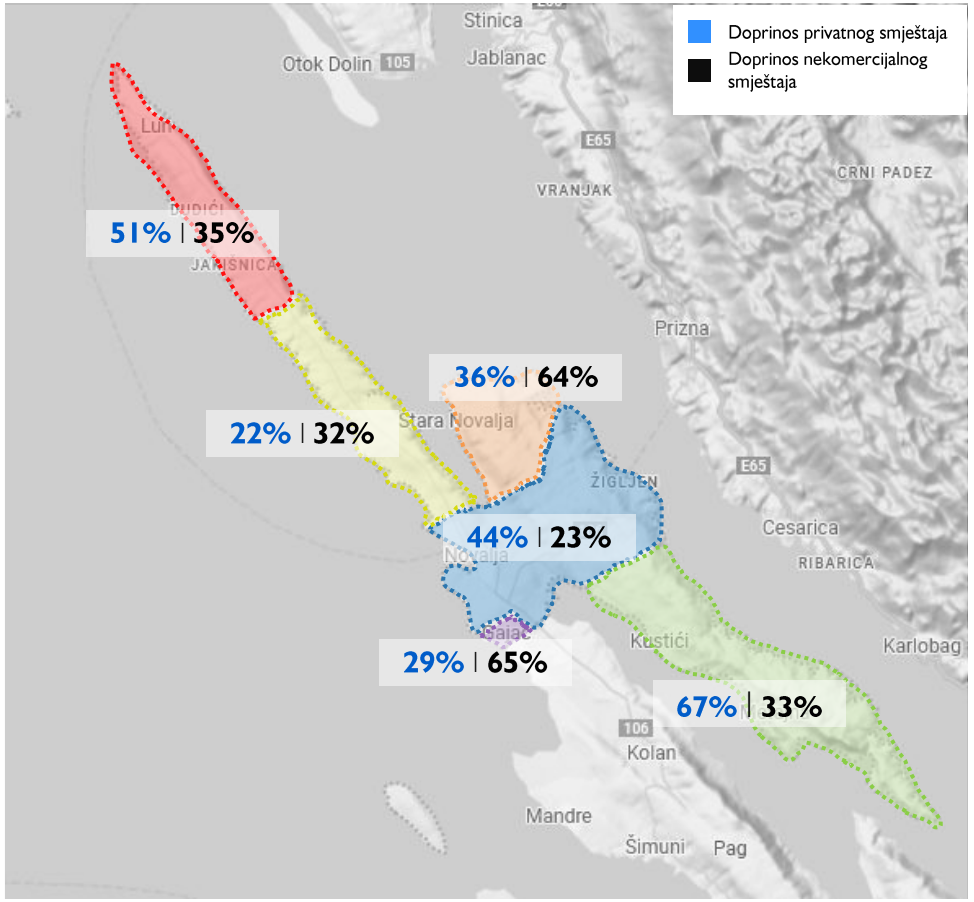
Naziv zone	Koncentracija ukupnih kapaciteta *(kreveti po hektaru građevinskog prostora)*	Doprinos hotelskog smještaja	Doprinos privatnog smještaja	Doprinos smještaja u kampovima	Doprinos nekomercijalnog smještaja
Gajac	118,5	2%	29%	0%	65%
Novalja	109,2	4%	44%	26%	23%
Stara Novalja	80,9	0%	36%	0%	64%
Barbati	54,8	1%	67%	0%	33%
Potočnica	47,0	1%	22%	45%	32%
Lunjski poluotok	17,9	12%	51%	2%	35%

Analiza pokazuje da najizraženiji izvor prostornog pritiska u destinaciji predstavljaju nekomercijalni i privatni smještajni kapaciteti, dok ostali oblici smještaja imaju znatno manji prostorni doseg i koncentraciju, pri čemu intenzitet opterećenja varira ovisno o zoni.

Promatrajući doprinos pojedinih vrsta smještaja prostornom opterećenju, privatni smještaj zauzima dominantnu ulogu u trima zonama – Novalji (44%), Lunjskom poluotoku (51%) i Barbatima (67%). Kampovi pokazuju značajniji udio u zonama Potočnica (45%) i Novalja (26%), dok nekomercijalni smještaj bilježi visok doprinos u Gajcu (65%) i Staroj Novalji (64%). Hotelski smještaj u destinaciji zasad ima ograničen utjecaj, s izraženijim doprinosom jedino na Lunjskom poluotoku (12%).

Ovakva struktura ukazuje na izraženu dominaciju privatnog i nekomercijalnog smještaja u ukupnom prostornom opterećenju destinacije te potvrđuje potrebu za uravnoteženijim razvojem smještajnih kapaciteta.

Doprinos kapaciteta u privatnom smještaju i nekomercijalnom smještaju koncentraciji ukupnih smještajnih kapaciteta po zonama



Izvor: TZ Novalja, TZ Stara Novalja, Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Održivi razvoj destinacije zahtijeva kontrolu rasta privatnog smještaja i aktivne mjere za reguliranje nekomercijalnog smještaja

ZONA	ZONA	ZONA
Gajac	**Novalja**	**Stara Novalja**
		
ukupno **118,5** kreveta po hektaru građevinskog prostora	ukupno **109,2** kreveta po hektaru građevinskog prostora	ukupno **80,9** kreveta po hektaru građevinskog prostora
34,5 kreveta u privatnom smještaju po hektaru građevinskog prostora	**48,5** kreveta u privatnom smještaju po hektaru građevinskog prostora	**29,4** kreveta u privatnom smještaju po hektaru građevinskog prostora
76,7 kreveta u nekomercijalnom smještaju po hektaru građevinskog prostora	**25,6** kreveta u nekomercijalnom smještaju po hektaru građevinskog prostora	**51,5** kreveta u nekomercijalnom smještaju po hektaru građevinskog prostora

Analiza pokazuje da su zone Gajac, Novalja i Stara Novalja prostorno najopterećenije smještajnim kapacitetima u destinaciji. Glavni izvor tog opterećenja su privatni i nekomercijalni smještajni kapaciteti, pri čemu njihov doprinos varira po zonama.

U Novalji je dominantan privatni smještaj, dok u Gajcu i Staroj Novalji veći udio u ukupnom opterećenju ima nekomercijalni smještaj.

U zoni Novalja zabilježeno je drugo najveće prostorno opterećenje u destinaciji (109 kreveta/ha), s 49 kreveta u privatnom smještaju po hektaru građevinskog prostora. Nakon Novalje, zona s najvećim opterećenjem od privatnog smještaja je zona Barbati s 37 kreveta, što potvrđuje značajnu koncentraciju upravo u Novalji. S obzirom na takvu razinu opterećenja, preporučuje se privremeno ograničenje na odobravanje novih kapaciteta privatnog smještaja u zoni Novalja, do isteka važenja ovog Plana upravljanja.

U zonama Gajac (118 kreveta/ha) i Stara Novalja (81 kreveta/ha), gdje nekomercijalni smještaj ima najveći udio u ukupnom opterećenju – u Gajcu sa 77 kreveta/ha i u Staroj Novalji sa 52 kreveta/ha, također je uočena visoka razina prostorne zasićenosti.

Stoga se, uz preporuku moratorija na nove privatne smještajne kapacitete, predlaže i razmatranje povećanja minimalne površine građevne čestice za nekomercijalni smještaj, čime bi se ograničilo daljnje širenje ovog segmenta i smanjio pritisak na prostor u najopterećenijim zonama destinacije.

Izvor: Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Procjena dostignute razine prihvatnog kapaciteta (1/2)

1. Prostorno neopterećenije zone smještajnim kapacitetima su zone Novalja, Gajac i Stara Novalja

Zone Gajac (119 kreveta/ha), Novalja (109 kreveta/ha), i Stara Novalja (81 krevet/ha) bilježe najvišu koncentraciju smještajnih kapaciteta u destinaciji što ukazuje na izraženu koncentraciju turističkih aktivnosti u središnjim dijelovima destinacije. Budući da u tim zonama dominiraju privatni i nekomercijalni objekti, dolazi do povećanog infrastrukturnog opterećenja, neravnomjerne prostorne raspodjele turista i otežanog upravljanja turizmom.

2. Infrastruktura i komunalni sustavi rade na granici izdržljivosti

Sustav vodoopskrbe u kolovozu dostiže 100% kapaciteta, dok sustavi odvoza otpada i održavanja javnih površina bilježe izrazita sezonska opterećenja – 27 djelatnika održava 180.000 m^2 javnih površina. Promet i parkiranje istaknuti su kao najveći izazovi: 77% stanovnika navodi gužve kao ozbiljan problem, a 75% poteškoće s parkiranjem. Ovi pokazatelji ukazuju na ograničenu otpornost infrastrukture u vršnim mjesecima.

3. Sezonalnost stvara neravnotežu između turističke aktivnosti i kapaciteta prostora

Oko 68% ukupnih noćenja ostvaruje se u dva ljetna mjeseca (srpanj – kolovoz), dok je u ostatku godine aktivnost niska. Takva koncentracija turističkih tokova uzrokuje kratkotrajne, ali snažne pritiske na infrastrukturu, okoliš i lokalnu zajednicu te smanjuje učinkovitost poslovanja i korištenja javnih ulaganja.

4. Stanovništvo pokazuje znakove zasićenosti i podijeljenosti u percepciji turizma

Iako većina stanovnika prepoznaje gospodarske koristi, većina stanovnika smatra da apartmanizacija smanjuje kvalitetu života. Ti pokazatelji upućuju na dosegnut društveni prag prihvatnog kapaciteta, pri čemu turizam dijelom prelazi granicu društvene tolerancije.

Izvor: Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Procjena dostignute razine prihvatnog kapaciteta (2/2)

5. Okolišni kapaciteti su očuvani, ali pod izraženim sezonskim stresom

Kvaliteta mora za kupanje ocijenjena je kao izvrsna, no tijekom vršnih mjeseci 68% stanovnika prijavljuje neugodne mirise i probleme s otpadom. To ukazuje na osjetljiv ekološki balans – okoliš nije degradiran, ali je pod visokim sezonskim pritiskom koji bi u slučaju daljnjeg rasta mogao dovesti do trajnih posljedica.

6. Destinacija je na granici funkcionalne nosivosti

Fizički, infrastrukturni i društveni sustavi još omogućuju osnovno funkcioniranje, no u uvjetima trajnog sezonskog preopterećenja. Bez značajnih kvalitativnih ulaganja u infrastrukturu, prostorno planiranje i upravljanje smještajnim kapacitetima, prijeti rizik strukturne prenapučenosti i pada kvalitete turističkog doživljaja.

Novalja je dosegnula prag održivog kapaciteta – prostorni, infrastrukturni i društveni sustavi već su u vršnim mjesecima pod maksimalnim opterećenjem. Daljnji razvoj mora se temeljiti na kontroli rasta i regulaciji smještajnih kapaciteta, uravnoteženju sezonalnosti i uspostavi sustava kontinuiranog praćenja pragova opterećenja po zonama destinacije.

Izvor: Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.



1. Prihvatni kapacitet destinacije

1.1. Definiranje i zoniranje područja obuhvata

1.2. Odabir metodologije procjene prihvatnog kapaciteta

1.3. Analiza razine nosivosti destinacije

1.4. Procjena dostignute razine prihvatnog kapaciteta

1.5. Analiza scenarija

Bazni scenarij održava postojeći smjer razvoja destinacije, bez značajnijih promjena

Ključne pretpostavke – Bazni scenarij

Geopolitička i gospodarska situacija

- Nestabilna globalna ekonomska situacija i mogućnost pojave novih kriza
- Potencijalni rast inflacije koji dodatno smanjuje raspoloživi dohodak i budžete za putovanja
- Konkurentske destinacije u regiji (Italija, Grčka, Španjolska, Crna Gora, Albanija) pojačavaju cjenovni pritisak
- Stabilna ulaganja u destinaciju

Turistički proizvod

- Sezona i dalje dominantno koncentrirana na srpanj i kolovoz, a glavni motivi dolaska ostaju sunce i more i *party* turizam
- Osim aktivnog turizma koji već donosi određene rezultate izvan glavne sezone, ostali oblici turizma još su u ranoj fazi razvoja i zasad imaju manji utjecaj na ukupna kretanja
- Privatni smještaj ostaje kvantitativno dominantan, ali bez značajnijeg pomaka prema kvaliteti i profesionalizaciji
- Hotelski segment ostaje slabije razvijen, dok kamping sektor pokazuje stabilan rast i značajnu ulogu u ukupnoj smještajnoj strukturi destinacije

Emitivna tržišta

- Glavnina dolazaka i dalje s tradicionalnih tržišta (Njemačka, Slovenija, Hrvatska, Italija, Češka, Austrija, Poljska, Slovačka)
- Slabiji prodor na nova tržišta (Skandinavija, Francuska, UK)
- Prostor za unaprjeđenje promocije i digitalne prisutnosti u razdoblju izvan glavne sezone

Izvor: Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Napredni scenarij ilustrira potencijal transformacije destinacije kroz proaktivno upravljanje i povećana ulaganja

Ključne pretpostavke – Napredni scenarij

Geopolitička i gospodarska situacija

- Globalno gospodarstvo bilježi stabilan rast i pozitivan trend većine ekonomskih indikatora
- S usporavanjem inflacije, putovanja ponovno postaju redovita i planirana stavka kućnog budžeta
- Privlačenje investitora u *boutique* i održive projekte

Turistički proizvod

- Ulaganje u sportsku i rekreacijsku infrastrukturu
- Razvoj nautičke infrastrukture kroz izgradnju moderne marine
- Snažan razvoj predsezone i posezone kroz ponudu aktivnog, sportskog i cikloturizma, kao i gastronomskih iskustava
- Razvoj *boutique* hotela i *lifestyle* koncepata, manjih kapaciteta, usmjerenih na kvalitetu, autentičnost i dizajn
- Profesionalizacija privatnog smještaja
- Povećanje udjela hotelskog i kamping segmenta u ukupnim kapacitetima
- Razvoj kulturnog turizma kroz valorizaciju prirodne i povijesne baštine

Emitivna tržišta

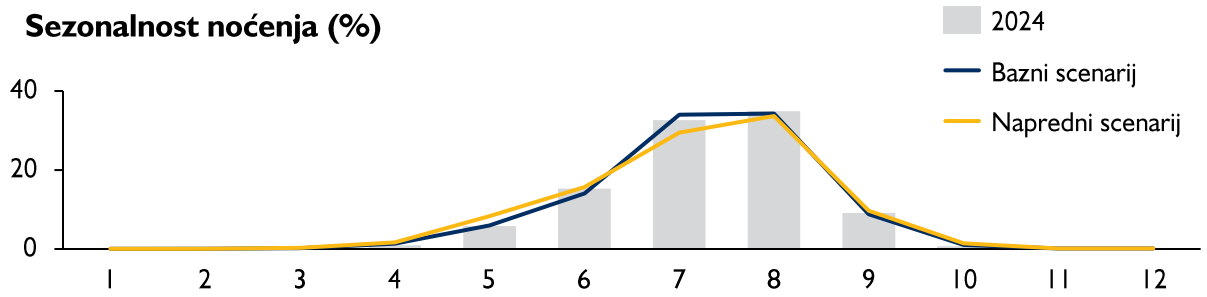
- Diversifikacija i snažniji proboj na nova tržišta Skandinavija, Francuska, UK
- Jačanje digitalnog marketinga i brendiranja Novalje kao destinacije s jedinstvenim identitetom između mladalačkog, aktivnog i mirnijeg odmora
- Razvijanje posebnih tržišnih niša (gastro turizam, *wellbeing*, obiteljski aktivni turizam)

Izvor: Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

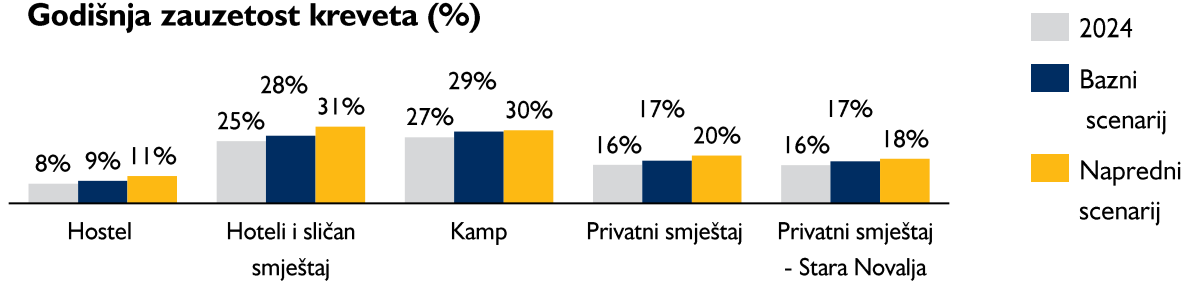
Bazni scenarij predviđa rast od dodatnih 188 tisuća noćenja do 2029. godine, dok napredni scenarij očekuje značajniji porast, oko 351 tisuću noćenja u istom razdoblju

Sezonalnost noćenja (%)

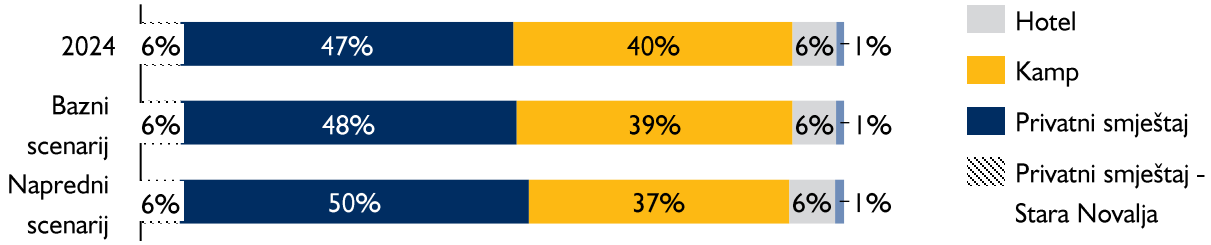


Mjeseci	I.	II.	III.	IV.	V.	VI.	VII.	VIII.	IX.	X.	XI.	XII.	Ukupno noćenja	Dodatnih noćenja
2024	0%	0%	0%	1%	6%	15%	33%	35%	9%	1%	0%	0%	1.877.816	/
Bazni scenarij	0%	0%	0%	1%	6%	16%	33%	33%	9%	1%	0%	0%	2,065,738	187,922
Napredni scenarij	0%	0%	0%	2%	8%	15%	31%	33%	9%	1%	0%	0%	2,228,918	351,102

Godišnja zauzetost kreveta (%)



Struktura noćenja (%)



Oba scenarija razvoja predviđaju porast broja ostvarenih noćenja temeljem poboljšanja iskoristivosti postojećih smještajnih kapaciteta. U baznom scenariju pretpostavlja se zadržavanje postojeće sezonalne krivulje, uz blagi rast u glavnim ljetnim mjesecima. Napredni scenarij predviđa vidljiv pomak prema uravnoteženijoj sezonalnosti u naredne četiri godine, s izraženijim pozitivnim trendovima u travnju i svibnju, te smanjenjem vršnog pritiska u srpnju. Time se postepeno otvara prostor za produljenje sezone i bolju raspodjelu turističkog prometa tijekom godine. Analiza pokazuje da se, uz postojeću strukturu kapaciteta i očekivani rast potražnje, promjena u strukturi noćenja odvija u korist privatnog smještaja. Budući da privatni smještaj raspolaže najvećim brojem kreveta, povećanje njihove popunjenosti automatski rezultira rastom udjela noćenja u tom segmentu. S druge strane, kampovi, iako također ostvaruju značajan udio noćenja, ostaju izrazito sezonalni oblik smještaja, snažno ovisan o povoljnim vremenskim uvjetima, što ograničava njihov doprinos cjelogodišnjoj popunjenosti. Bez aktivacije hotelskog segmenta i novih ulaganja u smještaj višeg standarda, strukturni pomaci u korist ravnomjernijeg i održivijeg rasta neće biti mogući. Stoga je u narednom razdoblju ključno potaknuti investicije u hotele i druge profesionalno upravljane objekte, koji mogu doprinijeti diversifikaciji ponude, smanjenju sezonalnosti i povećanju kvalitete ukupnog turističkog proizvoda destinacije.

Izvor: Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.



1. Prihvatni kapacitet destinacije

1.1. Definiranje i zoniranje područja obuhvata

1.2. Odabir metodologije procjene prihvatnog kapaciteta

1.3. Analiza razine nosivosti destinacije

1.4. Procjena dostignute razine prihvatnog kapaciteta

1.5. Analiza scenarija

1.6. Donošenje zaključaka i preporuka

Zaključci i preporuke analize prihvatnog kapaciteta

Zaključci	Preporuke
Pojedine zone destinacije pokazuju visok stupanj prostornog opterećenja smještajnim kapacitetima	Zone Gajac, Novalja i Stara Novalja bilježe najvišu prostornu koncentraciju smještajnih kapaciteta, što dovodi do povećanog pritiska na prostor i infrastrukturu. Preporučuje se moratorij na nove kapacitete privatnog smještaja u ovim zonama i razmatranje povećanja minimalne površine građevne čestice za nekomercijalni smještaj, kako bi se uravnotežio razvoj destinacije.
Struktura i dinamika turizma stvaraju sezonske ekstreme koji narušavaju održivost sustava	Raditi na daljnjem preusmjeravanju razvoja prema produženju sezone i diversifikaciji proizvoda: sport, nautika, priroda, eno-gastro, kulturni i poslovni segmenti, s ciljem rasterećenja ljetne sezone i aktivacije ostatka godine.
Dominacija apartmanskog i *party* turizma generira nisku dodanu vrijednost i visoku prostornu potrošnju	Uvesti selektivnu kontrolu rasta smještaja i poticati transformaciju prema kvalitativnim i specijaliziranim kapacitetima (hoteli, *boutique* objekti, *premium* kampovi), uz redefiniciju koncepta Zrća u smjeru održive i kontrolirane ekskluzivnosti.
Društveni kapacitet zajednice doseže točku napetosti	Uspostaviti strukturirani dijalog s lokalnom zajednicom, kroz participativno planiranje i sustav redovnog mjerenja stavova, kako bi turizam ponovno bio doživljen kao zajednička vrijednost.
Uspjeh budućeg razvoja ovisi o kvaliteti upravljanja, a ne o rastu kapaciteta	Ojačati institucionalne i operativne kapacitete upravljanja destinacijom kroz jačanje uloge turističke zajednice, bolje povezivanje sektora i stvaranje integriranog sustava podataka za donošenje odluka. Predlaže se digitalizacija i automatizacija procesa prikupljanja podataka kroz izravnu sinergiju između baze podataka Grada Novalje i TZ-a. Primjerice prilikom izdavanja računa za komunalnu naknadu prijedlog je da sustav automatski generira i prilaže obavijest o obvezi dostave podataka o smještajnom kapacitetu objekta TZ grada Novalje.

Izvor: Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

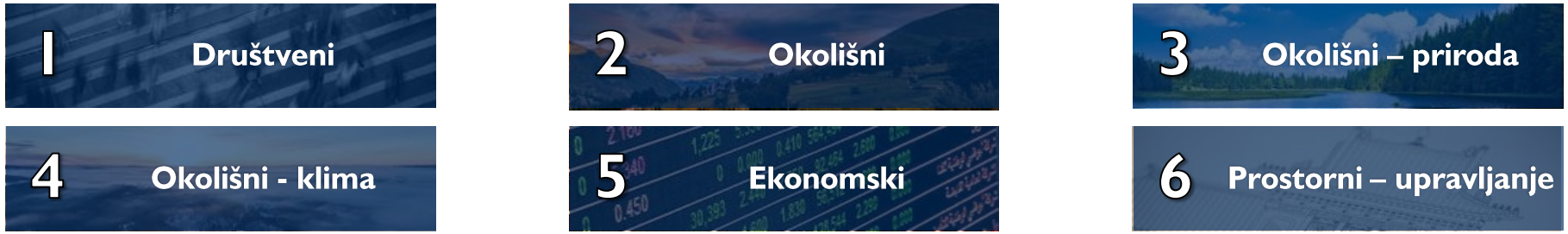


2. Pokazatelji održivosti na razini destinacije

Metodološki okvir izrade analize održivosti destinacije

Analiza pokazatelja održivosti destinacije predviđena je kroz izračun osnovnih i specifičnih pokazatelja kako bi se mogao analizirati utjecaj turizma na održivost i razvoj destinacije. Analizirani pokazatelji podijeljeni su u 6 definiranih kategorija:

Osnovni pokazatelji » **17** **Specifični pokazatelji** » **35** **Ukupno** » **52**



U navedenim kategorijama, ukupno je definirano 17 osnovnih i 50 specifičnih pokazatelja održivosti destinacije. Izračun osnovnih pokazatelja nije opcionalan, a specifični pokazatelji za Novalju izračunavaju se prema odabiru Turističke zajednice grada Novalje. Plan upravljanja destinacijom obuhvaća analizu 35 specifičnih pokazatelja. Ukupno je obrađeno 52 pokazatelja u okviru analize održivosti destinacije. Dodatno je u sklopu pokazatelja održivosti analizirano još sedam elemenata destinacije, temeljem rezultata provedene ankete među turistima.

Analizirani podaci prikupljaju se putem tri primarna istraživanja (anketa lokalnog stanovništva, anketa turista i jednodnevnih posjetitelja te anketa gospodarskih subjekata*), prikupljanjem informacija od dionika u destinaciji te korištenjem dostupnih sekundarnih izvora.

*Napomena: S obzirom da je anketu gospodarskih subjekata ispunio 12 subjekata, rezultati ankete se ne mogu smatrati reprezentativnim za cijelu destinaciju.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Obvezni pokazatelji održivosti destinacije

Broj pokazatelja	Naziv pokazatelja	Područje održivosti
1.1.1.	Broj turističkih noćenja na stotinu stalnih stanovnika u vrhu turističke sezone	Društveni
1.1.2.	Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom	Društveni
1.2.1.	Zadovoljstvo cjelokupnim boravkom u destinaciji	Društveni
1.3.1.	Udio atrakcija (lokaliteta) pristupačnih osobama s invaliditetom	Društveni
1.4.1.	Broj organiziranih turističkih ambulanti	Društveni
2.1.1.	Omjer potrošnje vode po turističkom noćenju u odnosu na prosječnu potrošnju vode po stalnom stanovniku destinacije (izraženo po osobi i po noćenju	Okolišni
2.2.1.	Omjer količine komunalnog otpada nastale po noćenju turista i količine otpada koje generira stanovništvo u destinaciji (tone)	Okolišni
2.3.1.	Udio zaštićenih područja u destinaciji u ukupnoj površini destinacije (ukupno i pojedinačno po kategoriji zaštite)	Okolišni
2.4.1.	Omjer potrošnje električne energije po turističkom noćenju u odnosu na potrošnju električne energije stalnog stanovništva destinacije	Okolišni
2.5.1.	Uspostavljen sustav za prilagodbu klimatskim promjenama i procjenu rizika	Okolišni
3.1.1.	Ukupan broj dolazaka turista u mjesecu s najvećim opterećenjem	Ekonomski
3.1.2.	Prosječna duljina boravka turista u destinaciji	Ekonomski
3.2.1.	Ukupan broj zaposlenih u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane	Ekonomski
3.2.2.	Poslovni prihod gospodarskih subjekata (obveznika poreza na dobit) u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane	Ekonomski
4.1.1.	Identifikacija i klasifikacija turističkih atrakcija	Prostorni / upravljanje
4.2.1.	Status implementacije aktivnosti iz plan upravljanja destinacijom	Prostorni / upravljanje
4.3.1.	Broj ostvarenih noćenja u smještaju u destinaciji po hektaru izrađenog građevinskog područja JLS	Prostorni / upravljanje

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Specifični pokazatelji održivosti destinacije

Broj pokazatelja	Naziv pokazatelja	Područje održivosti
1.1.1.	Utjecaj turizma na kvalitetu života lokalnog stanovništva	Društveni
1.1.2.	Udio stanovnika koji imaju pozitivno odnosno negativno mišljenje o utjecaju turizma na identitet mjesta	Društveni
1.1.4.	Promjena broja stanovnika u zadnjih pet godina u odnosu na promjenu broja turističkih noćenja	Društveni
1.2.1.	Postotak ponovljenih/stalnih turista u smještajnim objektima destinacije	Društveni
1.3.1.	Udio pristupačnih smještajnih jedinica u destinaciji	Društveni
1.3.2.	Javno dostupne informacije o atrakcijama u turističkim i informativnim centrima	Društveni
1.3.3.	Postotak pristupačnih linija javnog prijevoza u destinaciji za osobe s invaliditetom	Društveni
1.4.1.	Ukupan broj kaznenih djela i prekršaja prijavljenih policiji po mjesecima	Društveni
1.4.3.	Sigurnosne mjere kao što su stanice prve pomoći na plažama/lokalitetima turističkih atrakcija	Društveni
1.4.4.	Broj prometnih nesreća sa smrtnim ishodom na 1000 noćenja	Društveni
1.4.5.	Broj podnesenih prijava zbog buke uzrokovane turističkim aktivnostima	Društveni
1.4.6.	Remećenja javnog reda i mira prouzrokovano turističkom aktivnošću	Društveni
2.1.1.	Udio turističkih poslovnih subjekata koji poduzimaju akcije za smanjenje potrošnje vode	Okolišni
2.1.2.	Sustav za pravovremenu reakciju na probleme s kvalitetom vode	Okolišni
2.2.1.	Udio turističkih poslovnih subjekata koji koriste recikliranu vodu	Okolišni
2.2.4.	Udio otpadnih voda destinacije tretiranih do najmanje sekundarne razine prije ispuštanja	Okolišni
2.3.2.	Udio turističkih poslovnih subjekata koji razdvajaju različite vrste otpada	Okolišni

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Specifični pokazatelji održivosti destinacije

Broj pokazatelja	Naziv pokazatelja	Područje održivosti
2.3.3.	Količina recikliranog otpada (postotak ili po stanovniku po godini)	Okolišni
2.3.4.	Plan gospodarenja otpadom s ciljevima za smanjenje i održivo odlaganje	Okolišni
2.3.5.	Sprječavanje stvaranja otpada: plan smanjenja količine otpada od posluživanja hrane	Okolišni
2.4.1.	Razvijen sustav za zaštitu prirodne i kulturne baštine i lokaliteta	Okolišni
2.4.2.	Dostupne smjernice za ponašanje posjetitelja u destinaciji	Okolišni
2.5.1.	Udio turističkih poslovnih subjekata koji su implementirali neka od rješenja za ublažavanje i prilagodbu klimatskim promjenama	Okolišni
2.5.2.	Postotak turista i jednodnevnih posjetitelja koji koriste različita prometna sredstva za dolazak na odredište	Okolišni
2.6.2.	Razina onečišćenosti zraka u destinaciji	Okolišni
2.6.3.	Udio turističkih poslovnih subjekata u destinaciji koji koriste lokalno proizvedenu hranu, piće, dobra i usluge u turističkim poslovnim subjektima u destinaciji	Ekonomski
3.1.1.	Stopa popunjenosti u smještajnim kapacitetima	Ekonomski
3.1.2.	Prosječna dnevna potrošnja turista u eurima	Ekonomski
3.2.1.	Produktivnost rada u Području I Djelatnost pružanja smještaja te pripreme i usluživanja	Ekonomski
3.2.3.	Udio malih i srednjih poduzeća u ukupnom broju poduzeća u području I Djelatnost pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane	Ekonomski
4.1.1.	Broj ugostiteljskih objekata koji poslužuju hranu aktivnih na 30. 1. i 30. 7. u odnosu na 100 stanovnika	Prostorni
4.1.2.	Javno dostupan plan odgovora na krizne i izvanredne situacije koji razmatra sektor turizma	Prostorni
4.1.3.	Specifična strategija za marketing izvan sezonskih događanja i privlačenje posjetitelja tijekom cijele godine	Prostorni

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Specifični pokazatelji održivosti destinacije

Broj pokazatelja	Naziv pokazatelja	Područje održivosti
4.3.1.	Broj kuća i stanova za odmor na 100 objekata u kojima se stalno živi	Prostorni
4.3.4.	Izrađene i implementirane smjernice upravljanja prostorom sa ciljem zaštite resursa	Prostorni
	Ostalo	

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.



2. Pokazatelji održivosti na razini destinacije

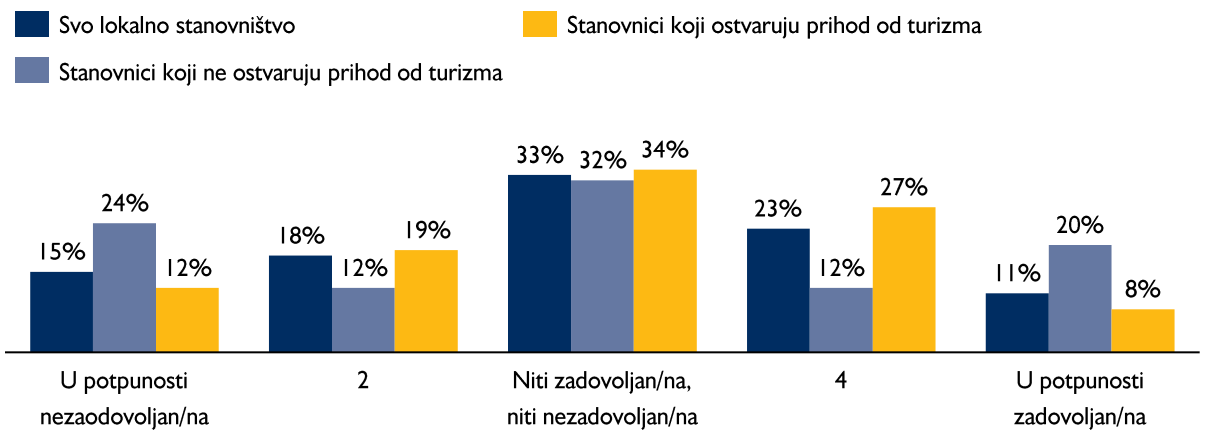
2.1. Obvezni pokazatelji održivosti

I.1.1. Broj turističkih noćenja na stotinu stalnih stanovnika u vrhu turističke sezone

Pokazatelj intenziteta turističke aktivnosti u vršnom mjesecu iznosi 560,66, što znači da je u kolovozu 2024. zabilježeno više od 560 noćenja na svakih 100 stalnih stanovnika. Za usporedbu, prosjek u Hrvatskoj u kolovozu iste godine iznosi tek 22,7 noćenja po stanovniku, dok na razini cijele godine doseže 6,6. Ovi podaci potvrđuju da je Novalja, kao tipična obalna destinacija, iznad nacionalnog prosjeka i snažno izložena sezonskim oscilacijama. Upravo zato praćenje ovakvih pokazatelja važno je za planiranje održivog razvoja turizma, budući da visoki intenzitet može dovesti do preopterećenja destinacije i utjecati na kvalitetu života lokalnog stanovništva.

I.1.2. Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom

Koliko ste sveukupno zadovoljni razvojem turizma u Novalji?



Prema rezultatima ankete, ukupno 34% stanovnika Novalje zadovoljno je razvojem turizma u gradu. Razina zadovoljstva gotovo je jednaka među stanovnicima koji ostvaruju prihode od turizma (35%) i onima koji ih ne ostvaruju (32%), što upućuje na to da ekonomska povezanost s turizmom nije presudan čimbenik u formiranju stavova lokalne zajednice.

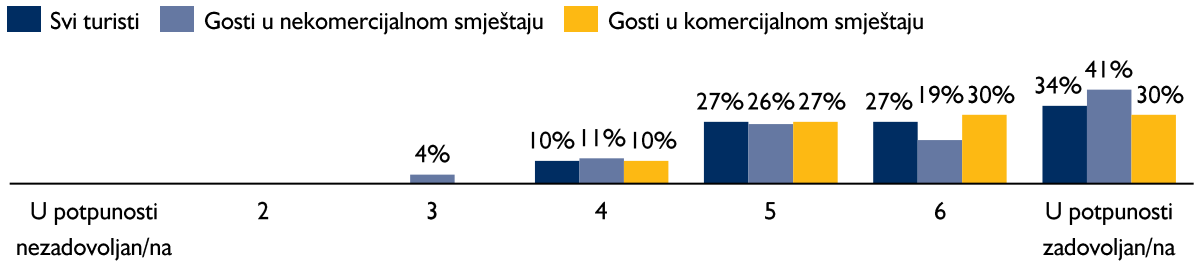
Udio neutralnih odgovora relativno je visok u obje skupine, što dodatno potvrđuje da stavovi nisu jasno polarizirani. Među stanovnicima koji ne ostvaruju prihode od turizma nešto je veći udio onih koji su u potpunosti nezadovoljni, ali istodobno i onih koji su u potpunosti zadovoljni. To pokazuje da percepcije unutar ove skupine nisu ujednačene. Stanovnici koji ostvaruju prihode od turizma nešto češće iskazuju blago zadovoljstvo (ocjena 4) te imaju najveći udio neutralnih (ocjena 3), što sugerira da su njihovi stavovi stabilniji, ali i da većina nije ni izrazito zadovoljna ni izrazito nezadovoljna.

Izvor: eVisitor, Karika – rezultati Ankete lokalnog stanovništva, Horwath HTL analiza, 2026.

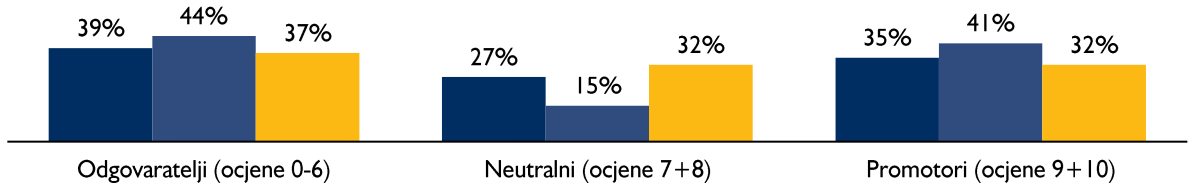
Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

I.2.1. Zadovoljstvo cjelokupnim boravkom u destinaciji

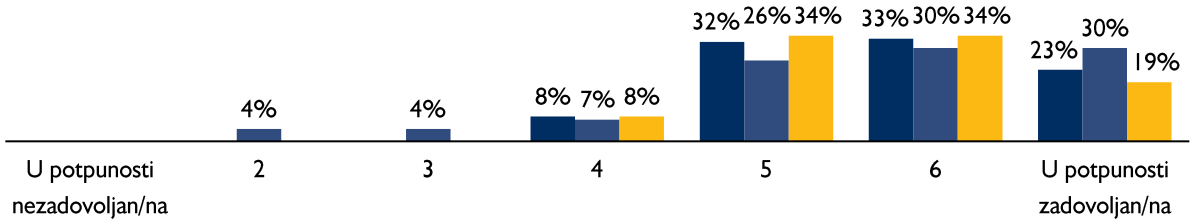
Koliko ste zadovoljni svojim cjelokupnim boravkom u Novalji?



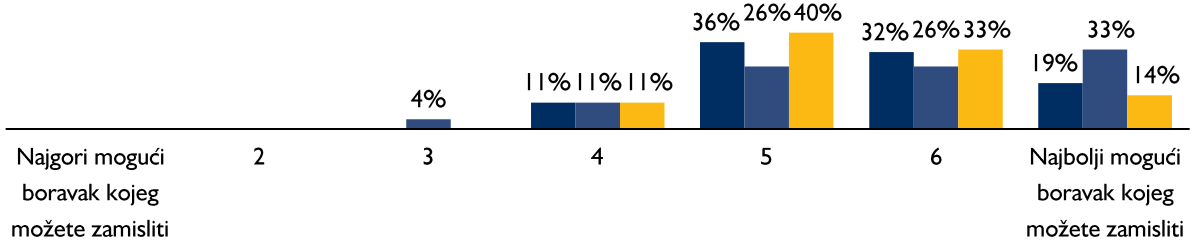
Koliko je vjerojatno da ćete Novalju preporučiti prijateljima, rodbini i/ili kolegama?



U kojoj mjeri je boravak u Novalji ispunio Vaša očekivanja?



Kako biste ocijenili svoj boravak u Novalji?



Najviši udio potpuno zadovoljnih bilježi se među gostima komercijalnog smještaja, koji češće daju maksimalne ocjene ukupnog boravka. S druge strane, gosti u nekomercijalnom smještaju također iskazuju visoko zadovoljstvo, ali nešto rjeđe daju najviše moguće ocjene, što ukazuje na generalno pozitivno, ali umjerenije iskustvo.

Ispunjavanje očekivanja prati isti trend: gosti komercijalnog smještaja u prosjeku imaju nešto više ocjene i češće navode da je boravak u potpunosti ispunio njihova očekivanja, dok su ocjene gostiju nekomercijalnog smještaja koncentrirane u višim, ali ne i najvišim kategorijama. Unatoč tome, obje skupine potvrđuju da je boravak u Novalji u velikoj mjeri bio bolji ili jednak očekivanjima.

Rezultati upućuju na negativan ukupni NPS (neto spremnost na preporuku) budući da je udio ispitanika koji nisu spremni preporučiti Novalju, veći od udjela promotora koji bi destinaciju vrlo vjerojatno preporučili svojim prijateljima ili kolegama.

Izvor: Karika – rezultati Ankete turista i jednodnevnih posjetitelja, Horwath HTL analiza, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

I.3.1. Udio atrakcija (lokaliteta) pristupačnih osobama s invaliditetom

Evidentirano je ukupno 74 atrakcija, od čega je njih 10 djelomično ili u potpunosti prilagođeno osobama s invaliditetom i osobama smanjene pokretljivosti, bilo kroz fizičku pristupačnost, komunikacijsku prilagodbu ili djelomičnu pristupačnost usluga.
Među vjerskim objektima, fizički prilaz putem pristupnih rampi omogućen je u Crkvi sv. Katarine u Novalji, Crkvi sv. Ivana Krstitelja u Kustićima te Crkvi Bezgrješnog začeća Blažene Djevice Marije u Zubovićima. Dodatno, nekoliko objekata koji se nalaze u prizemlju također su dostupni nepokretnim i slabije pokretnim osobama. To uključuje Crkvu Pohođenja Blažene Djevice Marije u Metajni, školsku sportsku dvoranu u Novalji te vanjska sportska igrališta i terene u Novalji, Kustićima i Gajcu.
Od kulturnih i sportskih sadržaja, Centar za kulturu Novalja osigurava fizičku pristupačnost prizemnih prostora, uključujući WC za osobe s invaliditetom, dok prvi kat postaje dostupan putem dizala. Djelomična komunikacijska pristupačnost osigurana je i kroz web stranicu. Javno sportsko vježbalište Vrtić u Novalji prilagođeno je osobama u kolicima – opremljeno je specijaliziranim spravama te pristupnim stazama.
Poseban primjer dobre prakse su Vrtovi lunjskih maslina, gdje je osigurana fizička pristupačnost (pristupna rampa i WC), komunikacijska pristupačnost (web stranica optimizirana za čitače ekrana) te djelomična prilagodba usluga. Osobe s invaliditetom imaju besplatan ulaz, a obilazak je moguć električnim vozilima, iako udobnost može ovisiti o vrsti i stupnju invaliditeta.
Gradski muzej Novalja nudi djelomičnu pristupačnost kroz umanjene cijene ulaznica za osobe s invaliditetom, no fizički prostori muzeja nisu u potpunosti prilagođeni njihovim potrebama.

I.4.1. Broj organiziranih turističkih ambulanti

Na području Novalje, organizirana je jedna turistička ambulanta u sklopu Doma zdravlja Novalja. Radno vrijeme prilagođeno je različitim danima u tjednu: ponedjeljkom, srijedom i petkom ambulanta radi poslijepodne od 13:00 do 21:00 sati, utorkom i četvrtkom u jutarnjim satima od 7:00 do 15:00 sati, subotom od 15:00 do 20:00 sati, dok je nedjeljom i blagdanima otvorena u kraćem vremenskom razdoblju od 09:00 do 13:00 sati. Sve usluge u turističkoj ambulanti naplaćuju se prema važećem cjeniku.
Tijekom ljetnih mjeseci, dostupna je i privatna turistička ambulanta CissaMed te Cro Medic trijažni tim na plaži Zrće te ambulanta u kampu Straško.

Izvor: Karika – rezultati Ankete turista i jednodnevnih posjetitelja, podaci Gradskog ureda za socijalnu zaštitu, zdravstvo, branitelje i osobe s invaliditetom, Horwath HTL analiza, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

2.1.1. Omjer potrošnje vode po turističkom noćenju u odnosu na prosječnu potrošnju vode po stalnom stanovniku destinacije

Pokazatelj mjeri koliki je intenzitet korištenja vodnih resursa od strane turista u usporedbi s lokalnim stanovništvom. Potrošnja vode po turističkom noćenju iznosi 0,29 m^3, dok je potrošnja vode po noćenju stanovnika 0,19 m^3. To znači da turisti prosječno troše 52% više vode od stalnih stanovnika kada se promatra potrošnja po osobi i po noćenju (omjer 152%). Ovaj rezultat pokazuje da turisti predstavljaju osjetno veći pritisak na lokalni vodovodni sustav u odnosu na stalne stanovnike. Iako se razlika možda ne čini velika na razini jednog noćenja, u razdobljima visoke sezone, kada broj turističkih noćenja višestruko premašuje broj stanovnika, ovaj se učinak snažno multiplicira i stvara značajno opterećenje na komunalnu infrastrukturu. Podaci potvrđuju da turizam u vršnim mjesecima generira povećanu potrošnju vode po osobi, što je ključno imati na umu pri planiranju kapaciteta i održivosti vodoopskrbnog sustava. Rezultat od 152% upućuje na potrebu kontinuiranog praćenja i prilagođavanja infrastrukture kako bi se osigurala stabilna opskrba i zadovoljstvo i turista i lokalnog stanovništva.

2.2.1. Omjer količine komunalnog otpada nastale po noćenju turista i količine otpada koje generira stanovništvo u destinaciji (tone)

Prema dostupnim podacima, u 2024. godini generirana količina otpada po noćenju stanovnika iznosi 1,6kg dok generirana količina otpada po noćenju turista iznosi 1,6kg. Iako je količina generiranog otpada turista i lokalnog stanovništva gotovo jednaka, turisti su u kolovozu 2024. godine generirali 1.242,29 tona otpada dok je lokalno stanovništvo generiralo 219,50 tona otpada. Velika razlika u apsolutnim vrijednostima generiranog otpada proizlazi iz relativno malog broja lokalnog stanovništva prisutnog u destinaciji te vrlo velikog broja turista, pogotovo u ljetnim mjesecima.
Omjer otpada generiranog od strane turista naspram otpada generiranog od strane lokalnog stanovništva u kolovozu 2024. godine iznosi 565,97% što znači da turisti generiraju između 5 i 6 puta više otpada nego lokalno stanovništvo te znatno više opterećuju komunalni sustav u destinaciji.

Izvor: podaci društva Čistoća, Horwath HTL analiza, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

2.3.1. Udio zaštićenih područja u destinaciji u ukupnoj površini destinacije

Kategorija zaštite	Površina zaštićene zone (ha)	Površina destinacije (ha)	Udio zaštićenih površina u ukupnoj površini destinacije
Posebni rezervat	196,84	9.336	2,1%
Značajni krajobraz	359,09		3,8%
Ukupno	**555,93**		**5,9%**

Ukupna površina pod zaštićenim područjima iznosi 555,93 hektara, što čini 5,9% ukupne površine destinacije (9.336 ha). Najveći udio zauzima kategorija značajnog krajobraza s Lunjskim maslinicima koji zauzimaju 359,09 hektara, odnosno 3,8% ukupne površine destinacije, dok posebni rezervat Kolanjsko blato obuhvaća 196,84 hektara ili 2,1%.
Ovi podaci potvrđuju prisutnost prirodnih vrijednosti koje imaju važnu ulogu u očuvanju krajobraza i bioraznolikosti te predstavljaju temelj za razvoj održivih turističkih proizvoda.

2.4.1. Omjer potrošnje električne energije po turističkom noćenju u odnosu na potrošnju električne energije stalnog stanovništva destinacije

Omjer potrošnje električne energije po turističkom noćenju u odnosu na potrošnju električne energije stalnog stanovništva destinacije mjeri intenzitet korištenja električne energije od strane turista u usporedbi s lokalnim stanovnicima, promatrajući prosjek potrošnje po osobi i po jednom noćenju. Potrošnja električne energije po turističkom noćenju iznosi 5,62 kWh, dok je potrošnja po stanovniku po noćenju viša, 12,90 kWh. To znači da turisti troše oko 44% električne energije u odnosu na stalne stanovnike kada se promatra potrošnja po osobi i po noćenju (omjer 43,59%). Za razliku od potrošnje vode, gdje turisti imaju značajno višu potrošnju od stanovnika, kod električne energije situacija je obrnuta i turisti troše manje po noćenju. Ovaj rezultat sugerira da turizam u kontekstu električne energije ne predstavlja jednako snažan pritisak na infrastrukturu.

Izvor: Bioportal, podaci Gradskog ureda za gospodarstvo, ekološku održivost i strategijsko planiranje, Horwath HTL analiza, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

2.5.1. Uspostavljen sustav za prilagodbu klimatskim promjenama i procjenu rizika

Na razini destinacije donesena su dva ključna dokumenta koji se bave prilagodbom klimatskim promjenama i razvojem zelene infrastrukture: Strategija zelene urbane obnove (ZUO) i Akcijski plan održivog energetskog razvoja i prilagodbe klimatskim promjenama (SECAP).

Strategija ZUO usmjerena je na poboljšanje kvalitete života građana kroz mjere koje smanjuju negativne učinke klimatskih promjena, povećavaju energetsku učinkovitost, čuvaju prirodne resurse i jačaju otpornost gradske infrastrukture na ekstremne vremenske uvjete. Među glavnim ciljevima ističu se poticanje korištenja obnovljivih izvora energije, bolje gospodarenje otpadom, širenje zelenih površina te smanjenje emisija stakleničkih plinova.

SECAP predstavlja strateški plan s jasnim smjernicama za smanjenje potrošnje energije i emisija CO_2. Njegove mjere provodi jedinica lokalne samouprave, a njihovi učinci očituju se kroz održivo planiranje, racionalno upravljanje resursima, smanjenje troškova i onečišćenja, otvaranje novih radnih mjesta te poticanje inovacija.

Izvor: Program ublažavanja klimatskih promjena, prilagodbe klimatskim promjenama i zaštite ozonskog sloja za razdoblje 2025.-2028., Horwath HTL analiza, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

3.1.1. Ukupan broj dolazaka turista u mjesecu s najvećim brojem ostvarenih turističkih noćenja

Mjesec s najviše noćenja u 2024. godini je kolovoz, u kojem je zabilježeno 97.911 dolazaka. Visoka koncentracija posjetitelja u kratkom vremenskom razdoblju stvara snažan pritisak na infrastrukturu, uključujući vodovodnu i kanalizacijsku mrežu te prometne sustave, što se može odraziti i na kvalitetu života lokalnog stanovništva. Usporedba s prometom izvan glavne sezone jasno pokazuje velike razlike u opterećenju, naglašavajući izraženu sezonalnost turističke aktivnosti u destinaciji.

3.1.2. Prosječna duljina boravka turista u destinaciji

Prosječna duljina boravka u 2024. godini iznosi 7,02 dana, što ukazuje na to da destinacija privlači ponajprije goste koji planiraju višednevni odmor. U kolovozu, kada je primarna motivacija dolaska godišnji odmori, prosječna duljina boravka raste na 7,80 dana, dok u siječnju dodatno raste na 10,28 dana. Siječanj i veljača u 2024. godini zabilježili su visoke vrijednosti prosječne duljine boravka pri čemu je potrebno naglasiti da se u tim mjesecima u značajnoj mjeri radi o boravku radnika i dugotrajnijim poslovnim angažmanima, dok su drugi mjeseci predsezonskog i postsezonskog razdoblja bilježili prosjek boravka od 3 do 5 dana.

Prosječna duljina boravka kroz godinu ukazuje na izražene sezonske obrasce potražnje, pri čemu ljetni mjeseci privlače goste spremne na dulji boravak i veće korištenje smještajnih kapaciteta, dok izvan sezone prevladavaju kraći posjeti, izuzev odstupanja u siječnju i veljači u 2024. godini.

Izvor: eVisitor, Horwath HTL analiza, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

3.2.1. Ukupan broj zaposlenih u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane

Mjesec	Prosjek broja zaposlenih u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane u odnosu na ukupan broj zaposlenih (%)
I.	15.89
II.	15.42
III.	16.58
IV.	21.35
V.	29.84
VI.	35.00
VII.	36.22
VIII.	34.12
IX.	25.25
X.	18.34
XI.	17.62
XII.	16.82

Podaci o udjelu zaposlenih u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane u odnosu na ukupan broj zaposlenih jasno pokazuju snažnu sezonalnost turizma u Novalji. U zimskim mjesecima taj udio je vrlo nizak, kreće se između 15 i 17%, dok s početkom proljeća počinje rasti, pa već u svibnju doseže gotovo 30%. Vrhunac se bilježi u srpnju (36,2%), kada više od trećine svih zaposlenih radi u turizmu i ugostiteljstvu. Nakon kolovoza udio postupno pada te se u rujnu smanjuje na 25%, a u jesenskim i zimskim mjesecima vraća na razine ispod 20%. Ovakvi podaci potvrđuju da turizam predstavlja ključni poslodavac u destinaciji, ali istodobno ukazuju na snažnu ovisnost tržišta rada o sezoni i ograničenu stabilnost zaposlenosti kroz cijelu godinu.

3.2.2. Poslovni prihod gospodarskih subjekata (obveznika poreza na dobit) u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane

Ukupni poslovni prihodi subjekata u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane u 2024. godini iznosili su 63,16 milijuna eura, što predstavlja 43,6% ukupnih poslovnih prihoda u destinaciji. U odnosu na 2023. godinu, ovaj sektor ostvario je rast od 10,0%, dok su ukupni prihodi svih djelatnosti porasli za 9,66% i dosegnuli 144,77 milijuna eura.

Ovi podaci potvrđuju visoku gospodarsku važnost turizma u Novalji, s udjelom prihoda koji je znatno veći nego u većim urbanim središtima poput Zagreba. Istodobno, stopa rasta prihoda u turizmu bila je nešto viša od prosječnog rasta ukupnih poslovnih prihoda u destinaciji što dodatno ukazuje na bitnost turističkog sektora za gospodarstvo destinacije.

Izvor: FINA, Horwath HTL analiza, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

4.1.1 Identifikacija i klasifikacija turističkih atrakcija

Kategorija turističke atrakcije	Broj atrakcija u kategoriji
Preventivno zaštićeno dobro	1
Značajni krajobraz	1
Posebni rezervat	2
Zaštićeno kulturno dobro	27
Ukupno	**31**

Prema metodologiji Ministarstva turizma i sporta, na području Novalje evidentirana je 31 atrakcija razvrstana u četiri kategorije. Među njima se nalazi jedno preventivno zaštićeno dobro, jedan značajni krajobraz, dva posebna rezervata te 27 zaštićenih kulturnih dobara.

Ova struktura ukazuje na raznolikost atrakcijske osnove destinacije, pri čemu kulturna baština zauzima najveći udio i predstavlja ključan element identiteta Novalje. Istodobno, prisutnost prirodnih atrakcija dodatno upotpunjuje ponudu i omogućuje privlačnost za različite segmente posjetitelja.

4.2.1. Status implementacije aktivnosti iz plana upravljanja destinacijom

Plan upravljanja destinacijom je trenutno u izradi stoga ne postoji definirani broj mjera za provedbu niti broj provedenih mjera. Pokazatelj je bitan za dugogodišnje praćenje rezultata prema stavkama u različitim iteracijama plana upravljanja destinacijom.

4.3.1. Broj ostvarenih noćenja u smještajnim objektima destinacije po hektaru izrađenog građevinskog područja JLS

Broj ostvarenih noćenja u smještajnim objektima destinacije po hektaru izgrađenog građevinskog područja iznosi 3.742,82 noćenja po hektaru u 2024. godini. Ovaj pokazatelj prikazuje intenzitet turističkog korištenja prostora u već izgrađenim zonama stambene i ugostiteljsko-turističke namjene, odnosno razinu prostornog opterećenja postojećih urbaniziranih područja u destinaciji. Dobivena vrijednost pokazuje visok intenzitet korištenja prostora, što ukazuje na snažnu koncentraciju turističkih aktivnosti u odnosu na raspoložive izgrađene površine.

Izvor: Registar kulturnih dobara RH, Bioportal, Horwath HTL analiza, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.



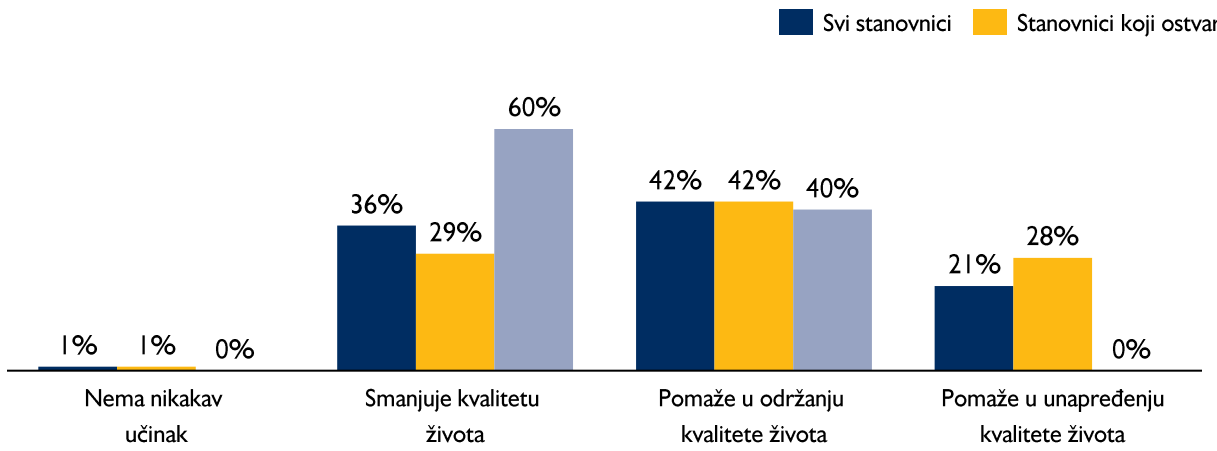
2. Pokazatelji održivosti na razini destinacije

2.1. Obvezni pokazatelji održivosti

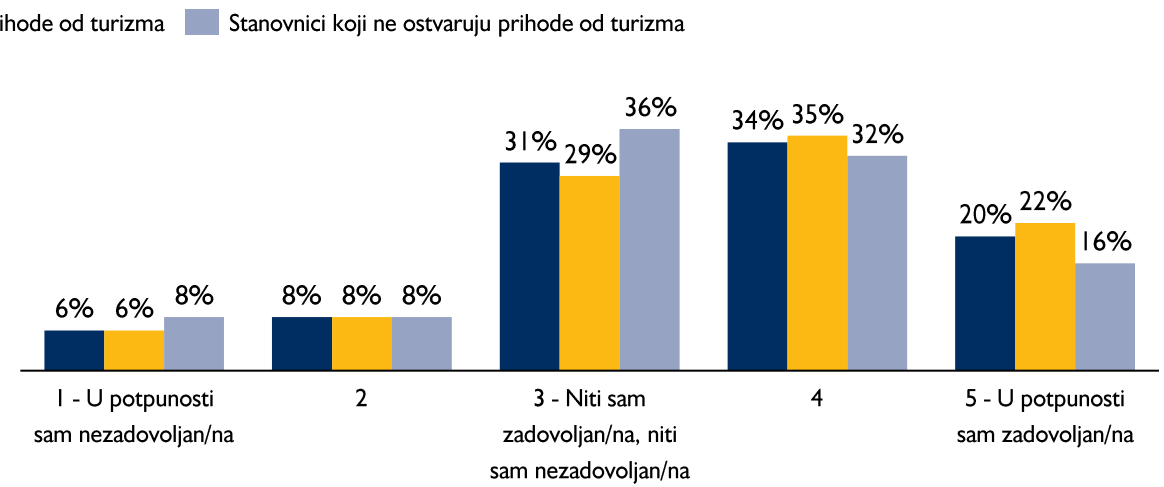
2.2. Specifični pokazatelji održivosti

I.1.1. Utjecaj turizma na kvalitetu života lokalnog stanovništva

Razmislite kako sve turizam utječe na svakodnevni život u Vašem mjestu. Uzimajući u obzir i dobre i loše strane turizma, smatrate li da turizam u Vašem mjestu:



Općenito govoreći, koliko ste trenutno zadovoljni sa životom u mjestu:



Prema rezultatima ankete provedenima među lokalnim stanovništvom vidljive su razlike u percepciji utjecaja turizma na kvalitetu života između onih koji ostvaruju prihode od turizma i onih koji ih nemaju. Ukupno 36% ispitanika smatra da turizam smanjuje kvalitetu života u Novalji, a taj je udio znatno viši među stanovnicima koji nemaju prihode od turizma (60%) nego među onima koji ih ostvaruju (29%). S druge strane, 63% ispitanika ističe pozitivan utjecaj turizma te 42% navodi da pomaže u održavanju kvalitete života, a 21% u njezinom unapređenju. I u ovom segmentu razlike su jasne: stanovnici koji ostvaruju prihode u većoj mjeri pozitivno vrednuju doprinos turizma, dok je među onima bez prihoda takvo mišljenje slabije izraženo.

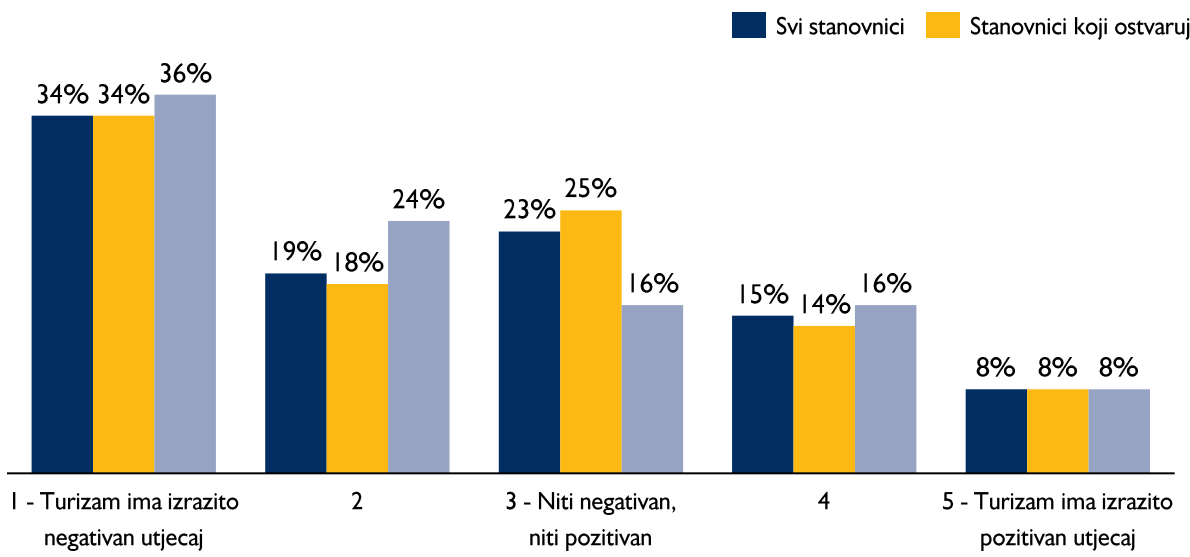
Kada je riječ o općem zadovoljstvu životom u Novalji, većina stanovnika (54%) navodi da su zadovoljni, dok je 14% nezadovoljno, a 31% zauzima neutralan stav. Zadovoljstvo je izraženije među stanovnicima koji ostvaruju prihod od turizma (57%) u odnosu na one bez prihoda (48%). Dobna struktura dodatno naglašava razlike: mlađi stanovnici do 45 godina češće iskazuju zadovoljstvo (69%), dok je među starijima taj udio osjetno niži (43%).

Izvor: Karika – rezultati Ankete lokalnih stanovnika, Horwath HTL analiza, 2026.

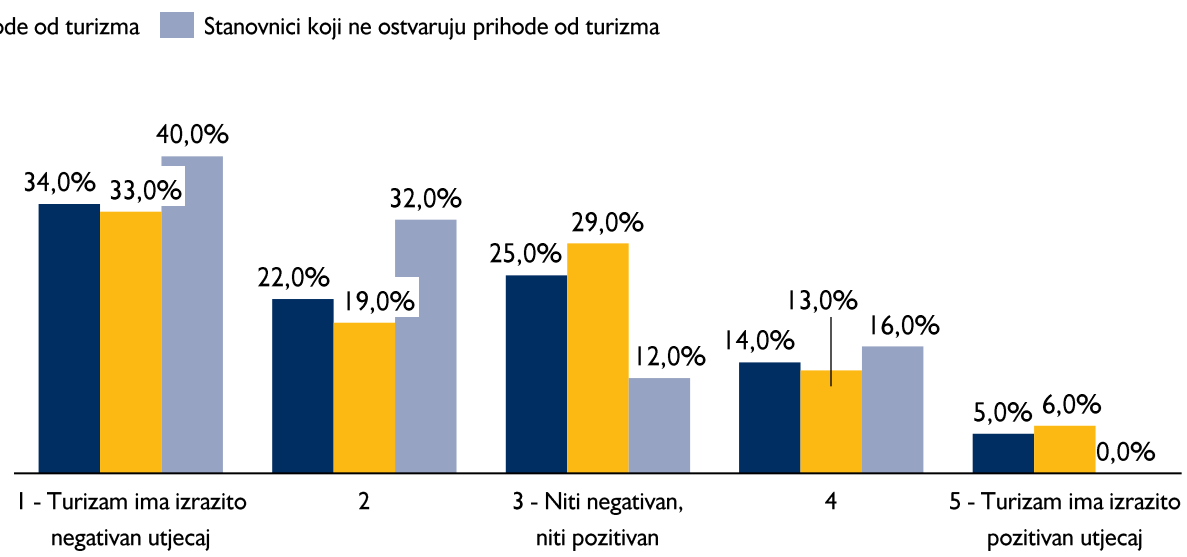
Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

I.1.2. Udio stanovnika koji imaju pozitivno odnosno negativno mišljenje o utjecaju turizma na identitet mjesta

Prema Vašem mišljenju, kako turistički razvoj utječe na duh Novalje, na njegovu autentičnost?



Prema Vašem mišljenju, kako turistički razvoj utječe na očuvanje tradicije, običaja i kulture Novalje?



Temeljem provedene ankete lokalnog stanovništva, razvidno je kako većina stanovništva u promatranim kategorijama utjecaja na autentičnost mjesta te očuvanja tradicije percipira turizam negativno. Ukupno 53% stanovnika smatra da turizam ima negativan utjecaj na identitet Novalje, dok 23% prepoznaje pozitivan učinak. Udio onih koji smatraju da turizam ima pozitivan utjecaj podjednak je među stanovnicima bez obzira ostvaruju li prihod od turizma ili ne, no negativna percepcija izraženija je kod onih koji nemaju prihode od turizma.

Kada je riječ o očuvanju tradicije, običaja i kulture, rezultati pokazuju još izraženiji negativan stav. Više od polovice stanovnika (56%) smatra da turizam negativno utječe na očuvanje tradicije, dok tek 19% vidi pozitivan doprinos. Razlike su posebno vidljive s obzirom na ekonomski interes: stanovnici koji nemaju prihode od turizma u većoj mjeri percipiraju negativan utjecaj (72%) u usporedbi s onima koji se bave turizmom (52%).

Izvor: Karika – rezultati Ankete lokalnih stanovnika, Horwath HTL analiza, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

I.1.4. Promjena broja stanovnika u zadnjih pet godina u odnosu na promjenu broja turističkih noćenja

Prema metodologiji Ministarstva turizma i sporta, pokazatelj odnosa između promjene broja stanovnika i turističkih noćenja računa se za petogodišnje razdoblje, uspoređujući podatke iz 2020. i 2024. godine. S obzirom na to da je 2020. godina bila obilježena poremećajima uzrokovanim pandemijom te ne odražava uobičajeno stanje na tržištu, izračunati pokazatelj iznosi 0,63, što ukazuje na izraženiji rast turističkog prometa u odnosu na demografske promjene. U tom razdoblju broj stanovnika porastao je sa 3.672 na 4.051, dok je broj ostvarenih noćenja povećan s 1.228.528 na 2.156.837.

Za realniji uvid u odnos turističkog i demografskog rasta, relevantnija je usporedba s 2019. godinom, kada tržišni uvjeti nisu bili poremećeni. U tom slučaju, pokazatelj iznosi 1,04, što upućuje na malo veći trend promjene stanovnika naspram broja noćenja, no sveukupno uravnotežen rast turističkih noćenja i broja stanovnika u stabilnim okolnostima.

I.2.1. Postotak ponovljenih/stalnih turista u smještajnim objektima destinacije

Pokazatelj ponovljenih, odnosno stalnih turista u smještajnim objektima destinacije pokazuje da je u Novalji 44% gostiju već ranije boravilo u destinaciji. Razlike su vidljive s obzirom na vrstu smještaja. U komercijalnom smještaju udio stalnih gostiju iznosi 31%, dok je u nekomercijalnom smještaju taj udio znatno viši i doseže 82%. Ovi podaci ukazuju na popularnost Novalje kao destinacije za turiste koji borave u privatnim ili vlastitim objektima, primarno iz kontinentalnih dijelova Hrvatske.

I.3.1. Udio pristupačnih smještajnih jedinica u destinaciji

Podatak nije dostupan za smještajne jedinice na području Novalje.

Izvor: Karika – rezultati Ankete turista i jednodnevnih posjetitelja, eVisitor, DZS, Horwath HTL analiza, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

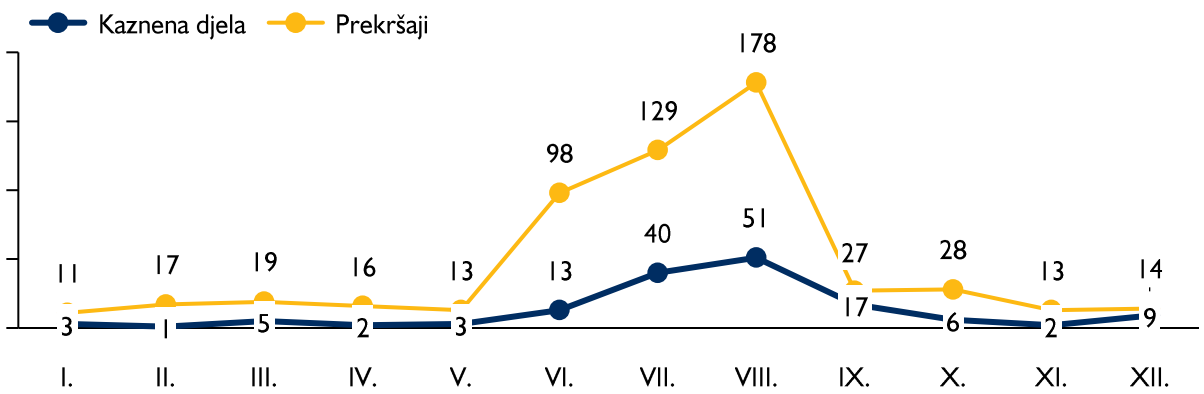
I.3.2. Javno dostupne informacije o atrakcijama u turističkim i informativnim centrima

U sklopu turističko-informativnog centra posjetiteljima nude informacije o smještaju, izletima, prometu, kartama te svim relevantnim uslugama i sadržajima u destinaciji. Osim fizičkog centra, važan kanal komunikacije predstavlja i službena internetska stranica „Visit Novalja“, na kojoj se nalaze detaljne informacije o ponudi destinacije, događanjima, kulturnim i prirodnim atrakcijama te praktične upute za boravak.

I.3.3. Postotak pristupačnih linija javnog prijevoza u destinaciji za osobe s invaliditetom

Podaci nisu dostupni na razini Novalje.

I.4.1. Ukupan broj kaznenih djela i prekršaja prijavljenih policiji po mjesecima



U ljetnim mjesecima vidljiv je snažan porast kaznenih djela i prekršajnih prijava policiji, što je u skladu s povećanim brojem noćenja i intenzivnom *party* scenom na plaži Zrće. Tijekom zimskih i proljetnih mjeseci broj prijava bio je nizak, no dolaskom turističke sezone bilježi se nagli rast.

Prekršaji su počeli značajnije rasti u lipnju, kada je evidentirano 98 slučajeva, u srpnju ih je bilo 129, a vrhunac je dosegnut u kolovozu s 178 prekršaja. Sličan trend zabilježen je i kod kaznenih djela. U srpnju ih je prijavljeno 40, a u kolovozu 51. Nakon završetka glavne turističke sezone broj prijava naglo se smanjuje te se tijekom jeseni i zime ponovno bilježe niže vrijednosti.

Ovi podaci jasno potvrđuju sezonsku povezanost porasta kaznenih djela i prekršaja s vrhuncem turističke sezone, kada Novalja bilježi najveći priljev posjetitelja.

Izvor: TZ Novalja, MUP, Horwath HTL analiza, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

I.4.3. Sigurnosne mjere kao što su stanice prve pomoći na plažama/lokalitetima turističkih atrakcija

Sigurnosna infrastruktura u kontekstu turističke medicinske zaštite razvijena je na razini koja zadovoljava potrebe tijekom glavne turističke sezone, no točni sustavni podaci o broju i prostornom rasporedu stanica prve pomoći na plažama i turističkim lokalitetima nisu dostupni. Dostupna sigurnosna infrastruktura obuhvaća medicinsko osiguranje Cromedic na plaži Zrće, turističku medicinsku službu u kampu Straško. Osim toga, u samom gradu djeluju dvije turističke ambulante – Turistička ambulanta Doma zdravlja Novalja i privatna CissaMed turistička ambulanta, dok je cjelogodišnja primarna zdravstvena zaštita dostupna putem Doma zdravlja Novalja. Takva organizacija pokazuje da je medicinska pokrivenost glavnih turističkih zona primjerena sezonskom opterećenju, osobito na lokacijama s većim brojem posjetitelja, poput Zrća i Straška.

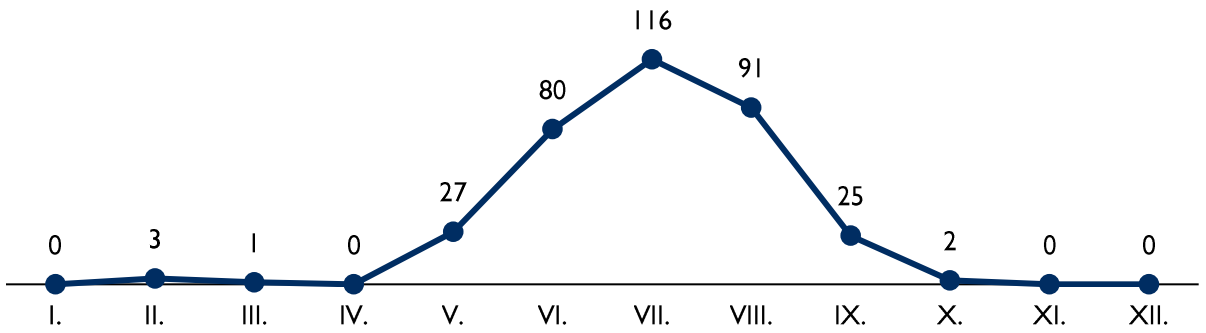
I.4.4. Broj prometnih nesreća sa smrtnim ishodom na 1000 noćenja

U 2024. godini zabilježena je samo jedna nesreća sa smrtonosnim ishodom te u njoj nisu sudjelovali turisti. S obzirom na veliki broj turista koji posjećuju destinaciju na godišnjoj razini te na veliki ostvareni broj noćenja, broj prometnih nesreća sa smrtnih ishodom na 1.000 noćenja izrazito je nizak.

Izvor: TZ grada Novalje, MUP, Horwath HTL analiza, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

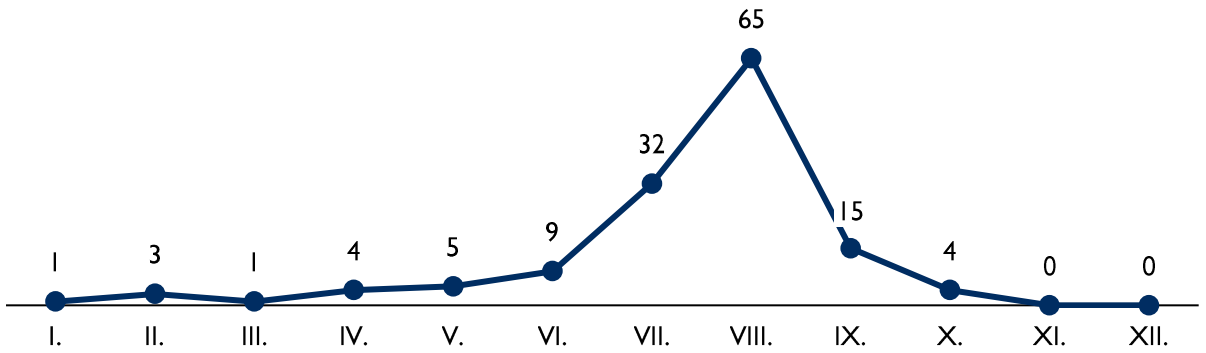
I.4.5. Broj podnesenih prijava zbog buke uzrokovane turističkim aktivnostima



Tijekom 2024. godine evidentirana je izražena sezonalnost prijava zbog buke. Najviše prijava zabilježeno je u srpnju (116), a slijede kolovoz (91) i lipanj (80). U ostatku godine broj prijava bio je minimalan ili zanemariv. Vrhovi prijava podudaraju se s razdobljem glavne turističke sezone i intenzivnih događanja, što ukazuje na snažnu povezanost turističkih aktivnosti s problemom buke u destinaciji.

Iako se glavna *party* scena odvija na plaži Zrće, koja je udaljena od samog grada i većine naselja, značajan broj smještajnih kapaciteta u samim mjestima te privatne kuće i ville s bazenima pridonose problemu buke. Druženja i zabave u takvim objektima često izravno utječu na kvalitetu života stanovnika koji žive u njihovoj neposrednoj blizini.

I.4.6. Remećenja javnog reda i mira prouzrokovano turističkom aktivnošću



Podaci za 2024. godinu pokazuju da je najveći broj prekršajnih postupaka vezanih uz remećenje javnog reda i mira zabilježen u kolovozu (65). Visok broj prijava bilježi se i u srpnju (32), dok su u lipnju zabilježena 9 slučaja, a u rujnu 15. U ostalim mjesecima broj prijava bio je minimalan ili nije postojao.

Ovaj trend jasno pokazuje sezonsku koncentraciju prekršaja, s najvećom pojavnosti tijekom ljetnih mjeseci kada je turistička aktivnost na vrhuncu. Povećana fluktuacija posjetitelja i intenzivno korištenje smještajnih kapaciteta u samim naseljima dodatno pridonose narušavanju javnog reda i mira.

Izvor: TZ grada Novalje, MUP, Horwath HTL analiza, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

2.1.1. Udio turističkih poslovnih subjekata koji poduzimaju akcije za smanjenje potrošnje vode

Anketi koja je provedena među gospodarskim subjektima u destinaciji pristupilo je 12 subjekata. Zbog malog relativnog uzorka odgovora koji je prikupljen putem primarnog istraživanja, podaci nisu relevantni na razini destinacije te se ne analiziraju u okviru ovog pokazatelja.

2.1.2. Sustav za pravovremenu reakciju na probleme s kvalitetom vode

U vodoopskrbnom sustavu Novalje provode se određene mjere koje omogućuju nadzor i kontrolu kvalitete vode. Na izlazu iz vodosprema Komorovac 1 i 2 provodi se dokloriranje preuzete vode, dok se u vodosprema Gurijel u Lunu vrši automatsko dokloriranje natrijevim hipokloritom. U oknu Borovićevi stani postavljen je analizator koji kontinuirano mjeri količinu klora u magistralnom vodu, čime se prati učinkovitost dezinfekcije.

Dodatne mjere uključuju sustavno ispiranje magistralnog transportnog cjevovoda te redoviti pregled i održavanje objekata u ispravnom tehničkom i higijenskom stanju. U razdoblju turističke sezone u rad se uključuje i druga podmorska cijev, uz prethodno odmuljivanje i ispiranje, što osigurava stabilnost opskrbe i higijensku ispravnost sustava u uvjetima povećane potrošnje.

2.2.1. Udio turističkih poslovnih subjekata koji koriste recikliranu vodu

Anketi koja je provedena među gospodarskim subjektima u destinaciji pristupilo je 12 subjekata. Zbog malog relativnog uzorka odgovora koji je prikupljen putem primarnog istraživanja, podaci nisu relevantni na razini destinacije te se ne analiziraju u okviru ovog pokazatelja.

Izvor: Rezultati Ankete gospodarskih subjekata, podaci Gradskog ureda za kulturu i civilno društvo, Horwath HTL analiza, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

2.2.4. Udio otpadnih voda destinacije tretiranih do najmanje sekundarne razine prije ispuštanja

Podaci nisu dostupni na razini Novalje.

2.3.2. Udio turističkih poslovnih subjekata koji razdvajaju različite vrste otpada

Anketi koja je provedena među gospodarskim subjektima u destinaciji pristupilo je 12 subjekata. Zbog malog relativnog uzorka odgovora koji je prikupljen putem primarnog istraživanja, podaci nisu relevantni na razini destinacije te se ne analiziraju u okviru ovog pokazatelja.

2.3.3. Količina recikliranog otpada

U kolovozu 2024. godine zabilježeno je ukupno 1.386 tona otpada, od čega je 240 tona reciklirano. Prema ostvarenim noćenjima, reciklirana količina iznosi 0,6kg po noćenju stanovnika te 0,1kg po noćenju turista. Usporedba pokazuje da turisti recikliraju 11,71% količine koju reciklira domaće stanovništvo, što potvrđuje razliku u pristupu gospodarenju otpadom između rezidenata i posjetitelja.

2.3.4. Plan gospodarenja otpadom s ciljevima za smanjenje i održivo odlaganje

Trenutno ne postoji posebno izrađen i usvojen plan gospodarenja otpadom na lokalnoj razini. Postupanje s otpadom odvija se u skladu sa Zakonom o gospodarenju otpadom i pripadajućim pravilnicima koji taj zakon definiraju, čime se osigurava usklađenost sa zakonskim okvirom.

Izvor: podaci društva Čistoća, rezultati Ankete gospodarskih subjekata, podaci Gradskog ureda za kulturu i civilno društvo, Horwath HTL analiza, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

2.3.5. Sprječavanje stvaranja otpada: plan smanjenja količine otpada od posluživanja hrane

Anketi koja je provedena među gospodarskim subjektima u destinaciji pristupilo je 12 subjekata. Zbog malog relativnog uzorka odgovora koji je prikupljen putem primarnog istraživanja, podaci nisu relevantni na razini destinacije te se ne analiziraju u okviru ovog pokazatelja.

2.4.1. Razvijen sustav za zaštitu prirodne i kulturne baštine i lokaliteta

Trenutno ne postoji javno dostupan strateški dokument ili plan koji sustavno regulira ovo područje, no za svaki pojedinačni projekt koji se odnosi na prirodnu i kulturnu baštinu te značajne lokalitete obvezno se izrađuju odgovarajuće studije zaštite i izvodljivosti, koje služe kao temelj za procjenu utjecaja i usklađenost zahvata s propisanim konzervatorskim i okolišnim standardima.

2.4.2. Dostupne smjernice za ponašanje posjetitelja u destinaciji

Smjernice za ponašanje posjetitelja na području Novalje su definirane te su dostupne na hrvatskom, engleskom, njemačkom, francuskom i talijanskom jeziku.

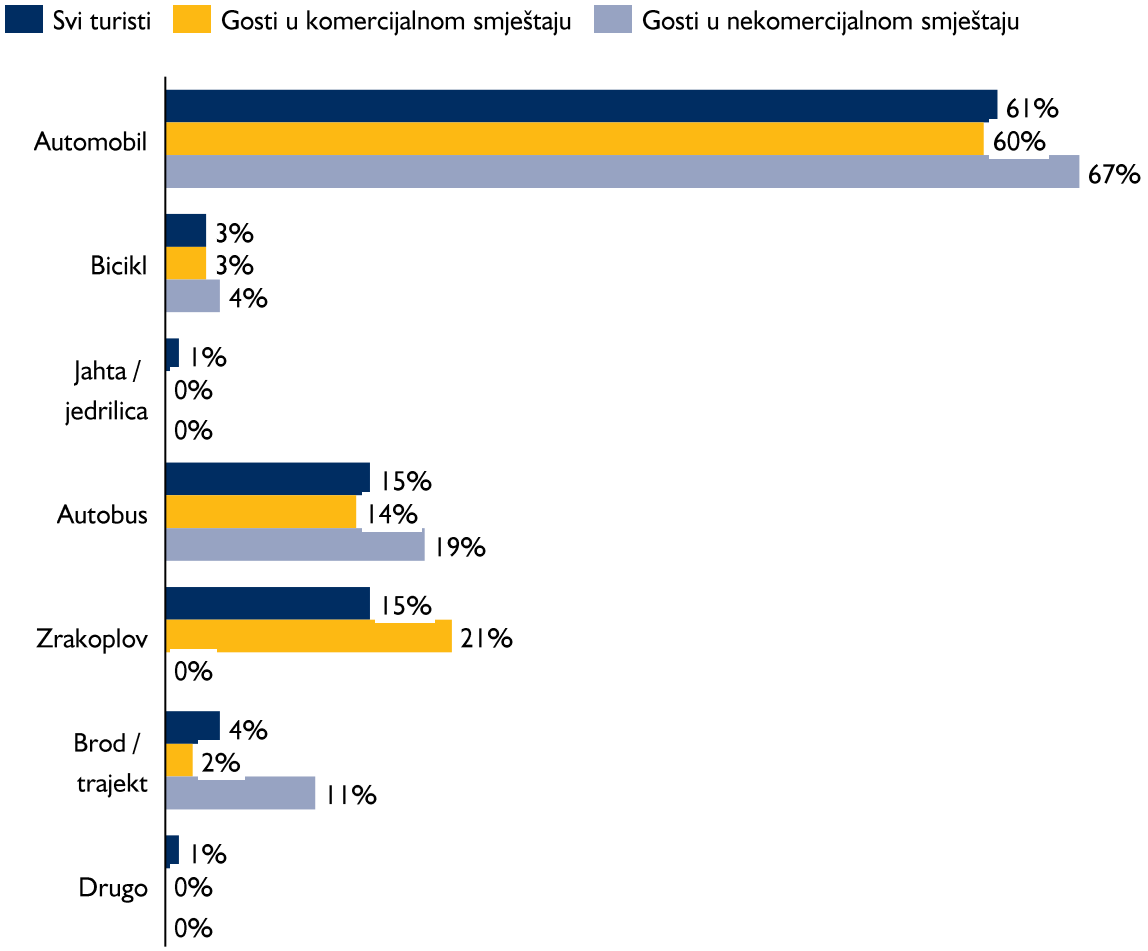
2.5.1. Udio turističkih poslovnih subjekata koji su implementirali neka od rješenja za ublažavanje i prilagodbu klimatskim promjenama

Anketi koja je provedena među gospodarskim subjektima u destinaciji pristupilo je 12 subjekata. Zbog malog relativnog uzorka odgovora koji je prikupljen putem primarnog istraživanja, podaci nisu relevantni na razini destinacije te se ne analiziraju u okviru ovog pokazatelja.

Izvor: Rezultati Ankete gospodarskih subjekata, podaci Gradskog ureda za kulturu i civilno društvo, Horwath HTL analiza, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

2.5.2. Postotak turista i jednodnevnih posjetitelja koji koriste različita prometna sredstva za dolazak na odredište



Primarno sredstvo koje koriste turisti prilikom dolaska je automobil. Osim automobila, značajan dio gostiju dolazi autobusom, dok se zrakoplov pokazuje važnim isključivo za goste u komercijalnom smještaju, među kojima ga koristi petina.

S druge strane, gosti u nekomercijalnom smještaju češće dolaze brodom ili trajektom, dok se kod njih bilježi i nešto veći udio dolazaka biciklom. Ostali oblici prijevoza, poput jahti ili drugih individualnih načina dolaska, prisutni su u znatno manjoj mjeri.

Ukupno gledano, struktura dolazaka jasno pokazuje prevladavanje cestovnog prijevoza, uz razlike između gostiju u komercijalnom i nekomercijalnom smještaju, koje se najviše očituju u korištenju zračnog i pomorskog prijevoza.

Izvor: Karika – rezultati Ankete turista i jednodnevnih posjetitelja, Horwath HTL analiza, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

2.6.2. Razina onečišćenosti zraka u destinaciji

Ne postoji mjerna stanica za kvalitetu zraka na području Novalje.

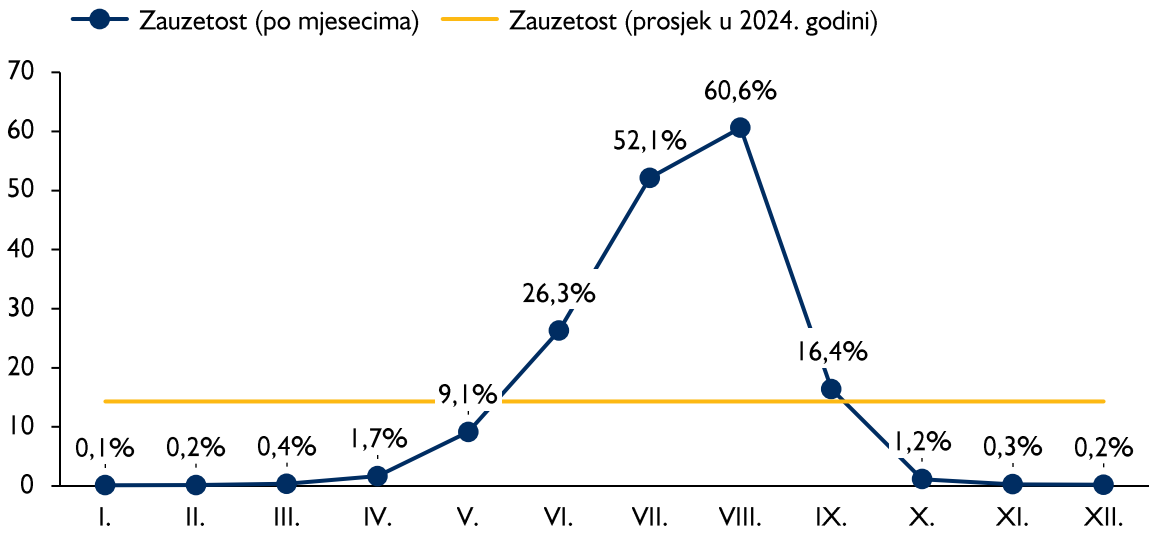
2.6.3. Udio turističkih poslovnih subjekata u destinaciji koji koriste lokalno proizvedenu hranu, piće, dobra i usluge u turističkim poslovnim subjektima u destinaciji

Anketi koja je provedena među gospodarskim subjektima u destinaciji pristupilo je 12 subjekata. Zbog malog relativnog uzorka odgovora koji je prikupljen putem primarnog istraživanja, podaci nisu relevantni na razini destinacije te se ne analiziraju u okviru ovog pokazatelja.

Izvor: Rezultati Ankete gospodarskih subjekata, podaci Gradskog ureda za kulturu i civilno društvo, Horwath HTL analiza, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

3.1.1. Stopa popunjenosti u komercijalnim smještajnim kapacitetima po mjesecu i prosjek za godinu



Stopa popunjenosti komercijalnih smještajnih kapaciteta u Novalji u 2024. godini odražava snažnu sezonalnost. Godišnji prosjek zauzetosti iznosi 14,3%, dok je u ljetnim mjesecima popunjenost višestruko viša od prosjeka. Najveće vrijednosti bilježe se u srpnju (52,1%) i kolovozu (60,6%), a iznadprosječne su i u lipnju (26,3%) te rujnu (16,4%).

Suprotno tome, u zimskim mjesecima smještajni kapaciteti gotovo su prazni te se popunjenost kreće između 0,1% i 1,7%, što je i do četrdeset puta niže od prosjeka u špici sezone.

Iako je popunjenost u kolovozu najviša, maksimalna popunjenost smještajnih kapaciteta doseže niske razine za destinaciju s vrlo izraženom sezonalnosti potražnje.

3.1.2. Prosječna dnevna potrošnja turista u eurima

Rezultati provedene ankete pokazuju da turisti smješteni u komercijalnim objektima prosječno troše oko 60 eura dnevno, dok je kod gostiju u nekomercijalnom smještaju ta vrijednost znatno niža i iznosi oko 37 eura dnevno. U troškove nisu uključeni troškovi smještaja i prijevoza, već samo potrošnja tijekom boravka u destinaciji.

Izvor: eVisitor, Karika – rezultati Ankete turista i jednodnevnih posjetitelja, Horwath HTL analiza, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

3.2.1. Produktivnost rada u području Djelatnost pružanja smještaja te pripreme i usluživanja

Cilj pokazatelja je pokazati koliko učinkovito poslovni subjekti koriste radnu snagu u odnosu na ostvarene prihode. Prema dostupnim podacima za 2024. godinu, ukupan prihod poslovnih subjekata u djelatnostima smještaja, pripreme i usluživanja hrane iznosio je 63.145.472 eura. U isto vrijeme, broj zaposlenih izražen na bazi sati rada bio je 571 osoba. Kada se prihod podijeli s brojem zaposlenih, dobiva se prosječna produktivnost rada od 110.587,52 eura po zaposlenom. Ovaj rezultat ukazuje na relativno visoku razinu produktivnosti u sektoru turizma i ugostiteljstva, što je dijelom posljedica snažne orijentacije destinacije na turizam kao ključnu gospodarsku djelatnost. Visoka vrijednost pokazatelja može se povezati s izraženom sezonalnošću poslovanja. U razdobljima intenzivne turističke potražnje ostvaruje se velik prihod, dok se broj zaposlenih, iako značajan, ne povećava proporcionalno prihodima. Općenito gledano, pokazatelj potvrđuje da je sektor smještaja i ugostiteljstva važan generator prihoda po zaposlenom, ali ističe i osjetljivost poslovanja na sezonske fluktuacije turizma.

3.2.3. Udio malih i srednjih poduzeća u ukupnom broju poduzeća u području Djelatnost pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane

Lokalno gospodarstvo u potpunosti se temelji na mikro, malim i srednjim poduzetnicima, pri čemu čak oko 90% svih poslovnih subjekata čine mikro poduzetnici. Takva struktura jasno pokazuje da je gospodarski sustav Novalje orijentiran na manje tvrtke i obrte, koje predstavljaju temelj poslovne aktivnosti u gradu i glavni nositelj ekonomskog razvoja.
Prema broju zaposlenih, mikro poduzeća imaju do 10 zaposlenih, mala poduzeća imaju do 50 zaposlenih, dok srednja poduzeća imaju do 250 zaposlenih. Prema ostvarenom godišnjem prihodu, mikro poduzeća imaju do 2 milijuna eura, mala poduzeća imaju do 10 milijuna eura tijekom godine, dok srednja imaju do 50 milijuna eura tijekom godine.

Izvor: FINA, Horwath HTL analiza, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

4.1.1. Broj ugostiteljskih objekata koji poslužuju hranu aktivnih na 30. 1. i 30. 7. u odnosu na 100 stanovnika

Pokazatelj STI-1 pokazuje da u Novalji na 100 stanovnika dolazi 5,01 ugostiteljskih objekata koji pružaju uslugu posluživanja hrane. U apsolutnim brojkama to znači da je registrirano 203 aktivna ugostiteljska objekta, uključujući restorane, barove, catering i objekte jednostavnih usluga, što je izuzetno visok broj s obzirom na nešto više od 4.000 stanovnika. Ovi podaci jasno ukazuju na izrazitu orijentiranost lokalnog gospodarstva prema ugostiteljstvu, pri čemu je ponuda višestruko veća od potreba lokalnog stanovništva i primarno je vezana uz turističku potražnju. Podatak predstavlja ukupni broj registriranih objekata, a njihova stvarna aktivnost varira tijekom godine. Pretpostavka je da značajan dio objekata ne radi u zimskim mjesecima te da je njihova operativnost prvenstveno vezana uz turističku sezonu. Stoga se prikazani omjer može tumačiti kao prosječna vrijednost na godišnjoj razini, koja u praksi oscilira ovisno o sezonskom intenzitetu poslovanja.

4.1.2. Javno dostupan plan odgovora na krizne i izvanredne situacije koji razmatra sektor turizma

Procjena rizika od velikih nesreća izrađena 2023. godine, predstavlja javno dostupan okvir za djelovanje u kriznim i izvanrednim situacijama. Dokument prepoznaje turizam kao ključnu gospodarsku djelatnost grada i naglašava njegovu osjetljivost na prirodne nepogode, epidemije, požare i nestašicu vode. Plan uključuje preventivne mjere, sustave ranog upozoravanja te koordinaciju Stožera civilne zaštite, vatrogasnih snaga, HGSS-a i Crvenog križa u zaštiti stanovništva i turista. Poseban naglasak stavljen je na osiguravanje kontinuiteta opskrbe, zdravstvene zaštite i pravodobnog informiranja tijekom turističke sezone. Iako ne postoji zaseban krizni plan isključivo za turizam, ovaj dokument pruža transparentan i javan okvir djelovanja kojim se osigurava sigurnost lokalne zajednice i gostiju te održivost turističke destinacije.

Izvor: DZS, TZ grada Novalje, Horwath HTL analiza, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

4.1.3. Specifična strategija za marketing izvan sezonskih događanja i privlačenje posjetitelja tijekom cijele godine

Prema razvijenoj Strategija brenda-destinacije za Novalju, prepoznat je identitet destinacije koji se ne temelji isključivo na ljetnoj zabavi, već na raznovrsnim sadržajima dostupnima tijekom cijele godine. Poseban naglasak stavlja se na smanjenje sezonalnosti turizma kroz kreiranje novih motiva dolaska u pred i posezoni, poput sportskih i kulturnih događanja, gastronomskih manifestacija te ponude za aktivni odmor. Iako većina turističkog prometa i dalje pripada ljetnim mjesecima, bilježi se porast interesa za boravke u jesen i proljeće, što ukazuje na pomake prema ravnomjernijem turističkom razvoju.

Dio marketinških aktivnosti usmjeren je na promociju izvansezonskih doživljaja putem digitalnih kanala, društvenih mreža i suradnje s influencerima, ali i kroz razvoj posebnih paketa u suradnji s lokalnim ugostiteljima i OPG-ovima. Ključnu ulogu imaju tematski festivali, sportska natjecanja i kulturne manifestacije, koji privlače posjetitelje izvan glavne sezone te jačaju prepoznatljivost i potiču razvoj cjelogodišnjeg turizma.

4.3.1. Broj kuća i stanova za odmor na 100 objekata u kojima se stalno živi

Podatak nije poznat na razini Novalje. Podatak će biti dostupan u trenu provedbe naplate poreza na nekretnine od strane Porezne uprave.

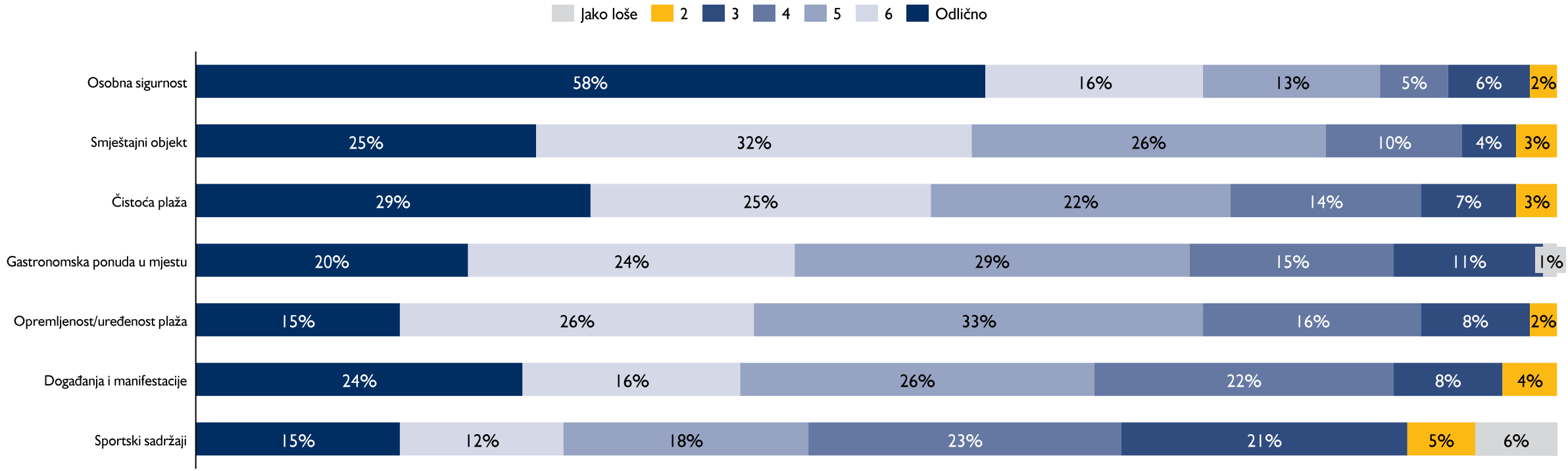
4.3.4. Izrađene i implementirane smjernice upravljanja prostorom sa ciljem zaštite resursa

Na području Novalje trenutno nisu dostupne smjernice za upravljanje prostorom s ciljem zaštite prirodnih i prostornih resursa.

Izvor: TZ grada Novalje, eVisitor, Horwath HTL analiza, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

U sklopu ankete provedene među turistima i jednodnevnim posjetiteljima dodatno su analizirani pojedini elementi turističke ponude destinacije. Na svako od pitanja gosti su odgovarali ocjenama na ljestvici od 1 („jako loše") do 7 („odlično").
Dodatno analizirani elementi su sljedeći:



Osobna sigurnost je najbolje ocijenjen element u destinaciji s 58% odličnih ocjena. Smještajni objekt također ima visok udio ocjena u gornjem dijelu skale, što upućuje na pozitivnu percepciju smještajne kvalitete. Gastronomska ponuda i opremljenost/uređenost plaža ističu se kao elementi s nižim ocjenama u odnosu na druge analizirane segmente. Sportski sadržaji pokazuju najveću raspršenost ocjena te značajan udio ispitanika bira niske, srednje i visoke ocjene bez izrazite dominacije jedne skupine.

Izvor: Karika – rezultati Ankete turista i jednodnevnih posjetitelja, Horwath HTL analiza, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.



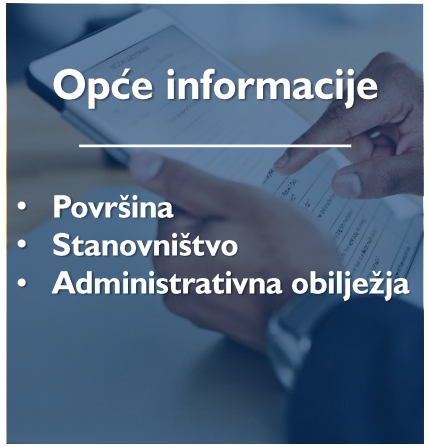
3. Opća analiza stanja destinacije

3.1. Analiza općeg i gospodarskog stanja destinacije

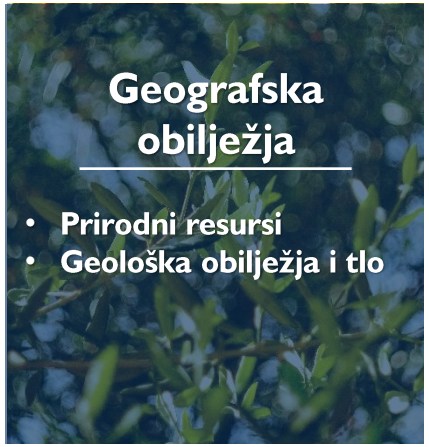
Metodologija analize općeg i gospodarskog stanja destinacije

Iako analiza općeg i gospodarskog stanja destinacije nije izričito predviđena Smjernicama za izradu Plana upravljanja destinacijom, ona pruža dodanu vrijednost jer omogućuje sagledavanje šireg okvira u kojem se odvija turistička aktivnost Novalje. U Novalji, turizam nije samo jedna od grana gospodarstva, već temeljni pokretač razvoja, s direktnim utjecajem na zapošljavanje, demografske trendove i kvalitetu života lokalne zajednice.
Analizom se obuhvaćaju četiri područja od posebne važnosti za razumijevanje ukupnog i gospodarskog stanja Novalje. Time se dobiva jasnija slika međusobnih veza između turizma i drugih sektora, prepoznaju potencijalni izazovi te postavlja strateški okvir za daljnje pozicioniranje turizma u budućem razvoju destinacije.

Područja obuhvata analize općeg i gospodarskog stanja









Izvor: Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

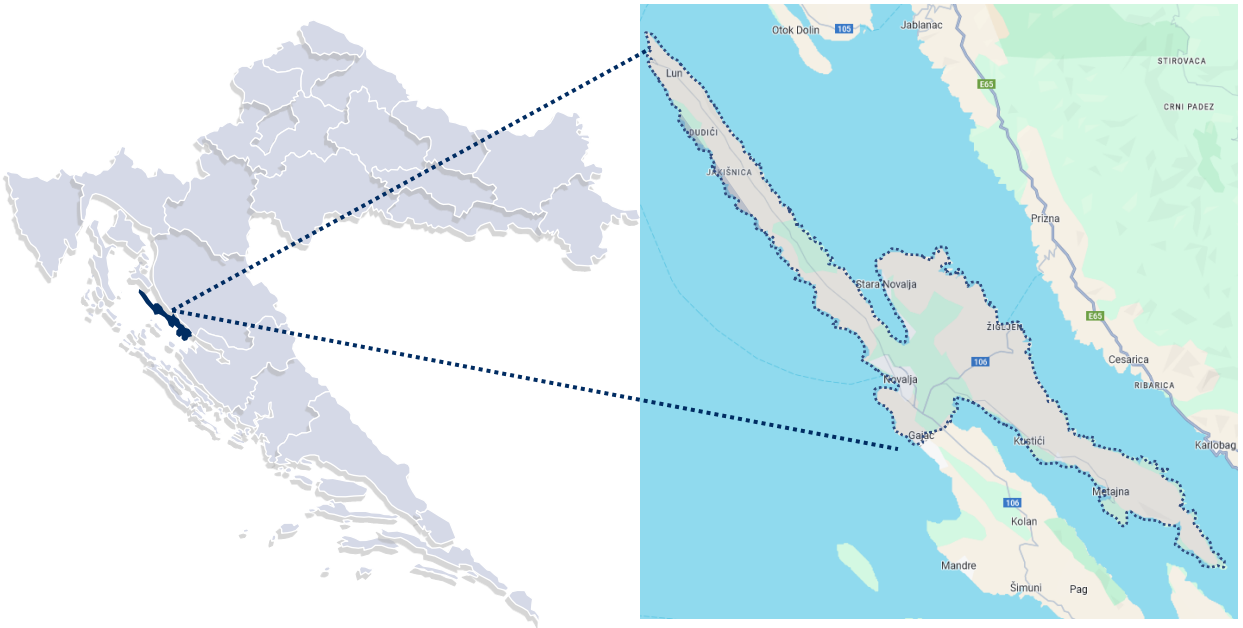
Povoljan geografski položaj te dobra prometna povezanost doprinose turističkom pozicioniranju Novalje

Lokacija i geografski položaj:
Novalja je grad smješten na sjeverozapadnom dijelu otoka Paga. Geografski položaj Novalje čini je lako dostupnom cestovnim i morskim prometnim pravcima. Otok Pag povezan je s kopnom preko Paškog mosta na južnom dijelu otoka, što omogućava jednostavan dolazak automobilom. Sjeverni dio otoka povezan je trajektnom linijom Prizna - Žigljen, što dodatno poboljšava prometnu dostupnost.

Cestovna mreža na otoku je dobro razvijena, s glavnim cestama koje povezuju Novalju s ostalim dijelovima otoka i kopna. Magistralna cesta D106 prolazi kroz cijeli otok, povezujući Novalju s Paškim mostom i trajektnom lukom Žigljen. Najbliže zračne luke su Zračna luka Zadar i Zračna luka Rijeka. Zračna luka Zadar nalazi se oko 90 km južno od Novalje, dok je Zračna luka Rijeka udaljena oko 120 km. Zbog povoljnog geografskog položaja Novalja predstavlja turistički centar i središnju luku otoka Paga te Ličko-senjske županije.

Površina i stanovništvo:
Ukupna površina Novalje obuhvaća površinu od približno 93,4 kvadratnih kilometara, a prema posljednjem popisu stanovništva grad bilježi 3.680 stalnih stanovnika, što ukazuje na prestanak negativnog trenda pada broja stanovnika. S prosječnom gustoćom naseljenosti od 39 stanovnika po kvadratnom kilometru, najgušće je naseljeno područje Ličko-senjske županije.

Administrativna obilježja:
Grad Novalja je jedinica lokalne samouprave te administrativno pripada Ličko-senjskoj županiji. Drugi je po veličini grad Ličko-senjske županije, nakon Gospića.







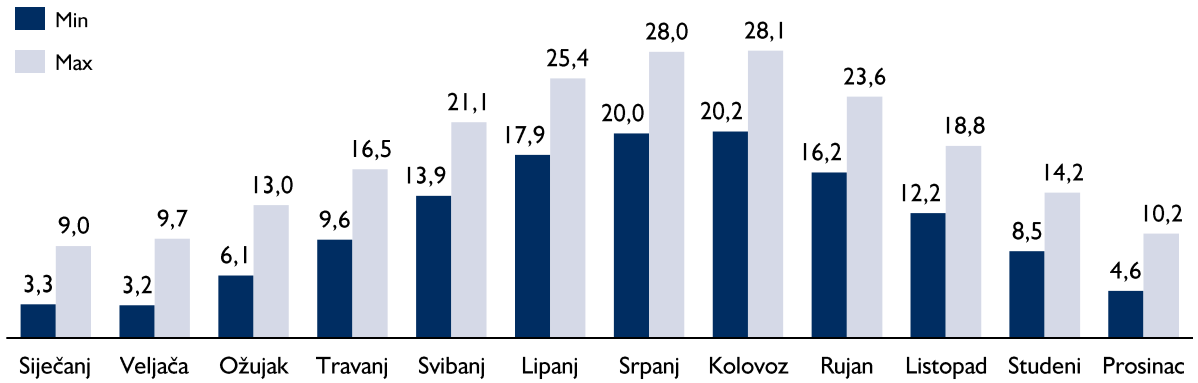


Izvor: novalja.hr, Horwath HTL, 2026.

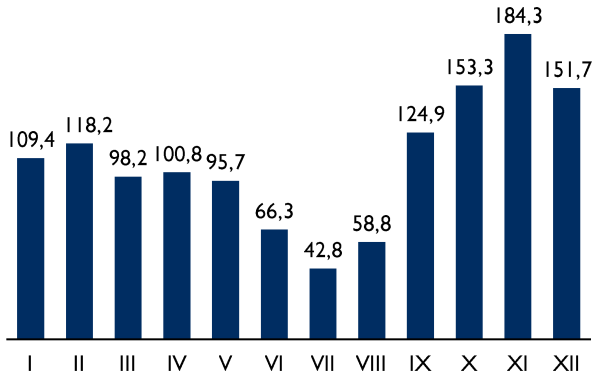
Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Klimatski uvjeti u Novalji vrlo su povoljni za turizam, s tipičnom mediteranskom klimom koja omogućava širok raspon aktivnosti tijekom cijele godine

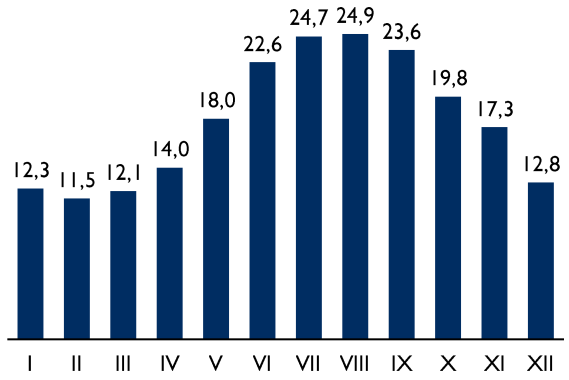
Prosječna mjesečne temperature u 2024. u °C



Prosječna količina oborina u 2024. u mm



Prosječna temperatura mora u 2024. u °C



Klima u Novalji je mediteranska s toplim, suhim ljetima i blagim zimama, pri čemu se mikroklime sjeverozapadne i jugoistočne strane otoka znatno razlikuju. Sjeveroistočna strana izložena je jakim burama, dok jugozapadnu stranu karakterizira utjecaj mora. Prosječne mjesečne temperature u ljetnim mjesecima dosežu 25-30°C, dok zimi rijetko padaju ispod 5°C.

Godina započinje blagim zimama, pri čemu siječanj i veljača bilježe prosječne temperature između 3,3°C i 9,7°C. Proljeće donosi postupan porast temperatura, koje dosežu do 21,1°C u svibnju. Topli i suhi ljetni mjeseci od lipnja do kolovoza optimalni su za vrhunac turističkih aktivnosti, s temperaturama koje u kolovozu u prosjeku dosežu 28,1°C, dok temperatura mora doseže ugodnih 24,9°C. Jesen ostaje blaga, a rujan nudi ugodne uvjete za posjetitelje koji preferiraju mirniji doživljaj, s temperaturama koje u prosjeku variraju između 16,2°C i 23,6°C. Padaline se povećavaju prema listopadu, ali klima ostaje ugodna. Zimske temperature ponovno opadaju u studenom i prosincu, s prosjecima u rasponu od 4,6°C do 12,6°C.

U prosjeku najviše oborina bilježi se u studenom, sa zabilježenih prosječno 184 mm. Mjesec u kojem se evidentira najmanji broj oborina je srpanj, sa 43 mm oborina prosječno. Godišnja prosječna količina oborina u Novalji iznos 1.304 mm.

U 2024. prosječne temperature mora u Novalji pokazuju sezonski uzorak koji je vrlo povoljan za dugu sezonu sunčanja i kupanja. Najviše temperature zabilježene u srpnju i kolovozu kada more doseže 24,7°C i 24,9°C. Čak i u rujnu, kada temperature padnu na 23,6°C, more ostaje dovoljno toplo za kupanje, produžujući turističku sezonu. Temperature iznad 22°C u lipnju također podržavaju dugu sezonu sunčanja i kupanja.

Izvor: weather-and-climate.com, seatemperature.org, Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Novalju karakterizira stjenovita obala, bogato podmorje te krški krajolik s oskudnom vegetacijom i blagim brežuljcima

Otok Pag, na kojem se nalazi Novalja, karakterističan je po krševitom krajoliku, dugoj obali i proizvodnji soli. Obala otoka duboko je razvedena s brojnim uvalama, zaljevima i malim otocima.

U blizini Novalje nalaze se manji nenaseljeni otočići, poput Skrde, Mauna i Lukara, koji posjetiteljima nude netaknutu prirodu s mogućnostima za ronjenje i istraživanje. Podmorje Novalje privlači ronioce zbog brojnih podvodnih špilja, grebena i bogate morske bioraznolikosti.

Sam grad Novalja nalazi se oko dobro zaštićene uvale, s brojnim plažama, a svaku karakterizira jedinstven doživljaj. Među njima ističe se plaža Zrće, međunarodno poznata kao "hrvatska Ibiza" zbog dinamičnog noćnog života i festivala elektroničke glazbe. Osim Zrća, u blizini Novalje nalaze se plaže Caska, Planjka-Trinćel i Babe, koje nude mirniji, obiteljski orijentiran ambijent s pješčanim obalama i plitkim morem.

Vegetacija u okolici Novalje karakteristična je za mediteransko podneblje, s mješavinom niskog raslinja, biljaka poput ružmarina i lavande, te rijetkih borovih šuma. Tlo otoka Paga je kamenito i krško, što doprinosi jedinstvenoj flori prilagođenoj ovim uvjetima. Jedno od najistaknutijih geografskih obilježja otoka su maslinici u obližnjem mjestu Lun, gdje se nalaze neke od najstarijih maslina na svijetu, od kojih su neke starije od tisuću godina.

Na otoku se pronalazi i raznovrstan mediteranski životinjski svijet, uključujući ptice poput galebova, kormorana i različitih vrsta pjevica. Uobičajeni su i mali sisavci poput zečeva i ježeva, dok se u okolnim morima nastanjuju dupini, ribe i drugi morski organizmi. Osim toga, oskudna vegetacija i kameniti teren podržavaju život gmazova poput guštera i zmija.



Kvaliteta prirodnih resursa, razvedena obala, mediteranski krajolik s raznolikom florom i faunom te brojne plaže predstavljaju značajnu odrednicu dosadašnjeg i budućeg turističkog razvoja Novalje

Izvor: novalja.hr, visitnovalja.hr, Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

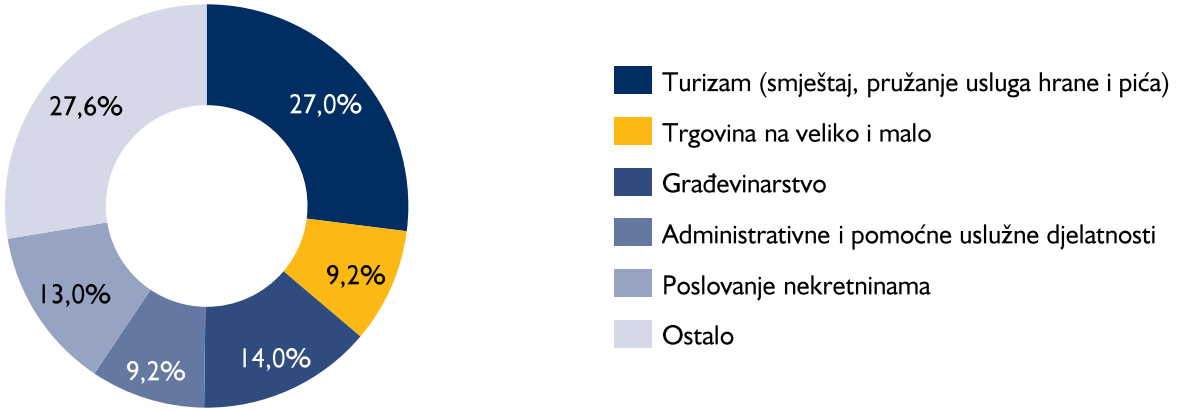
Djelatnost turizma najrazvijenija je djelatnost u Novalji te ujedno zapošljava najveći broj ljudi

Prema posljednjim podacima iz 2024. godine, u Novalji je poslovalo 370 poduzetnika, od kojih je u analizu uključeno 329 koji su predali GFI (godišnji financijski izvještaj). Prema analizi strukture poduzetnika, 262 poduzetnika (71%) posluje u pet najzastupljenijih djelatnosti: turizam, građevinarstvo, poslovanje nekretninama, administrativne i pomoćne uslužne djelatnosti te trgovina na veliko i malo. Najzastupljenije djelatnosti prema udjelima u strukturi poduzetnika su turizam (udio od 27%), građevinarstvo (udio od 14%), te poslovanje nekretninama (udio od 13%).

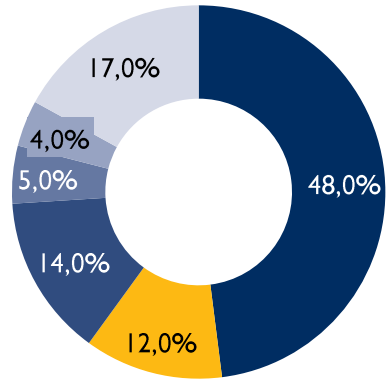
Ukupan broj zaposlenih u Novalji iznosio je 1.262, a 75% zaposlenih, odnosno 951, zaposlenih odnosi se na pet najzastupljenijih djelatnosti. Prosječna neto plaća u Novalji u 2024. godini iznosi 1.065 EUR, dok je prosječna plaća u pet najzastupljenijih djelatnosti 6,72% veća (1.139 EUR).

Uzimajući u obzir broj zaposlenih prema djelatnosti, najveći broj zaposlenika u 2024. godini obavljalo je djelatnost iz područja turizma s udjelom od 48% u sveukupnom broju zaposlenih, tj. 557 zaposlenika. Prosječna neto plaća zaposlenika u djelatnosti turizma u Novalji 2024. godine iznosila je 1.220 EUR, što je 15% više od prosjeka Hrvatske (1.050 EUR), 22% više od prosjeka Zadarske županije (980 EUR) te 18% više od prosjeka Ličko-senjske županije (1.020 EUR).

Struktura poduzetnika u Novalji prema djelatnostima u 2024. godini



Struktura zaposlenosti u poslovnim subjektima prema djelatnostima u Novalji u 2024.



Izvor: FINA, Horwath HTL, 2026.

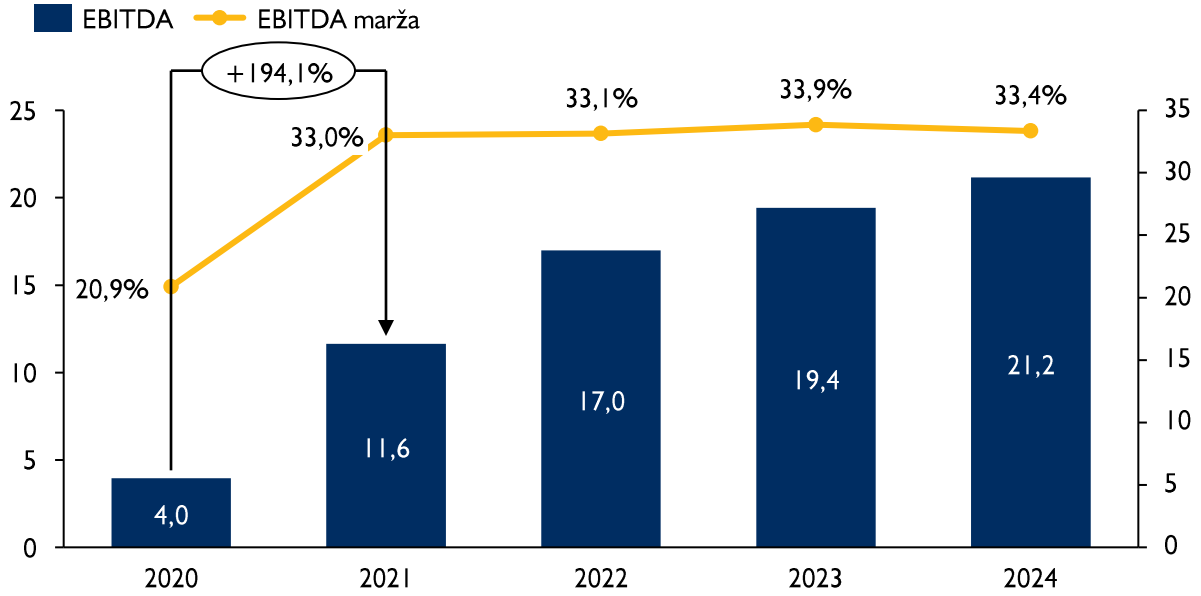
Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Djelatnost turizma u Novalji u 2024. godini zabilježila je značajnije bolju profitabilnost od prosjeka

Poduzetnici sa sjedištem u Novalji s najvišim ukupnim prihodima u 2024. godini (u mil. EUR)

PODUZEĆE	UKUPNI PRIHODI
HADRIA d.o.o.	29,80
NOVALIS d.o.o.	15,89
PRUDENTIA d.o.o.	5,37
G. P. D. Trcol	4,39
„MARKO" - trgovina	4,28
TERRA PARK SALES d.o.o.	3,62
PAPAYA travel d.o.o.	3,19
ARBUROŽA d.o.o.	3,53
TERRA PARK d.o.o.	2,79
KOMUNALIJE d.o.o.	2,63

EBITDA i EBITDA marže* turizma u Novalji u razdoblju od 2019. do 2024. godine (mil. EUR)



HADRIA d.o.o. najveća je tvrtka u Novalji u 2024. godini, s ukupnim prihodima od 29,80 milijuna EUR, a primarna djelatnost tvrtke je turizam. Od preostalih najvećih tvrtki u Novalji prema ukupnim prihodima u 2024. godinu, uz tvrtku HADRIA d.o.o., tvrtke PRUDENTIA d.o.o., G. P. D. Trcol te TERRA PARK d.o.o. također obavljaju djelatnostima iz kategorije turizma. Osim turizma, u prvih 10 tvrtki po ukupnim prihodima, najzastupljenija je djelatnost trgovine na veliko i malo.

Naspram ukupnog rezultata gospodarstva, djelatnost turizma zabilježila je veći pad EBITDA-e u 2020. godini, ali brži oporavak u periodu od 2020. do 2024. godine. Uspoređujući EBITDA maržu djelatnosti turizma u Novalji s rezultatima ostvarenim na državnoj, tj. županijskoj razini, razvidno je da Novalja ostvaruje značajnije bolje rezultate od prosjeka. Dok je u 2024. godini EBITDA marža djelatnosti turizma u Novalji iznosila 33,35%, isti pokazatelj za Zadarsku županiju je 22,30%, za Ličko-senjsku županiju je 28,14% dok je na razini Hrvatske tek 20,15%.

Izvor: FINA, Horwath HTL, 2026.; **EBITDA marže – omjer profitabilnosti koji mjeri koliko dobiti tvrtka generira prije kamata, poreza, i amortizacije, kao postotak prihoda*

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Destinacijski razvoj Novalje započeo je obiteljskim turizmom, a danas prednjači kao jedna od vodećih europskih *party* destinacija

Faza 1

Organizirani turizam u Novalji započeo je 1953. godine s ograničenom ponudom i infrastrukturom. Smještajni kapaciteti u početku podrazumijevali su obiteljske kuće lokalnog stanovništva, a ključni trenuci u ranom razvoju destinacije bili su otvaranje hotela Liburnija 1967. godine te hotela Loža 1971. godine. Posebno značajna bila je izgradnja Paškog mosta 1968. godine, koja je otok učinila dostupnijim i time povećala potencijal Novalje kao destinacije.

Gosti u ovom razdoblju dolazili su pretežno iz Hrvatske i susjednih zemalja (Slovenija, Njemačka, Austrija), koji su bili povezani s lokalnim stanovništvom, običajima i kulturom te su se često vraćali u destinaciju.

- 1953. – početak organiziranog turizma
- 1967. – otvaranje hotela Liburnija
- 1968. – otvaranje Paškog mosta
- 1971. – otvaranje hotela Loža

Faza 2

Do prvih promjena u turističkoj ponudi dolazi kroz razvoj klupske scene. Otvaranjem kluba Kalypso 1987. godine započinje orijentacija prema zabavnom turizmu, iako još uvijek u manjem opsegu. Širenje *party* ponude kreće 2002. godine otvaranjem klubova Papaya i Aquarius dok 2005. godine započinje prvi festival na Zrću – *Papaya day&night*.

Party turizam postaje bitan turistički proizvod što dovodi do potrebe za većim smještajnim kapacitetima te naglog razvoja privatnog smještaja I kampova.

- 1987. – otvaranje kluba Kalypso
- 2002. – otvaranje klubova Papaya i *Aquarius*
- 2005. – Papaya day&night, prvi glazbeni festival na Zrću

Faza 3

Godina 2011. označava novi zamah s otvaranjem kluba Noa i organizacijom prvog *Hideout Festivala*, čime se Novalja i Zrće etabliraju kao jedno od vodećih europskih *party* odredišta. Posebno značajan za globalni imidž destinacije bio je *Sonus Festival*, pokrenut 2013. godine. koji je pozicionirao Zrće kao globalnu destinaciju elektroničke glazbene scene.

U razdoblju od 2014. do 2018. dolazi do vrhunca *party* turizma. Festivali i klubovi privlače veliki broj gostiju, ali istovremeno dolazi do nekontroliranog rasta smještaja. Privatni smještaj postaje dominantan u smještajnoj strukturi destinacije, a turistički rast se temelji na kratkoročnim boravcima s naglaskom na noćni život.

- 2011. – otvaranje kluba Noa
- 2011. – održan je prvi *Hideout festival*
- 2013. – prvi *Sonus festival* je održan na Zrću
- 2014. – 2018. – ekspanzija *party* turizma

Faza 4

COVID pandemija 2020. godine dovela je do naglog pada turističkog prometa i privremenog prekida festivalske i klupske scene. Iako se turizam postupno oporavlja, *party* ponuda još uvijek nije dosegnula prijašnju razinu, što otvara prostor za prilagodbu i unaprjeđenje sadržaja.

Novalja se trenutno nalazi u tranzicijskoj fazi, a uz promjene u popularnosti destinacije i strukturi gostiju, postoji prilika za diversifikaciju ponude kako bi se privukli turisti iz novih ciljnih skupina te kako bi se osnažila cjelokupna destinacija.

- 2020. – COVID pandemija
- 2021. – danas – stagnacija *party* ponude

Izvor: Nalazi intervjua provedenih u sklopu ispitivanja ključnih dionika destinacije, novaljaturist.hr, novilist.hr, croatia.hr, sonuscroatia.com, hideoutfestival.com, licko-senjska.hr, kalypsozrce.com, Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.



3. Opća analiza stanja destinacije

3.1. Analiza općeg i gospodarskog stanja destinacije

3.2. Analiza prometne infrastrukture

Metodologija analize prometne infrastrukture

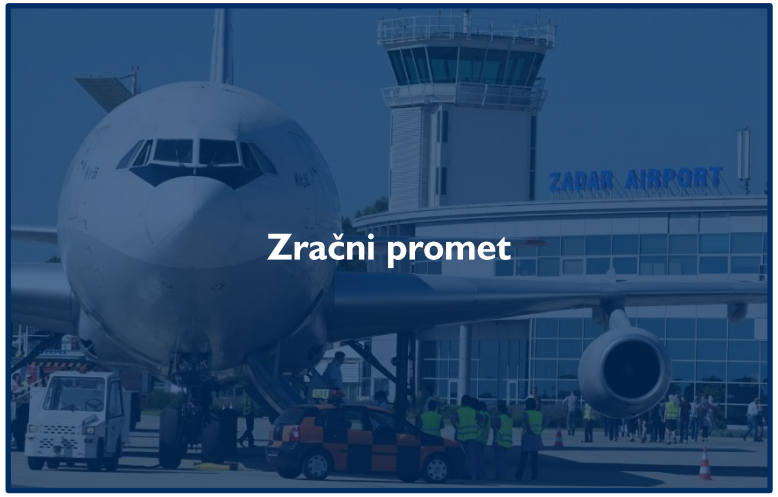
Analiza prometne infrastrukture uključuje analizu prometne infrastrukture u tri kategorije:



Analiza obuhvaća dostupnost destinacije cestovnim pravcima, povezanost s nacionalnom mrežom autocesta te unutarnju protočnost prometa. Poseban naglasak stavlja se na dostupnost i kvalitetu javnog prijevoza (autobusne linije), kao i postojeće i planirane projekte cestovne infrastrukture (obilaznice, parkirališta, kružni tokovi).



Procjenjuje se uloga trajektnih i katamaranskih linija u povezivanju destinacije s kopnom i drugim otocima, uzimajući u obzir njihovu količinu, sezonalnost i frekvenciju. Dodatno se razmatra koliko je pomorski promet integriran s drugim oblicima prijevoza.



Analiza se fokusira na Zračnu luku Zadar kao glavnu ulaznu točku destinacije. Promatra se broj letova i putnika te njihova sezonalnost, uz identifikaciju obrazaca potražnje u ljetnom vrhuncu i ostatku godine. Analiza uključuje i strukturu aviokompanija te linija prema ključnim emitivnim tržištima. Dodatno, vrši se i usporedba zadarske zračne luke s ostalim zračnim lukama u Hrvatskoj.

Izvor: Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Relativna blizina Novalje autocesti A1, glavnom prometnom pravcu u Republici Hrvatskoj, osigurava dobru cestovnu povezanost destinacije



Novalja je cestovno dobro povezana s drugim mjestima na otoku Pagu kao i s ostatkom Hrvatske. Otok Pag cestovno je povezan s kopnom putem Paškog mosta koji se nalazi na jugu otoka te se nalazi u blizini izlaza Posedarje na autocesti A1. Autocesta A1 je glavni cestovni prometni pravac koji spaja Zagreb s jugom Hrvatske. Novalja je od izlaza Posedarje udaljena oko 67 km, tj. sat vremena vožnje automobilom.

Preko otoka prolazi državna cesta D106 koja povezuje otok u smjeru sjever – jug te dodatno povezuje otok s kopnom.

S obzirom na dobru cestovnu povezanost Novalje, veliki broj turista u Novalju dolazi autom te se može primarno smatrati *drive-in* destinacijom.

Novalja je vrlo dobro povezana autobusnim prijevozom sa Zadrom (6 linija u oba smjera) te dobro povezana sa Splitom (2 linije), Zagrebom (1 linija) i Rijekom (1 linija).

Grad	Udaljenost	Grad	Udaljenost
Zagreb	330 km	Beograd	719 km
Ljubljana	389 km	München	795 km
Trst	409 km	Milano	826 km
Sarajevo	424 km	Prag	955 km
Budimpešta	670 km	Rim	1.076 km
Beč	686 km	Zürich	1.088 km
Bratislava	714 km	Varšava	1.375 km

Izvor: visitnovalja.hr, Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Kako bi se osigurala dobra protočnost prometa u periodima najviše frekvencije prometa, Novalja planira dodatna unaprjeđenja cestovne infrastrukture

Cestovna infrastruktura unutar destinacije

Cestovna infrastruktura u destinaciji je razvijena, no potrebni su dodatni projekti kako bi se osigurala veća protočnost prometa u periodu godina kada je cestovna infrastruktura značajnije opterećena. Obilaznica oko Novalje služi kao primarni prometni put za obilazak grada te spaja rubne dijelove grada dok prema centru vode manje prometnice. Centar je u mjesecima visoke sezone pod velikim opterećenjem zbog povećane količine prometa te zatvaranja jedno od dva pristupna pravca kako bi se osiguralo funkcioniranje centra kao turističkog središta u destinaciji.

Primarni izazovi koji proizlaze iz trenutne prometne infrastrukture u destinaciji su manjak alternativnih prometnih pravaca u centralnom dijelu Novalje te neiskorištenost parkirnih kapaciteta van strogog centra. Parkirna mjesta su dostupna na više lokacija u Novalji te su veći parkinzi dislocirani iz centar s obzirom na već postojeći nedostatak parkinga u tom dijelu grada.

Kako bi se poboljšala prometna protočnost te unaprijedila trenutna infrastruktura, planira se više projekata koji uključuju dodatnu obilaznicu, nekoliko kružnih tokova te izgradnju nove parkirne garaže u centru Novalje kako bi se zadovoljile buduće prometne potrebe u destinaciji.



Izvor: Gradska uprava Grada Novalja, Arburoža d.o.o., Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Trajektna linija Prizna – Žigljen jedina je trajektna linija koja pristaje na otoku Pagu dok ostale katamaranske linije povezuju Novalju s regionalnim središtima te s Italijom



Polazna luka	Dolazna luka	Trajanje (najbrže)	Ljetne linije	Zimske linije	Vrsta broda
Žigljen	Prizna	15 min	21 dnevno	13 dnevno	Trajekt
Novalja	Rab	45 min	1 dnevno	1 dnevno	Katamaran
	Rijeka	2 h 40 min	1 dnevno	1 dnevno	Katamaran
	Pesaro (Italija)	5 h 45 min	1 tjedno	/	Katamaran

Izvor: Croatia Ferries, Jadrolinija, Horwath HTL, 2026.

Pomorske linije kojima je Novalja povezana s kopnom i drugim gradovima uključuje trajektnu liniju Prizna – Žigljen, katamaransku liniju Rijeka - Rab – Novalja te katamaransku liniju za Pesaro u Italiji.

Trajektna linija Prizna – Žigljen predstavlja jedinu alternativu Paškom mostu za dolazak automobilom na otok Pag te je popularnija za sjeverne destinacije na otoku budući da skraćuje put do Novalje za otprilike 100 km.

Trajektna linija Prizna – Žigljen prometuje svaki dan. U ljetnoj sezoni (28.06. – 01.09.) plovi 21 trajektna linija dnevno, u niskoj sezoni (31.05. – 27.06. i 02. – 29.09.) plovi 14 linija dnevno, dok izvan sezone (30.09. – 30.05.) plovi 12 dnevnih linija (13 u periodu 30.09 – 28.10.). U ljetnoj sezoni trajekt plovi svakih sat vremena, a putovanje u jednom smjeru traje 15 minuta dok u zimskim mjesecima plovi svakih 90 min, no red plovidbe podložan je promjenama zbog mogućnosti jake bure.

Luka Prizna nalazi se podno Velebita te joj se pristupa s autoceste A1 izlaskom na naplatnoj postaji Žuta Lokva te vožnjom državnom cestom D23 do Senja nakon čega do Prizne vodi europski pravac E65. S obzirom na cestovnu povezanost trajektne luke, pristupačnost je vrlo dobra iako nema direktnu vezu s autocestom.

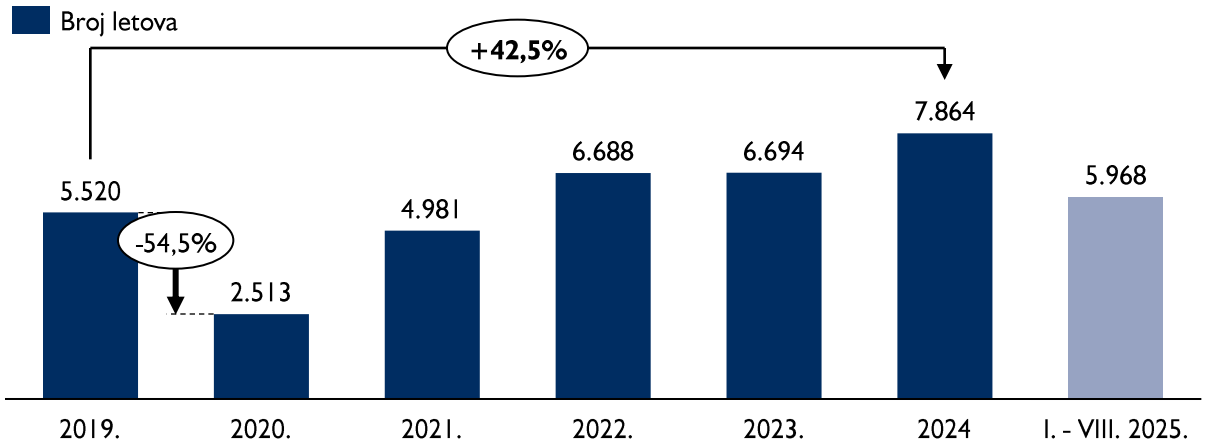
Kroz luku Novalja na godišnjoj razini prolazi gotovo pola milijuna putnika.

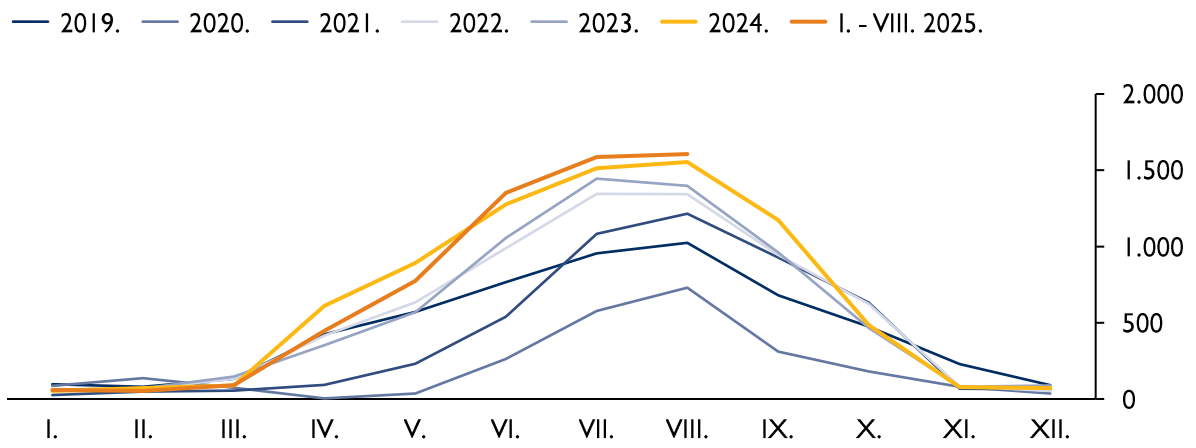
S obzirom na popularnost Novalje kao *party* destinacije, povezanost Novalje katamaranskim linijama s domaćim i inozemnim destinacijama omogućuje vrlo dobru pristupačnost destinacije za mlađu kategoriju turista koje *party* scena privlači.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Zračna luka Zadar održava snažnu sezonsku povezanost s europskim tržištima unatoč padu frekvencije letova izvan ljetne sezone

Broj letova i sezonalnost u Zračnoj luci Zadar





Zračna luka Zadar u 2024. godini ostvarila je rekordnih 7.864 letova, čime je dosegnuta najviša razina prometa do sada i potvrđena uloga zračne luke kao važnog sezonskog čvorišta na jadranskoj obali. U prvih osam mjeseci 2025. godine zabilježeno je 5.968 letova, što je 1,5% manje u usporedbi s istim razdobljem prethodne godine. Pad se prvenstveno odnosi na predsezonu (travanj i svibanj), dok su u glavnim ljetnim mjesecima - lipnju, srpnju i kolovozu ostvareni bolji rezultati nego u 2024. godini. Takav obrazac naglašava izraženu sezonalnost poslovanja, pri čemu rast u vrhuncu sezone uspijeva nadoknaditi gubitke iz predsezone, ali ne rješava strukturnu ovisnost o ljetnom turizmu.

Unatoč snažnim rezultatima u vrhuncu ljeta, promet u zimskim i prijelaznim mjesecima gotovo je zanemariv, što pokazuje da se Zračna luka Zadar primarno oslanja na turističke dolaske tijekom ljetne sezone. Ova koncentracija prometa stvara rizike vezane uz oscilacije u turističkoj potražnji, vremenske uvjete te strateške odluke dominantnih prijevoznika. Istovremeno, ovakav profil ograničava potencijal zračne luke da razvije stabilniji i dugoročno održiv promet kroz cijelu godinu.

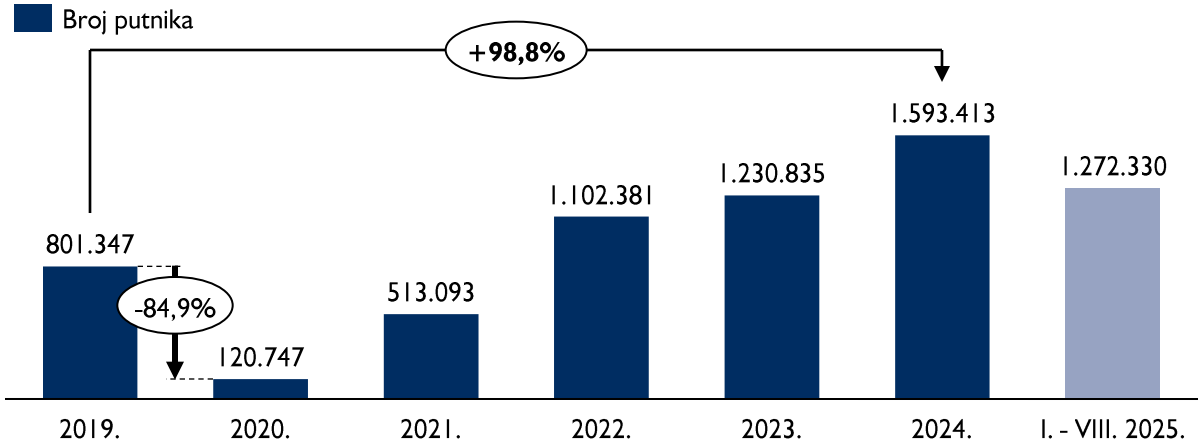
Kako bi se smanjila izražena sezonalnost i ojačala otpornost, ključan izazov u nadolazećem razdoblju bit će privlačenje novih linija u predsezoni i postezoni te diversifikacija ponude prema tržištima koja generiraju promet izvan glavnih ljetnih mjeseci. Time bi se osigurala veća ravnoteža u godišnjem prometu, smanjila ovisnost o vrhuncu sezone i stvorila dugoročno stabilnija pozicija Zračne luke Zadar na nacionalnoj razini.

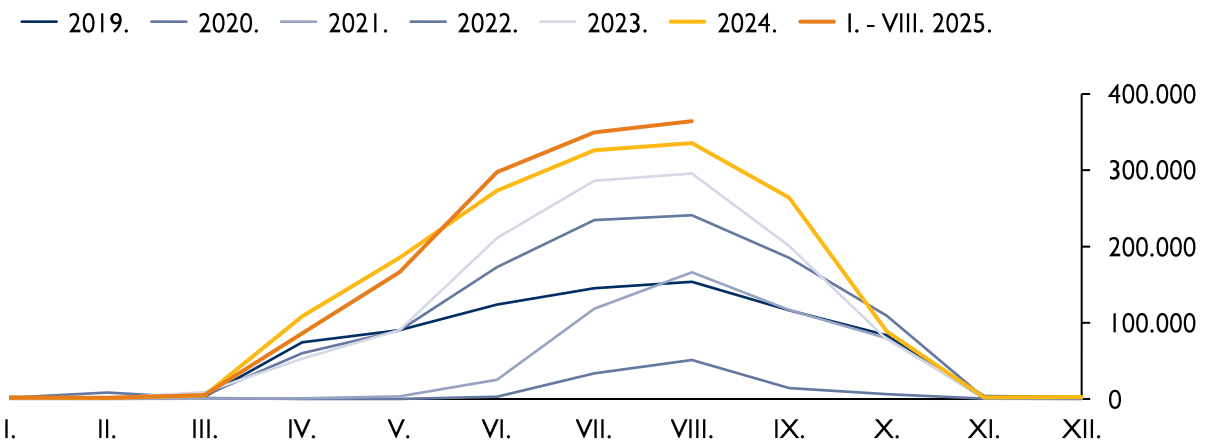
Izvor: Zračna luka Zadar, DZS, rujan, 2025., Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Broj putnika u 2025. raste unatoč manjem broju letova, no snažna sezonalnost i dalje ostaje izazov

Broj putnika i sezonalnost u Zračnoj luci Zadar





Zračna luka Zadar u 2024. godini ostvarila je rekordnih 1,59 milijuna putnika, čime je gotovo udvostručila promet u odnosu na 2019. U prvih osam mjeseci 2025. godine evidentirano je 1,27 milijuna putnika, što predstavlja rast od 2,9% u odnosu na isto razdoblje prethodne godine, unatoč manjem broju letova. Ovaj trend ukazuje na rast prosječne popunjenosti letova i bolju iskorištenost kapaciteta. Glavnina prometa i dalje se ostvaruje u ljetnim mjesecima, a lipanj, srpanj i kolovoz generiraju najveći udio ukupnog broja putnika. Predsezona i postezona ostaju osjetno slabije razvijene, što se jasno očituje na linijskom grafu gdje je naglašena sezonska koncentracija broja putnika.

Ovakva dinamika potvrđuje da Zračna luka Zadar ima stabilan i rastući broj putnika u vrhuncu sezone, ali i da ostaje izrazito ovisna o turističkoj potražnji tijekom ljetnih mjeseci. Strukturni izazov zračne luke jest diversifikacija prometa kako bi se ublažila visoka sezonalnost jer se rast uglavnom temelji na dolascima tijekom ljeta. Iako pozitivni rezultati pokazuju snažnu tržišnu poziciju u ljetnom razdoblju, održivi razvoj u budućnosti zahtijeva jačanje prometa u proljetnim i jesenskim mjesecima te privlačenje tržišta koja mogu generirati stabilniji broj putnika izvan glavne sezone. Dodatni razvoj turističke ponude u predsezoni i postsezoni ključan je čimbenik smanjivanja postojeće visoke sezonalnosti zračnog prometa.

Izvor: Zračna luka Zadar, DZS, rujan, 2025., Horwath HTL, 2026.

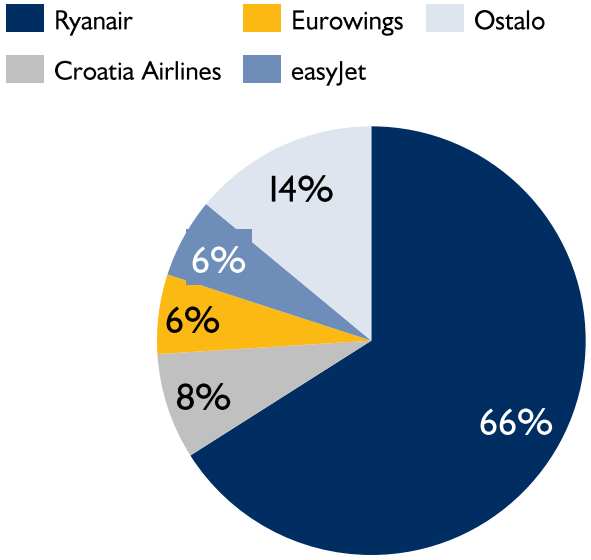
Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Zračnu luku Zadar obilježava visoka koncentracija manjeg broja operatera, pri čemu Ryanair drži dvije trećine linija, a ostali prijevoznici samo manji udio

Zračne kompanije i linije u Zračnoj luci Zadar

Zadar je povezan s 71 destinacijom u 21 državi preko 18 aviokompanija, no broj i frekvencija linija izrazito je ovisno o Ryanairu koji samostalno pokriva dvije trećine svih linija. Takva struktura omogućuje široku dostupnost tijekom ljetne sezone, ali istovremeno povećava ovisnost zračne luke o strategiji jednog prijevoznika. Preostale veće aviokompanije koje povezuju Zadar s više od 5 destinacija su Croatia Airlines, Eurowings i EasyJet. Velik broj aviokompanija poput Air Serbia, Austrian Airlines, Brussels Airlines, Luxair, Transavia Airlines i drugih povezuju Zadar sa samo jednom destinacijom.

Tržišni udio aviokompanije u ukupnom broju linija



Aviokompanije sa najvećim tržišnim udjelom

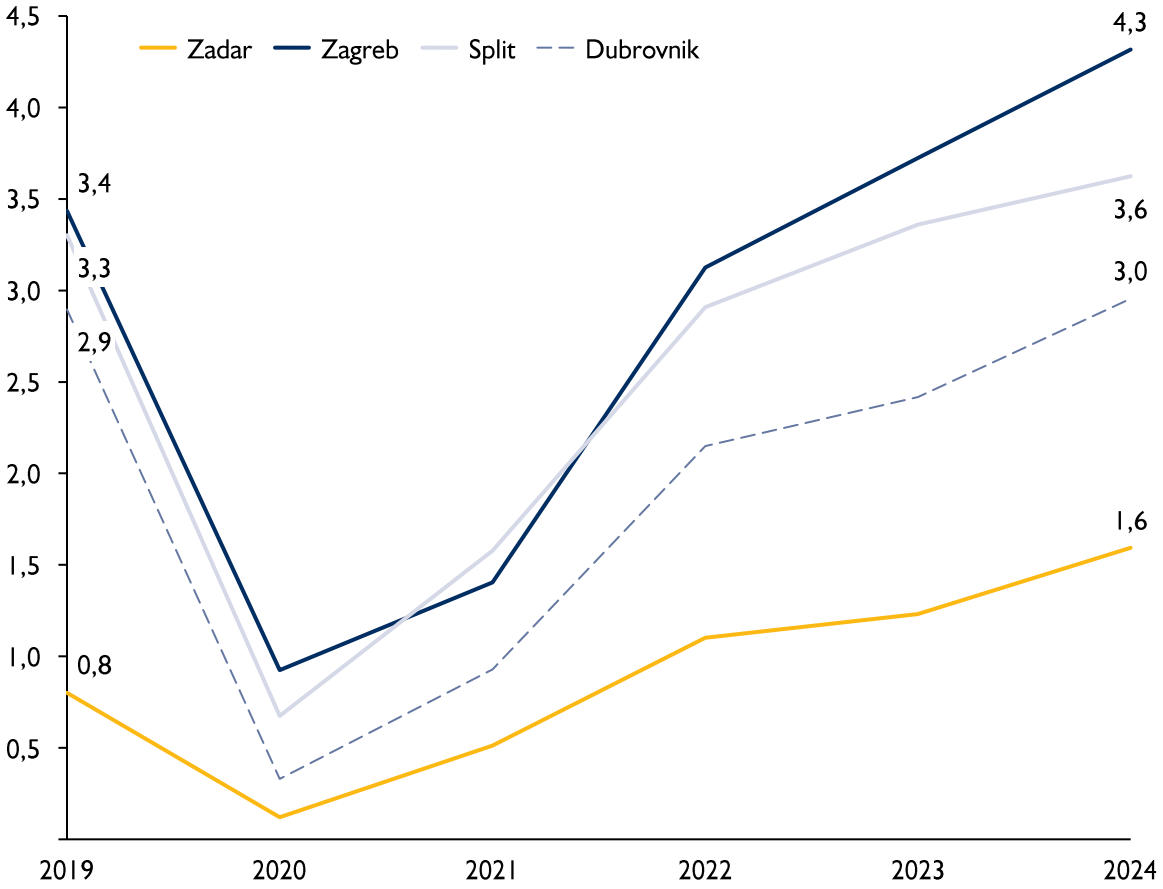
RYANAIR	**50+** destinacija od kojih najviše linija ima za: Njemačku (10), Ujedinjeno Kraljevstvo (8) i Poljsku (7)
CROATIA AIRLINES	**7** destinacija: Hrvatska (Zagreb, Pula), Austrija (Beč), Njemačka (München), Švicarska (Zürich), Italija (Rim) i Španjolska (Barcelona)
Eurowings	**5** različitih destinacija u Njemačkoj
easyJet	**5** destinacija: Ujedinjeno Kraljevstvo (London), Njemačka (Berlin), Francuska (Lyon), Italija (Milan) i Švicarska (Basel)

Izvor: Zračna luka Zadar, DZS, rujan, 2025., Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Zračna luka Zadar bilježi najveći porast broja putnika, no njezina tržišna pozicija u velikoj je mjeri oblikovana dominacijom Ryanaira i snažnom sezonalnošću prometa

Broj putnika u odabranim nacionalnim zračnim lukama, 2019. – 2024. g (u mil.)



Zračna luka	Promjena u broju putnika od 2019. do 2024. g
Zadar	99%
Split	10%
Dubrovnik	2%
Zagreb	26%

Zračna luka Zadar u razdoblju od 2019. do 2024. godine zabilježila je rast broja putnika od 99%, što je najviša stopa među analiziranim hrvatskim zračnim lukama. Dok su Zagreb, Split i Dubrovnik 2019. godine imali značajno veći promet, Zadar je polazio s baze od oko 800 tisuća putnika. Upravo zato ovako snažan rast potvrđuje ubrzano jačanje njegove tržišne pozicije i naglašava potencijal koji proizlazi iz rastuće potražnje.

U 2024. godini kroz Zadar je prošlo 1,6 milijuna putnika, odnosno oko 800 tisuća više nego na početku promatranog razdoblja. Promet se pritom i dalje najvećim dijelom koncentrira u ljetnim mjesecima, što ukazuje na snažnu ovisnost o sezoni, ali i na važnost zračne luke za povezivanje okolnih destinacija s ključnim segmentima tijekom ljetne sezone.

Posebno se izdvaja širina povezanosti gdje Zadar ostvaruje promet s preko 70 destinacija, unatoč tome što ima više nego dvostruko manji broj putnika od vodećih hrvatskih zračnih luka. Ovakav rezultat ponajprije je povezan s pozicijom Ryanaira, koji u Zadru ima svoje glavno operativno središte u Hrvatskoj i koji svojim linijama omogućuje iznimno široku dostupnost tijekom ljetne sezone.

Izvor: DZS, zagreb-airport.hr, split-airport.hr, zadar-airport.hr, osijek-airport.hr, Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.



3. Opća analiza stanja destinacije

3.1. Analiza općeg i gospodarskog stanja destinacije

3.2. Analiza prometne infrastrukture

3.3. Analiza komunalne infrastrukture

Metodologija analize komunalne infrastrukture

Komunalna infrastruktura ima presudnu ulogu u razvoju turizma i gospodarstva destinacije jer izravno utječe na kvalitetu života stanovnika i doživljaj posjetitelja.

Analiza se provodi kroz četiri temeljne kategorije, uz korištenje službenih podataka Grada Novalje, dostupnih baza podataka te nalaza intervjua s relevantnim dionicima.

Cilj je prepoznati ključne izazove i prilike, prvenstveno iz perspektive turizma, ali i u širem kontekstu potreba lokalne zajednice. Poseban naglasak stavlja se na postojeće stanje infrastrukture, njezinu usklađenost sa sezonskim opterećenjima te mogućnosti unapređenja kroz planirane projekte i razvojne inicijative.

Analizirane kategorije









Izvor: Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Kako bi se umanjio negativni utjecaj na okoliš te pozitivno utjecalo na životni standard, u tijeku su projekti koji se će unaprijediti prikupljanje, sortiranje i recikliranje otpada

Prikaz planiranog projekta centra za gospodarenjem otpadom Biljane Donje



Upravljanje otpadom predstavlja značajan izazov zbog sezonskih oscilacija u količini otpada i potrebe za prilagodbom logistike. Broj komunalnih sudionika raste za približno 300, a ljetni mjeseci donose izrazito povećan obujam posla.

Grad Novalja trenutno koristi odlagalište Caska kao privremeno rješenje do potpune operativne funkcionalnosti Centra za gospodarenje otpadom (CGO) Biljane Donje. Po završetku izgradnje i početku rada CGO-a, komunalni otpad s područja Novalje transportirat će se u pretovarnu stanicu Gorica, a zatim dalje u CGO Biljane Donje. Nakon toga, odlagalište Caska bit će sanirano i trajno zatvoreno. Planirana izgradnja regionalnog centra za zbrinjavanje otpada u Biljanama Donjim donosi dodatne logističke izazove, budući da će proces uključivati transport otpada u trajanju od približno četiri sata. Kako bi se osigurao kontinuitet usluge i ispunili standardi zbrinjavanja otpada, posebno tijekom turističke sezone, bit će potrebno prilagoditi sustav upravljanja otpadom te optimizirati procese prijevoza i obrade otpada.

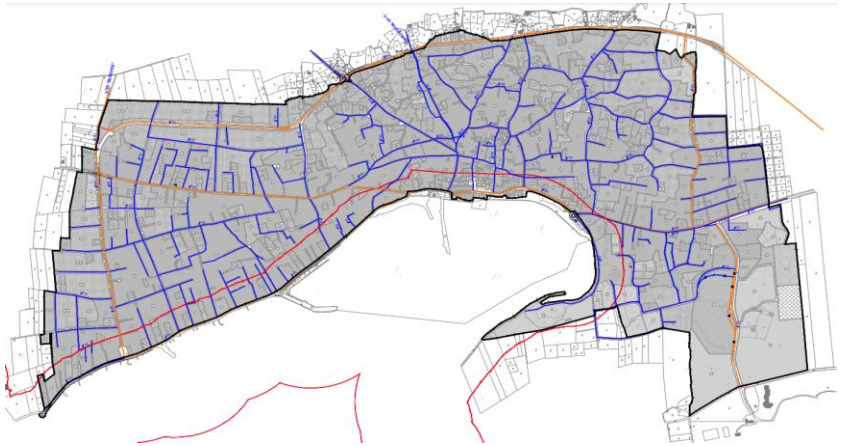
Od 2016. godine implementiran je sustav „od vrata do vrata“, koji omogućuje precizno obračunavanje količine otpada po korisniku te olakšava sortiranje otpada budući da se otpad sortira već na razini kućanstva. Mjesto Gajac jedino je mjesto u kojem se otpad prikuplja javno, u polupodzemnim kontejnerima.

Izvor: Gradska uprava Grada Novalja, Arburoža d.o.o., Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Zbog velikog broja turista u ljetnim mjesecima, Novalja provodi projekte unaprjeđenja infrastrukture kako bi se zadovoljila potreba u mjesecima kritične potražnje

Urbani plan uređenja Novalje u području vodoopskrbe



Vodovodni sustav stabilan je tijekom cijele godine, s vrhuncem potrošnje do 20. kolovoza, nakon čega dolazi do postupnog smanjenja. Dnevna potrošnja vode kreće se između 16.000 i 17.000 kubika, pri čemu Novalja troši oko 10.000 do 11.000 kubika. Potrošnja vode raste nekoliko posto godišnje, a najveći potrošači su kampovi zbog velikog broja gostiju i održavanja hortikulture.

U 2024. godini dovršen je projekt izgradnje vodosprema kapaciteta 5.000 m^3. Time je osigurana dodatna rezerva vode od 5 milijuna litara, uz prethodnih 1 milijun litara, čime se povećava sigurnost opskrbe tijekom vršnih ljetnih mjeseci.

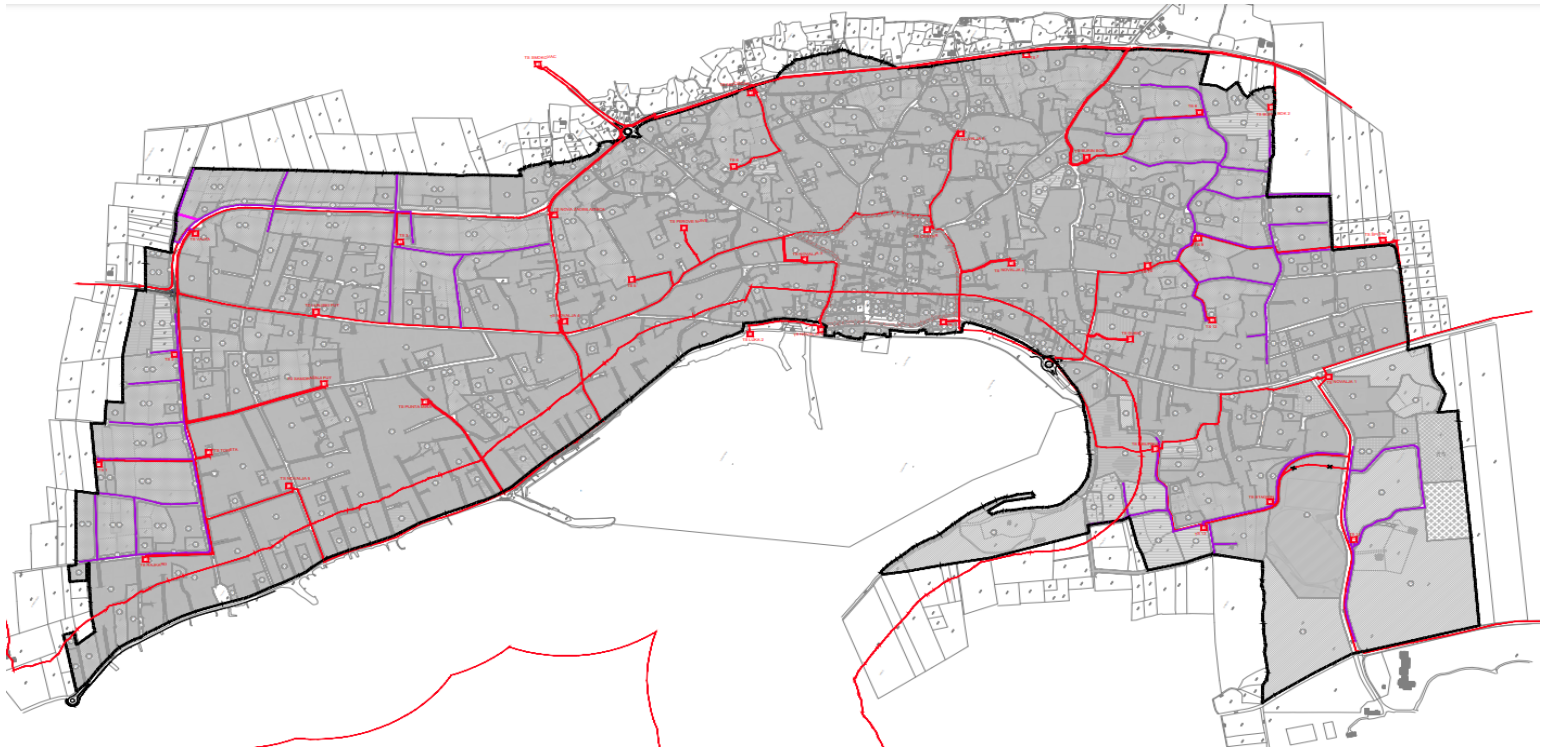
Mreža odvodnje u Novalji je gotovo u potpunosti izgrađena, uz izuzetak sjevernih naselja koja nisu bila obuhvaćena prethodnim projektom. Sustav odvodnje je trenutno u fazi probnog rada, uključujući i novi uređaj za pročišćavanje otpadnih voda kapaciteta za 40.000 stanovnika. Dodatno, u tijeku je izgradnja transportnog cjevovoda Hrmotine – Stinica, koji će poboljšati vodoopskrbu na otoku Pagu te širem području Karlobaga i Raba. Provedbom ovih infrastrukturnih projekata Novalja osigurava dugoročnu stabilnost i otpornost sustava vodoopskrbe i odvodnje, što je ključno za održiv razvoj destinacije.

Izvor: Gradska uprava Grada Novalja, Komunalije d.o.o., Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Uz dobru energetsku povezanost s kopnenim dijelom Hrvatske, potrebe za energijom u Novalji dodatno će zadovoljiti projekt solarnog parka Zaglava

Urbani plan uređenja Novalje u području elektroopskrbe



Područje Novalje opskrbljuje se električnom energijom dalekovodom napona 110 kV koji se sa sjevernim dijelom Paga spaja putem tri pravca: otok Rab – otok Pag, područje Velebita – otok Pag, područje grada Nina – otok Pag.

Na području Novalje trenutno je u pogonu 17 trafostanica dok je jedna dodatna u projektnoj fazi. Trafostanica TS 110/20 kV Novalja napaja šest vodnih polja (grad Novalju, poluotok Lun, Staru Novalju, poluotok Barbat, Gajac te područje naselja Kolan, Mandre i Šimuni). Planirana unaprjeđenja infrastrukture uključuju povećanje kapaciteta trafostanice kako bi se osigurala dovoljna količina električne energije u periodima vršnog opterećenja. Dodatno, planira se gradnja veće i manje solarne elektrane kako bi se osigurale dodatne količine električne energije u ljetnim mjesecima iz obnovljivih izvora energije.

Uz standardnu energetsku infrastrukturu, kućanstva mogu sama na svojim objektima postaviti foto naponske elektrane.

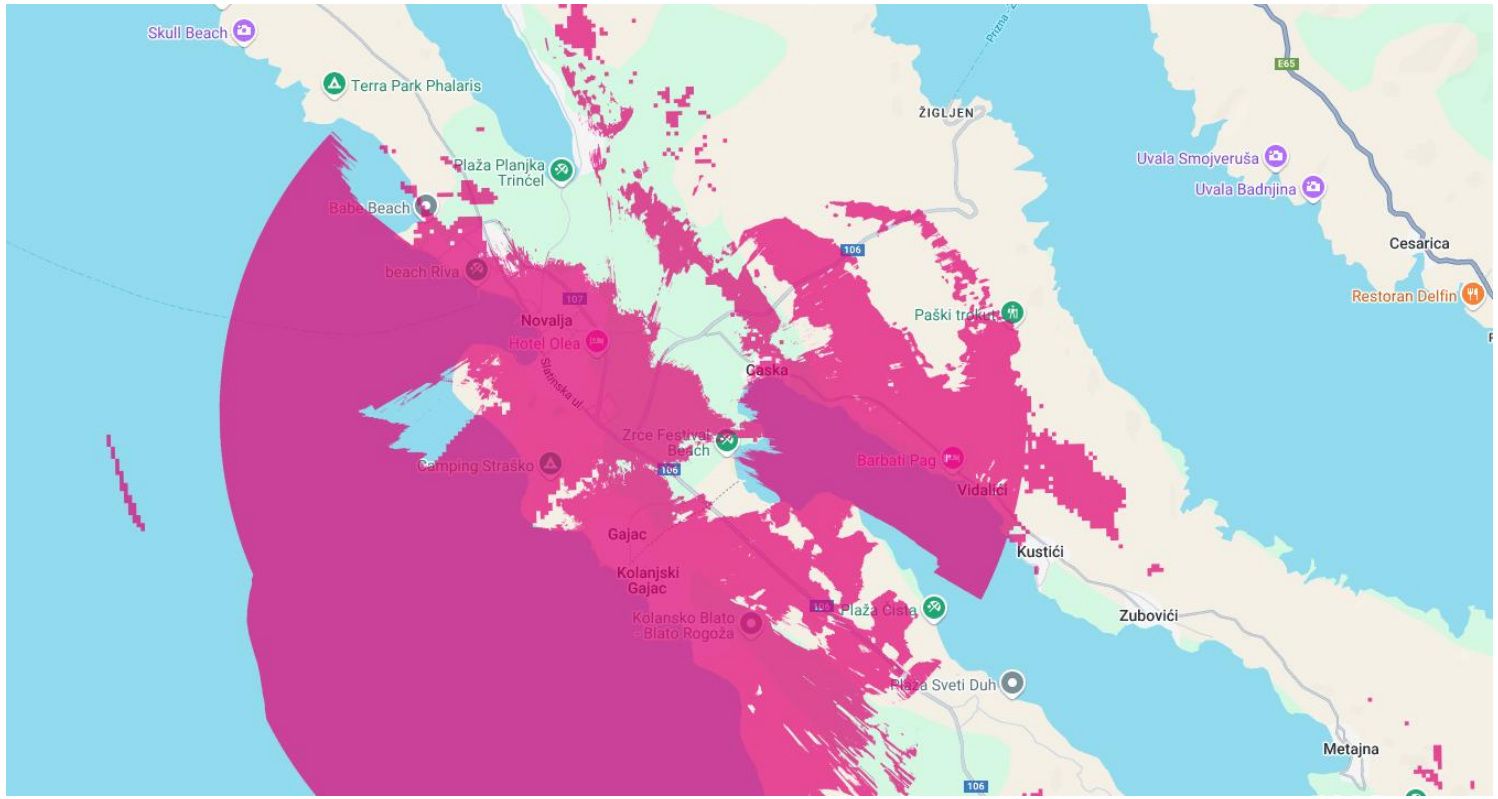
Trenutno je u pogonu 16 foto naponskih elektrana dok je dodatnih 5 u projektnoj fazi. Ukupna snaga koju proizvode foto naponske elektrane iznosi 143,43 kW, a planirane foto naponske elektrane proizvodile bi dodatnu snagu od 40,04 kW.

Izvor: Gradska uprava Grada Novalja, HEP, Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Iako postojeća infrastruktura zadovoljava trenutne potrebe, Novalja aktivno radi na daljnjim unaprjeđenjima

Prikaz dostupnosti 5G signala na području Novalje



Izvor: Gradska uprava Grada Novalja, Horwath HTL, 2026.

S obzirom na rastuće digitalne potrebe stanovnika i turista, unapređenje internetske infrastrukture ključno je za daljnji razvoj destinacije. Brz i stabilan internet postao je važan faktor pri odabiru turističke destinacije, posebice za digitalne nomade, udaljene radnike i turiste koji koriste *streaming* servise i *online* platforme. Također, kvalitetnija mrežna povezanost poboljšava rad turističkog sektora, omogućava efikasniji nadzor prometa i javne sigurnosti te otvara mogućnosti za razvoj pametnih rješenja u turizmu i javnoj upravi.

Kako bi se osigurala bolja povezanost, Novalja provodi *Plan razvoja infrastrukture širokopojasnog interneta*, s ciljem izgradnje mreže koja će omogućiti široku pokrivenost brzim i ultrabrzim internetom. Projekt je započeo u listopadu 2024. godine, a završetak se očekuje tijekom 2025. godine.

Zbog ograničenja postojeće infrastrukture, dio stanovnika i poslovnih subjekata koristi alternativne metode pristupa internetu, poput Starlink interneta. Ova rješenja omogućuju stabilniju vezu u područjima s ograničenom mrežnom pokrivenošću, ali su ujedno i skuplja te manje optimalna u odnosu na fiksnu optičku mrežu. Implementacijom nove širokopojasne mreže, potreba za takvim rješenjima trebala bi se smanjiti, čime će se stanovnicima i posjetiteljima omogućiti pristupačniji, stabilniji i brži internet.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.



3. Opća analiza stanja destinacije

3.1. Analiza općeg i gospodarskog stanja destinacije

3.2. Analiza prometne infrastrukture

3.3. Analiza komunalne infrastrukture

3.4. Analiza organiziranosti i dostupnosti usluga u destinaciji

Metodologija analize organiziranosti i dostupnosti usluga u destinaciji

Analiza organiziranosti i dostupnosti usluga u destinaciji odnosi se na dio turističkog lanca vrijednosti koji servisira potrebe lokalnog stanovništva i turista/posjetitelja:

- zdravstvena zaštita i žurne službe
- javni prijevoz
- parking
- financijske, platne i poštanske institucije
- turistički informativni centri.

Analiza identificiranih područja usluga temelji se na obradi postojećih dokumenata, sekundarnoj analizi dostupnih web stranica te nalazima s intervjua s relevantnim dionicima i institucijama - gradski odjeli, komunalna poduzeća, poslovni sektor, dionici civilnog sektora i sl.



Zdravstvena zaštita i žurne službe



Javni prijevoz



Parking



Financijske, platne i poštanske usluge



Turistički informativni centri

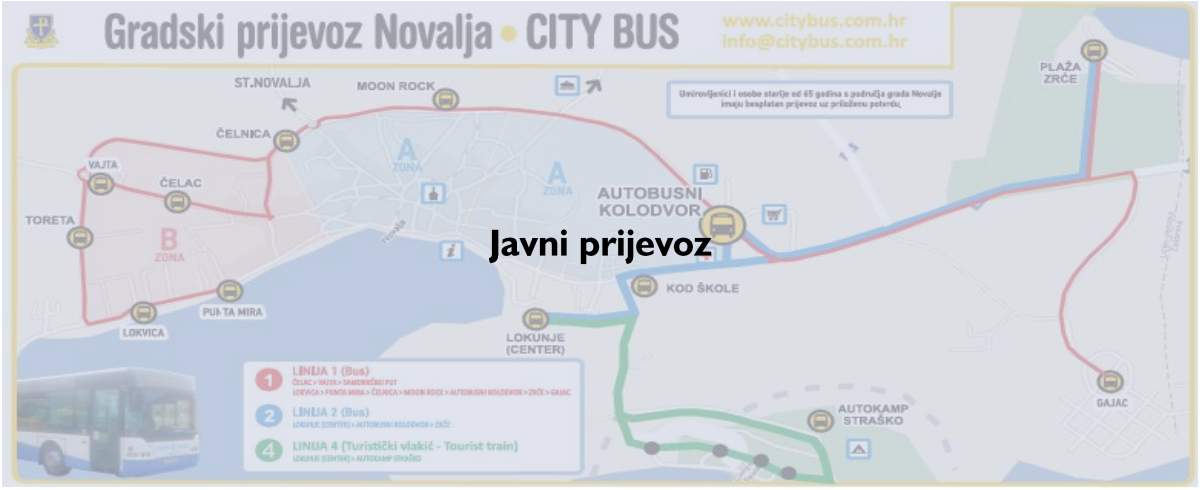
Izvor: Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Zdravstvena zaštita i žurne službe su prilagođene specifičnostima Novalje kao *party* destinacije, a javni prijevoz značajno olakšava kretanje stanovništva i turista



Zdravstvena zaštita i žurne službe



Javni prijevoz

Na području Novalje dostupne su osnovne javne i komercijalne usluge koje zadovoljavaju potrebe stanovništva i gostiju, osobito tijekom turističke sezone. U gradu djeluje Dom zdravlja s ambulantom opće/obiteljske medicine, stomatološkom ordinacijom i laboratorijem.

Tijekom ljetnih mjeseci dodatno se organizira turistička ambulanta s prilagođenim radnim vremenom. Hitna medicinska pomoć dostupna je 24 sata dnevno, a u Novalji se nalazi i stalna policijska postaja. U Novalji djeluje Dobrovoljno vatrogasno društvo Novalja, aktivno od 1975. godine koje nadzire područje sa 4 vozila i posebnim sustavom nadzornih kamera.

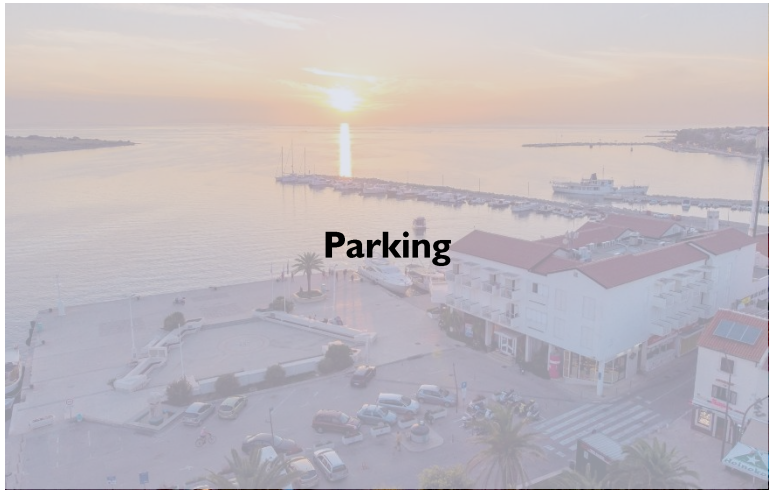
Unutar Novalje postoji javni autobusni prijevoz koji olakšava kretanje stanovnicima i posjetiteljima destinacije. U gradu postoje četiri različite linije koje korisnici prijevoza mogu koristiti. Grad Novalja dobro je povezan i s okolnim ključnim točkama interesa – plažom Zrće, naseljem Gajac i autokampom Straško.

Osim toga, Novalja je autobusnim prijevozom povezana i okolnim naseljima kao što su Stara Novalja, Jakišnica, Lun, Caska, Vidalići, Kustići, Zubovići i Metajna.

Izvor: visitnovalja.hr, dvd-novalja.hr, dom-zdravlja-novalja.hr, licko-senjska-policija.gov.hr, Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Prateće javne i komercijalne usluge doprinose kvalitetnijem boravku lokalnog stanovništva i turista u destinaciji



Parking

Na prostoru Novalje identificirano je deset parkirnih zona kojima upravlja komunalno poduzeće Arburoža. Najviše parkirnih zona je u sklopu samog grada Novalje. Cijene parkiranja variraju ovisno o dobu godine.

Osim parkirnih zona, lokalnim stanovnicima dostupna je mogućnost i zakupa parkirališnih mjesta na pet različitih lokacija u Novalji.

Tijekom ljeta, sustav parkinga doživljava znatno snažniji pritisak te se s ciljem rješavanja tog izazova realiziraju projekti uređenja novih parking zona.



Financijske, platne i poštanske usluge

Financijske usluge pokrivene su poslovnicama nekoliko banaka, uredom FINA-e, mrežom bankomata različitih pružatelja koji su raspoređeni po središtu grada, ali i na ključnim turističkim lokacijama te mjenjačnicama koje se nalaze na raznim lokacijama u destinaciji.

Poštanski ured Hrvatske pošte djeluje u Novalji te pruža standardne usluge slanja, primanja pošiljaka i osnovnih financijskih transakcija.



Turistički informativni centri

Na području destinacije djeluju dvije turističke zajednice – Turistička zajednica grada Novalje kojoj je sjedište u Novalji te Turistička zajednica mjesta Stara Novalja sa sjedištem u Staroj Novalji. Sjedište svake turističke zajednice djeluje i kao turistički informativne centri gdje se posjetitelji mogu informirati o turističkoj ponudi destinacije.

Turističke informacije dostupne su i putem službenih stranica visitnovalja.hr i tzstaranovalja.hr.

Izvor: visitnovalja.hr, tzstaranovalja.hr, arburoza.hr, Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.



3. Opća analiza stanja destinacije

3.1. Analiza općeg i gospodarskog stanja destinacije

3.2. Analiza prometne infrastrukture

3.3. Analiza komunalne infrastrukture

3.4. Analiza organiziranosti i dostupnosti usluga u destinaciji

3.5. Analiza stanja pristupačnosti destinacije osobama s invaliditetom

Pristupačnost Novalje za osobe s invaliditetom je trenutno ograničena te su potrebna dodatna ulaganja kako bi Novalja postala inkluzivnija destinacija

Pri provođenju Analize stanja pristupačnosti destinacije osobama s posebnim potrebama, fokus je postavljen na fizičku pristupačnost u različitim objektima i dostupnoj infrastrukturi. Analiza se u najvećoj mjeri temelji na nalazima s provedenih intervjua ključnih dionika destinacije.



Dostupnost destinacije za osobe s invaliditetom trenutno je ograničena, unatoč tome što je dolazak do same destinacije moguć bez većih prepreka. Smještajni i turistički sadržaji u destinaciji nisu sustavno prilagođeni osobama s invaliditetom, osim kroz zakonski propisane minimalne tehničke uvjete u hotelima i sličnim objektima.



Većina privatnog smještaja ne ispunjava potrebne standarde pristupačnosti, a prilagodba postojećih objekata često je izazovna zbog kompleksnih preinaka koje su potrebne kako bi smještaj bio u skladu sa zakonskim propisima koji se odnose na smještaje za osobe s invaliditetom.



Trenutno su u destinaciji dostupne rampe za ulazak u more na dvije plaže, što omogućuje djelomičan pristup osobama s invaliditetom, no dodatne prilagodbe u javnim prostorima, prijevozu i turističkim atrakcijama su ograničene.



Iako interes za takve prilagodbe postoji, kako od strane gostiju, tako i dijela pružatelja usluga, potrebna su dodatna ulaganja i planiranje kako bi destinacija postala inkluzivnija i pristupačnija za sve goste. Razvoj pristupačne infrastrukture predstavlja priliku za diversifikaciju turističke ponude i povećanje konkurentnosti destinacije na području inkluzivnog turizma.

Izvor: Nalazi intervjua provedenih u sklopu ispitivanja ključnih dionika destinacije, Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.



3. Opća analiza stanja destinacije

3.1. Analiza općeg i gospodarskog stanja destinacije

3.2. Analiza prometne infrastrukture

3.3. Analiza komunalne infrastrukture

3.4. Analiza organiziranosti i dostupnosti usluga u destinaciji

3.5. Analiza stanja pristupačnosti destinacije osobama s invaliditetom

3.6. Popis projekata sportsko-rekreativne infrastrukture

U narednom razdoblju Novalja planira obogatiti destinacijsku ponudu novim atraktivnim sportsko-rekreacijskim projektima

Sportski centar Cissa	***Košarkaško igralište „Vrtić“***	***Uređenje dječjih igrališta i vježbališta na lokaciji Samorašnji put i Lun***	***Izgradnja zgrade društvenog doma Zubovići sa sportskim sadržajima***	***Uređenje Park šume Špital***
Planirano je financiranje i realizacija Projekta rekonstrukcije i dogradnje kroz treću fazu ITP-a (Integrirani teritorijalni program za otoke). Projekt je u visokoj fazi spremnosti i prijava se očekuje u prvom kvartalu 2026. g. dok se provedba očekuje tijekom 2027. g.	izgradnja košarkaškog igrališta za održavanje službenih turnira u uličnoj košarci i drugih rekreativnih događanja. Projekt je prijavljen u rujnu tekuće godine i provedba se očekuje u prvoj polovici 2026. g. s čime bi se zaokružila sportsko rekreativna zona Vrtić (uz postojeće odbojkaške terene i *street work out*.	Izgradnja zona koje uključuju *cageball*, dječje sprave, sprave za djecu s teškoćama u razvoju, *streetworkout* sprave, i multifunkcionalni sportski teren na lokaciji Samorašnji put u Novalji. Za navedene projekte osigurana su bespovratna sredstva te se provedba očekuje u prvoj polovici 2026. g.	Provedba u sklopu I. faze ITP-a. Za navedeni projekt osigurana su bespovratna sredstva te se provedba očekuje tijekom 2026. g.	Izgradnja zona za dječju igru sa spravom namijenjenom za osobe s poteškoćama u kretanju, park s prskalicama, aktivna zona s prostorom za *teqball* i vježbalištem za odrasle na otvorenom te sa zidom za penjanje visine 3 m. Projekt se planira prijaviti početkom 2026. g. te bi provedba trebala započeti u zadnjem kvartalu iste godine.
Procijenjena vrijednost 5.000.000,00 EUR	Procijenjena vrijednost 267.200,00 EUR	Procijenjena vrijednost 1.000.000,00 EUR	Procijenjena vrijednost 800.000,00 EUR	Procijenjena vrijednost 1.500.000,00 EUR

Planirana je i Faza II. sportskog centra Cissa koja uključuje nove sadržaje – Projekt je u inicijalnoj fazi.

Energetska obnova gradske dvorane

Projekt je u fazi provedbe te se završetak očekuje do kraja tekuće godine.

Procijenjena vrijednost 1.292.698,98 EUR

Izvor: Grad Novalja, Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

4. Analiza turističkog tržišta destinacije

4.1. Analiza turističke ponude



Metodologija izrade analize turističke ponude

U *Smjernicama za izradu plana upravljanja destinacijom*, turistički proizvodi i usluge ključan su dio analize turističkog tržišta destinacije. U sklopu ovog plana upravljanja kreiran je poseban dio analize naziva Analiza turističke ponude i ona uključuje pregled pet kategorija:

Smještaj

Analiza smještaja provedena je prema propisanoj metodologiji te uključuje kvantitativne pokazatelje (broj jedinica i kreveta po vrstama, kapacitet po kategoriji) i kvalitativnu procjenu kvalitete smještaja. Analiza uključuje i nekomercijalni smještaj.

Objekti za posluživanje hrane i pića

Pregled ugostiteljskih objekata temelji se na najpopularnijim objektima prema platformi Tripadvisor, kao i na međunarodno relevantnim listama i oznakama poput Gault & Millau, JRE i Michelin vodiča.

Atrakcije

Analiza atrakcija u obzir uzima atrakcije koje su istaknute na samoj web stranici Turističke zajednice grada Novalje. Dodatno, izvršen je pregled web platforme Tripadvisor koja je iskorištena kao metodološki okvir za detaljniju analizu pojedinih atrakcija.

Događanja

Analiza događanja obuhvaća pregled godišnjeg kalendara događanja organiziranih u Novalji 2024. godine. Događanja su analizirana iz perspektive sezonalnosti događanja te su podijeljena u četiri kategorije: kultura, zabava, gastronomija i sport i aktivni odmor. Zasebno su obrađena događanja koja imaju snažniju ulogu u turističkoj ponudi destinacije.

Turističke ture

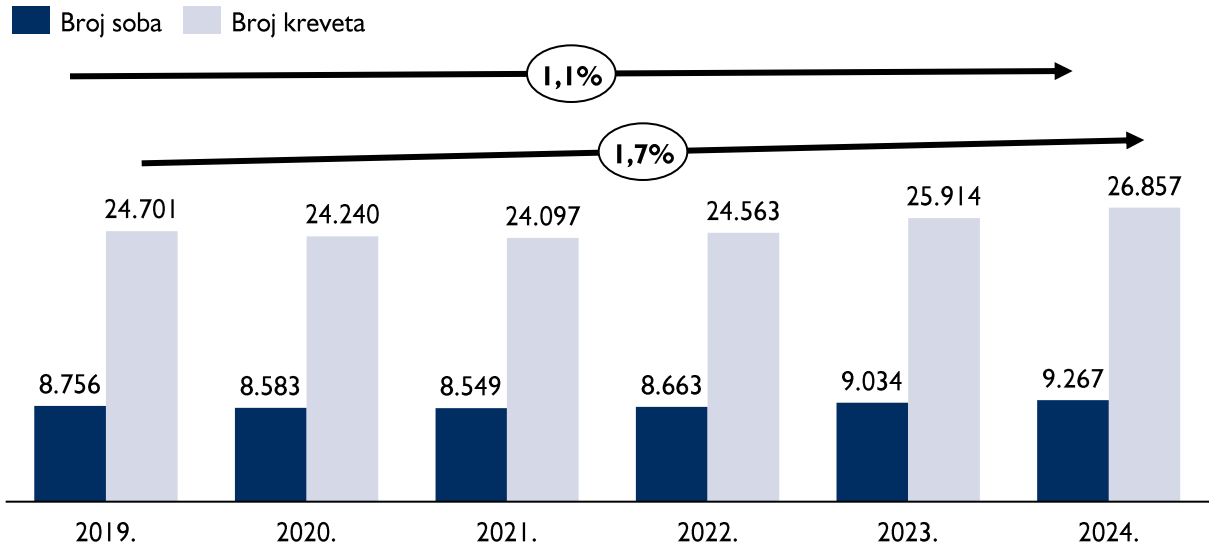
Analiza dostupnih turističkih tura provedena je na temelju podataka s platforme Tripadvisor. Ture su razvrstane u tri glavne kategorija: *outdoor* aktivnosti u prirodi, *party* ture i aktivnosti, obilasci.

Izvor: Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

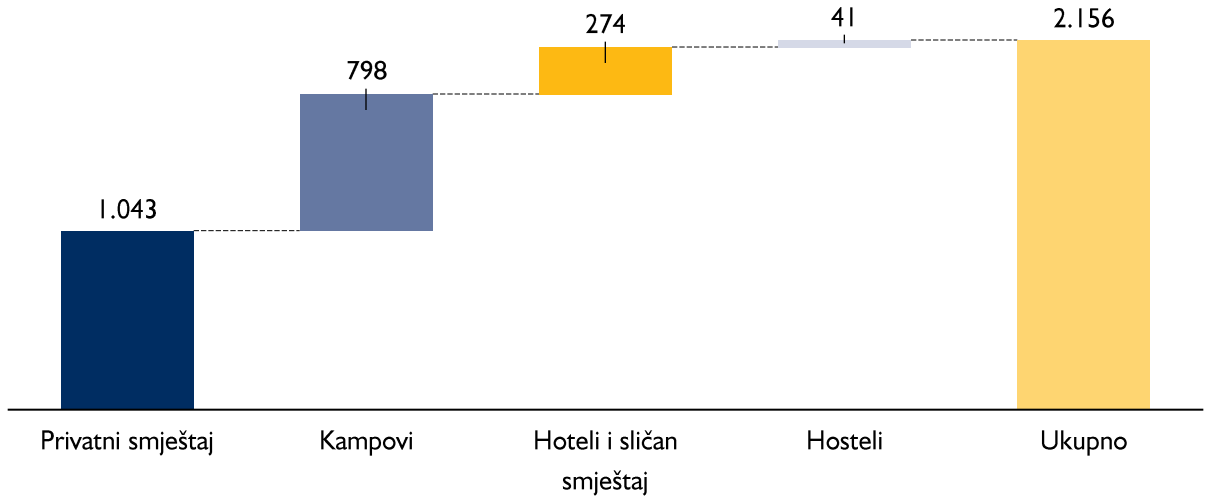
Najveći doprinos rastu smještajne ponude destinacije imao je privatni smještaj, a zatim kampovi

Broj soba i kreveta u komercijalnom smještaju, 2019. – 2024.



U promatranom razdoblju primjetan je stabilan rast broja soba i kreveta u destinaciji. U apsolutnom iznosu, broj kreveta se povećao za 2.156 na, a broj soba za 511 u razdoblju od 2019. do 2024. godine. Najveći porast broja soba i kreveta zabilježen je iz 2023. godine kada je broj soba porastao za 4,3%, a broj kreveta za 5,5%.

Doprinos pojedinih vrsta smještaja ukupnom rastu broja kreveta 2019. – 2024.



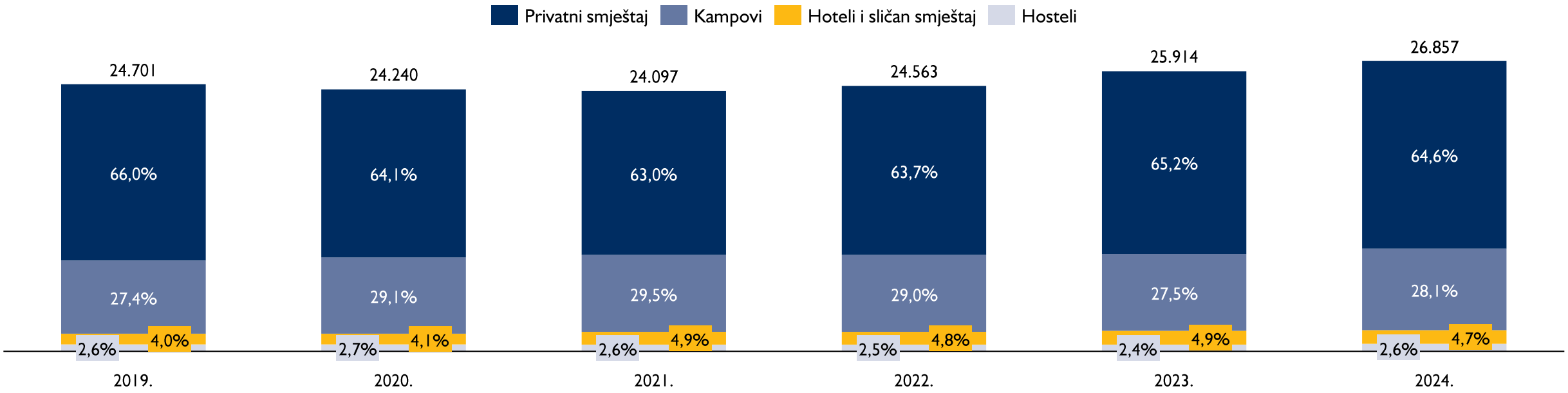
Rast smještajnih kapaciteta gotovo u cijelosti dolazi iz privatnog smještaja i kampova, dok hoteli i hosteli bilježe minimalan doprinos. To jasno ukazuje da u promatranom razdoblju nije bilo značajnijih ulaganja u hotele, iako upravo oni imaju najveći potencijal za podizanje kvalitete destinacije, jačanje sadržajne ponude i stvaranje većih prihoda po gostu. Posljedica je da se ponuda širi uglavnom u kvantitativnom smislu, dok izostaje kvalitativni iskorak koji bi dugoročno osnažio konkurentnost.

Izvor: eVisitor, TZ Novalja, TZ Stara Novalja, Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

U strukturi smještaja destinacije, privatni smještaj prevladava s 65%, dok kampovi čine 28%

Udio kreveta pojedine vrste komercijalnog smještaja u razdoblju od 2019. do 2024. godine



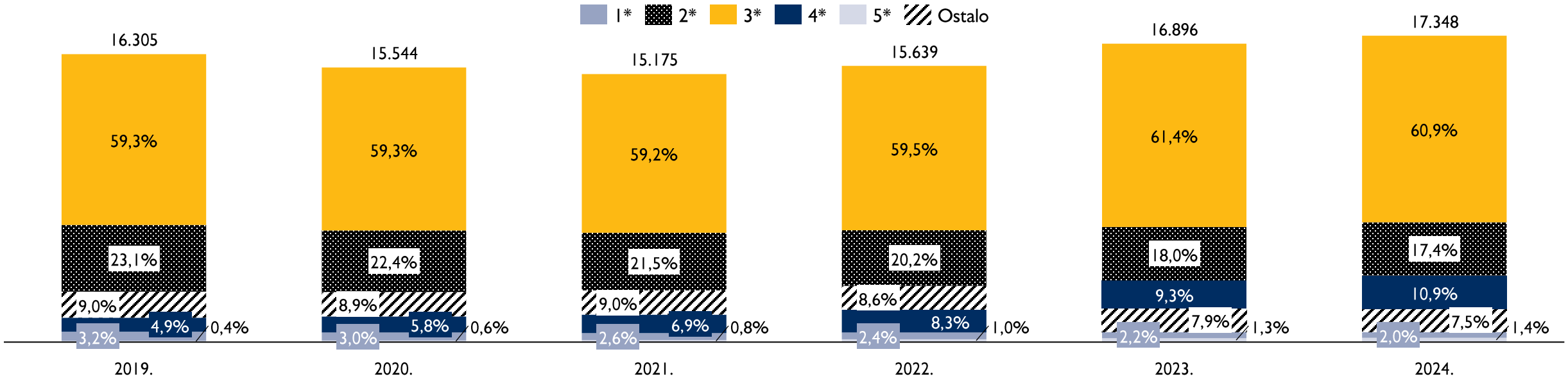
U razdoblju od 2019. do 2024. godine, privatni smještaj u destinaciji zadržao je dominantnu ulogu te je kontinuirano činio oko 65% ukupnih smještajnih kapaciteta, što pokazauje izrazitu ovisnost o jednoj vrsti smještaja. Kampovi, koji također imaju značajan udio, ostali su stabilni u strukturi, otprilike 28% ukupnih kapaciteta. U apsolutnim iznosima, svi smještajni kapaciteti bilježe rast u promatranom razdoblju. Privatni smještaj ostvario je najveći apsolutni rast, povećavši se za 1.043 kreveta, dok su hosteli rasli najmanje, za 41 krevet. Promatrajući relativne stope rasta, hoteli su zabilježili najveći porast u odnosu na početnu vrijednost – 28% rasta broja kreveta od 2019. do 2024. godine. Kampovi su također ostvarili dvoznamenkasti rast od 12%, što ukazuje na najdinamičniji rast u ove dvije kategorije komercijalnog smještaja.

Izvor: eVisitor, TZ Novalja, TZ Stara Novalja, Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Premda kapaciteti kategorizirani s 3* i dalje dominiraju udjelom, primjetan je porast udjela kvalitetnijeg privatnog smještaja kategoriziranog s 4* i 5*

Pregled kategorizacije kreveta privatnog smještaja od 2019. do 2024.



Najzastupljenija kategorija privatnog smještaja je 3* te se njen udio povećava kroz promatrano razdoblje. Povećanje 2024. godine u odnosu na 2019. iznosi 895 novih kreveta, odnosno povećanje za 9%. Najveći porast broja novih kreveta zabilježen je unutar kategorije 4* čiji se udio povećao za šest postotnih poena, ili 1.085 kreveta u apsolutnom iznosu. Uz to, kapaciteti kategorizirani s 5* bilježe povećanje kroz promatrano razdoblje na udio od 1,4% 2024. godine.

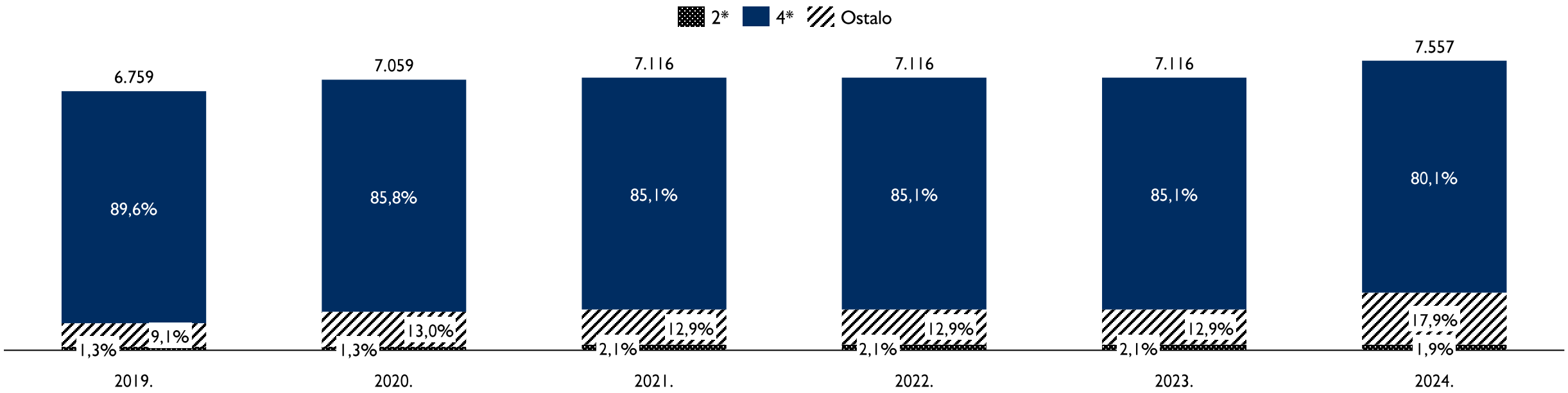
Premda još uvijek s minimalnim udjelom visokokategoriziranog privatnog smještaja (kapaciteti 4* i 5* čine zajedno 12,2% ukupnog kapaciteta privatnog smještaja), trend rasta novih kapaciteta u tim kategorijama pozitivan je indikator razvoja smještajne strukture privatnog smještaja.

Izvor: eVisitor, TZ Novalja, TZ Stara Novalja, Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Kamping ponuda destinacije uvelike se odnosi na Kamp Straško koji je kategoriziran s 4* i bilježi udio od 80% ukupnih kamping kapaciteta

Pregled kategorizacije kampova od 2019. do 2024.



Ponuda kampova u destinaciji uvelike se svodi na kamp Straško koji se nalazi u Novalji. Kamp Straško kategoriziran je s 4* te je kapacitet te kategorije nepromijenjen kroz promatrano razdoblje. Povećanje kamping kapaciteta odnosi se na rast broja kreveta kategoriziranih s 2* (+57 kreveta) u 2021. godini te rast kategorije ostalo u 2020. godini (+300 kreveta) i 2024. godini (+441 kreveta) što umanjuje udio kreveta kategoriziranih s 4* kroz promatrano razdoblje.

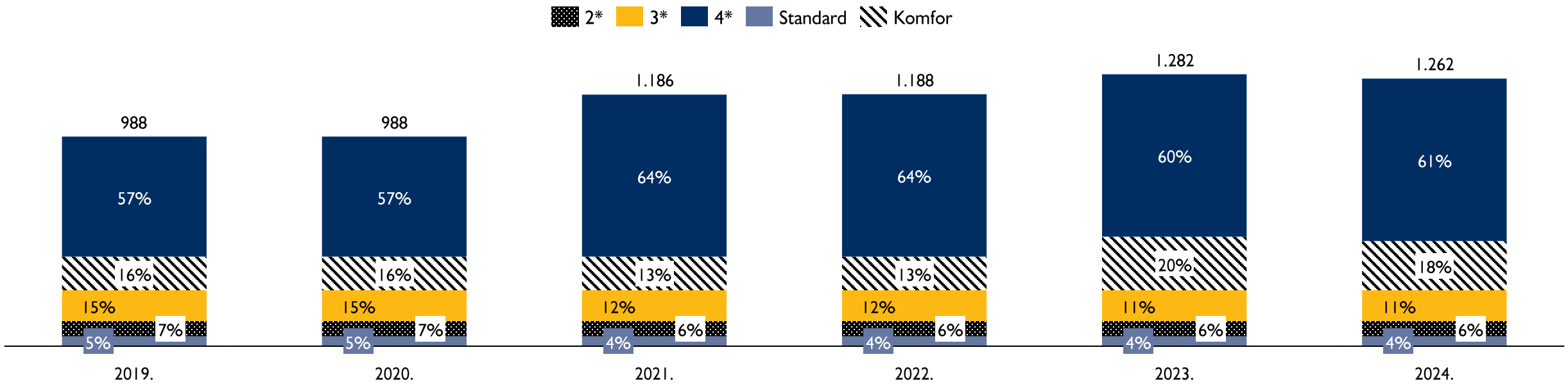
Iako treći po ukupnom udjelu u smještajnoj strukturi destinacije, kamping kapaciteti uvelike predstavljaju samo jedan kamp. Razinom kvalitete, kamp se ističe kao jedan od najkonkurentnijih smještajnih objekata u destinaciji.

Izvor: eVisitor, TZ Novalja, TZ Stara Novalja, Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Najveći udio hotelskih kapaciteta kategoriziran je s 4* dok hotelskih kapaciteta najviše kategorije u destinaciji nema

Pregled kategorizacije hotelskih kreveta od 2019. do 2024.



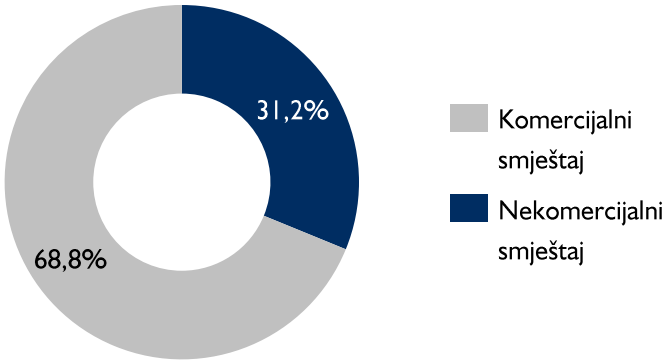
Broj kreveta u hotelima 2024. godine povećao se za 28% u odnosu na 2019. godinu. U promatranom razdoblju hoteli s 4* kontinuirano dominiraju i čine između 57% i 64% ukupno dostupnih kreveta. Najveći porast udjela zabilježen je 2021. godine kada je kapacitetima hotela 4* dodano 200 novih kreveta. Pad udjela vidljiv je 2023. godine zbog porasta broja kreveta u kategoriji komfor nakon čega se udio stabilizira na 61%. Hoteli s 3* bilježe identičan broj kreveta kroz cijelo promatrano razdoblje što ukazuje da nije bilo izgradnje novih kapaciteta u sklopu ove kategorije. Isti scenarij prisutan je i prilikom analize hotela s 2* koji također ne bilježe otvaranje novih kapaciteta, niti zatvaranje postojećih. Najmanji udio bilježe objekti iz kategorije Standard te se njihov apsolutni broj također nije promijenio kroz promatrano razdoblje i iznosi 46 kreveta. Hotela s pet zvjezdica nema, što jasno ukazuje da luksuzni segment uopće nije razvijen te bi i manji pomak u tom smjeru mogao osigurati veću raznolikost i pridonijeti stvaranju percepcije kvalitetnije i konkurentnije destinacije.

Izvor: eVisitor, TZ Novalja, TZ Stara Novalja, Horwath HTL, 2026.; Napomena: Kategorizacijom su hotelskom smještaju pribrojeni i smještajni objekti vrste Pansion, koji se kategoriziraju po kategorijama Standard i Komfor

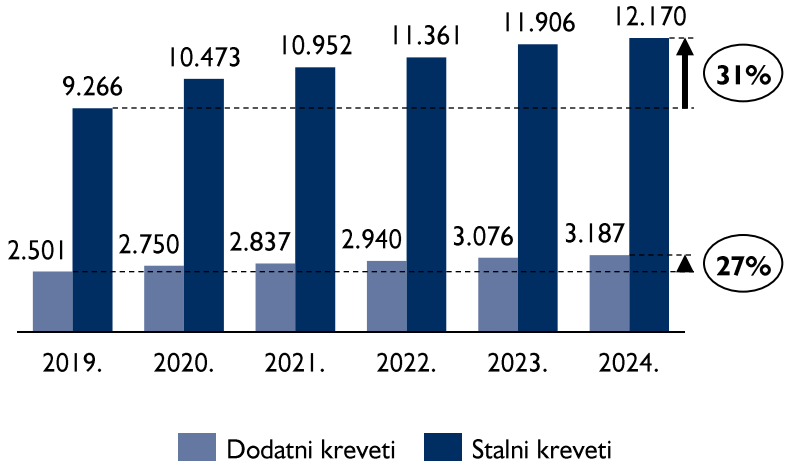
Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Nekomercijalni smještaj također ima značajnu ulogu u ukupnoj smještajnoj ponudi destinacije te obuhvaća gotovo trećinu ukupnog broja kreveta

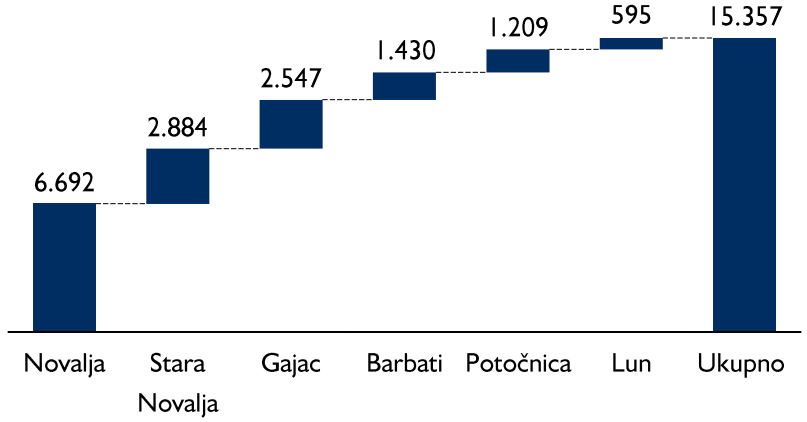
Odnos broja komercijalnih i nekomercijalnih kreveta u smještajnoj ponudi destinacije, 2024. g



Broj stalnih i dodatnih kreveta u nekomercijalnom smještaju u razdoblju od 2019. do 2024. godine



Ukupni broj kreveta u nekomercijalnom smještaju prema zonama, 2024. g



U destinaciji se gotovo svaki treći krevet, od ukupnog broja kreveta, nalazi se u nekomercijalnom smještaju. Broj kreveta u nekomercijalnom smještaju je kontinuirano rastao u razdoblju od 2019. do 2024. godine. Stalni kreveti povećani su za 31%, dok su dodatni kreveti porasli za 27%. U 2024. godini Novalja je raspolagala s 12.170 stalnih i 3.187 dodatnih kreveta u nekomercijalnom smještaju. Promatrajući raspodjelu prema zonama, područje Novalje je u 2024. godini imalo najveću koncentraciju nekomercijalnih kapaciteta, s udjelom od 44% ukupnih kreveta. Stara Novalja sudjeluje s 19%, dok Gajac čini dodatnih 17% ukupne ponude u ovoj smještajnoj kategoriji.

Izvor: Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Metodologija analize objekata za posluživanje hrane i pića

1. Međunarodni kriteriji izvrsnosti

MICHELIN STAR Gault&Millau JRE JEUNES RESTAURATEURS

Međunarodni kriteriji izvrsnosti u gastronomiji, poput Gault Millau, Michelin i JRE, temelje se na sustavnom vrednovanju kvalitete restorana prema jasno definiranim standardima. Njihov je zajednički fokus na izvrsnosti namirnica, kreativnosti u pripremi, dosljednosti u izvedbi te profesionalnom pristupu gostu. Takvi kriteriji služe kao referentna točka za usporedbu i analizu restoranske ponude u destinaciji, osiguravajući objektivniji okvir procjene.

2. Percepcija gostiju

Tripadvisor

Tripadvisor se temelji na percepciji gostiju, izraženoj kroz recenzije i numeričke ocjene koje korisnici ostavljaju nakon posjeta. Sustav vrednovanja uključuje agregaciju tih ocjena i rangiranje restorana, čime se dobiva uvid u razinu zadovoljstva i učestalost pozitivnih iskustava posjetitelja. Budući da se oslanja na veliki broj individualnih sudova, ovaj pristup odražava aktualne trendove i popularnost restorana u realnom vremenu. U analizu je uzeto 10 najbolje ocjenjenih restorana.

Osim navedenih izvora podataka, u analizu su uključeni i restorani prema prijedlogu dionika turističkog sektora Novalje.

Izvor: Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Dok se Boškinac nalazi na popisu sva tri analizirana međunarodna kriterija izvrsnosti, Starac i more je prepoznat od strane *Gault & Millau-a*

Boškinac



MICHELIN STAR I Zvjezdica

Gault&Millau 17/20

JRE Pridruženi član

Prepoznat kao vodeći fine dining restoran otoka Paga, Boškinac nudi suvremenu interpretaciju lokalnih namirnica i otočne tradicije, naglašenu kroz fine dining pristup i vinsku ponudu iz vlastitog podruma.

Starac i more



Gault&Millau 14/20

Dugogodišnji restoran u Novalji poznat po mediteranskoj i ribljoj kuhinji, s naglaskom na svježinu namirnica i autentičnu pripremu u ležernijem ambijentu.

Prisutnost restorana Boškinac i Starac i more u međunarodnim vodičima potvrđuje gastronomski potencijal Novalje, uz ravnotežu fine dininga i tradicionalne kuhinje. Ipak, mali broj objekata prepoznatih na ovoj razini upućuje na potrebu daljnjeg razvoja i širenja gastronomske ponude destinacije.

Izvor: hr.gaultmillau.com, Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Sukladno recenzijama posjetitelja, restoransku ponudu Novalje oblikuje dominacija pristupačnih koncepata, uz ograničen broj restorana više razine

Momento Grill Pizza House



Pristupačni objekt koji nudi kombinaciju roštilja i pizza, primarno usmjeren na bržu i pristupačnu ugostiteljsku ponudu.

Boškinac



Restoran pozicioniran u segmentu *fine dininga*, prepoznat po suvremenoj interpretaciji otočnih namirnica i snažnoj vinskoj komponenti.

Bistro Bartol



Manji bistro s ponudom sezonskih jela, primjer jednostavnijeg ugostiteljskog koncepta u destinaciji.

Starac i more



Dugogodišnji restoran specijaliziran za mediteransku i riblju kuhinju, koji održava autentičnost kroz naglasak na svježinu namirnica.

Palma



Restoran s obiteljskim pristupom i tradicionalnim jelima, usmjeren na širu potrošačku bazu.

Restoran Riva



Restoran koji posjetiteljima nudi prelijep pogled na more dok uživaju u ribljim i mediteranskim specijalitetima.

Joel



Moderno opremljeni restoran s terasom koji se fokusira na tradicionalnu mediteransku prehranu na inovativne načine.

Theatro Novalja



Rooftop bar i restoran koji nudi opcije za doručak, ručak i večeru te odličnu atmosferu i česta događanja.

La Paloma



Restoran koji kombinira elemente mediteranske i kontinentalne kuhinje, pozicioniran u segmentu klasične ponude.

Napoli



Pizzeria koja naglašava talijansku kuhinju, prilagođenu širem spektru posjetitelja i obiteljskim gostima

Većinu ugostiteljske scene čine restorani i pizzerije srednjeg cjenovnog ranga s naglaskom na mediteransku kuhinju. Ipak, manji broj restorana koji nude suvremenije gastronomske koncepte ukazuje na prostor za diversifikaciju i daljnje jačanje identiteta destinacije.

Izvor: Tripadvisor, Horwath HTL, 2026.; *Tripadvisor svoju listu najboljih restorana u destinaciji formira kombinacijom broja recenzija i prosječne ocjene korisnika.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Unutar pretežno pristupačne ponude izdvaja se uži krug restorana sa specijaliziranim i suvremenijim konceptima koji podižu gastronomsku razinu destinacije

Moby Dick



Pristupačan objekt na glavnoj rivi koji nudi kombinaciju pizza, jela s roštilja i riblje ponude, prepoznat po izdašnim porcijama i orijentaciji na širu turističku potražnju.

Antonio



Obiteljski restoran i pizzerija s dugom tradicijom, smješten uz rivu s pogledom na novaljsku uvalu, usmjeren na tradicionalna otočna jela i bogatu ponudu tjestenine.

Pod Zvon



Bistro i pizzerija koji spaja mediteransku i kontinentalnu kuhinju, izdvojen po kvaliteti pizza i ugodnoj atmosferi terase u starogradskoj jezgri, uz župnu crkvu.

Porat



Tradicionalna konoba u uvali Stare Novalje, prepoznata po svježoj ribljoj ponudi i mesu s roštilja te domaćoj atmosferi uz more, dostupna i kopnenim i morskim pristupom.

Tokyo Sushi Bar & Restaurant



Specijalizirani objekt usmjeren na japansku kuhinju i sushi, prepoznatljiv po svježini namirnica i primjer diferenciranoga gastronomskog koncepta u destinaciji.

Konoba No5



Obiteljska konoba u kamenoj zgradi blizu glavnoga trga, koja tradicionalnu kuhinju spaja sa suvremenim naglascima, poznata po pizzama iz krušne peći i sezonskim ribljim jelima.

Bazilika



Restoran pozicioniran u segmentu vrhunske gastronomije, usmjeren na jadransku ribu i plodove mora u suvremenoj interpretaciji, upotpunjen ponudom vlastitoga koktel bara.

Bistro Bura



Pristupačan bistro usmjeren na svježa mesna i riblja jela, prepoznat po povoljnom odnosu cijene i kvalitete te ugodnoj atmosferi pogodnoj za neformalne obroke.

Drugi dio pregleda pokazuje da unutar pretežno pristupačne ponude postoji uži krug objekata sa specijaliziranim i suvremenijim konceptima, od vrhunske gastronomije i japanske kuhinje do obiteljskih konoba koje tradiciju spajaju sa suvremenim pristupom. Ovi primjeri potvrđuju da destinacija ima temelj za jačanje prepoznatljivoga gastronomskog identiteta i daljnju diverzifikaciju ponude.

Izvor: Tripadvisor, Google, Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Metodologija analize turističkih atrakcija

Analiza turističkih atrakcija temelji se na pregledu tri primarna izvora informacija kojima su obuhvaćene glavne atrakcije.

1. Detaljan uvid u online platformu Tripadvisor
   - Pregled postojećih atrakcija za Novalju i Staru Novalju unutar rubrike „Things to See"
2. Pregled recenzija atrakcija na Google Reviews
3. Pregled preporučenih atrakcija na stranici Turističke zajednice grada Novalje

Nakon provedene analize, identificirane su sljedeće atrakcije:









Izvor: visitnovalja.com, Tripadvisor, Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Staza *Life On Mars*

Istaknute atrakcije





Google review		Tripadvisor	
4,9	175	4,5	7

„Fantastična staza s atmosferom koja se stvarno čini kao da je s drugog planeta.”	„Izvrstan planinarski izlet s našim 11-godišnjim sinom. Prohodali smo 11,6 km za 4 sata i 22 sekunde, ne računajući stanice za kupanje.”
„Jednostavno najbolja staza na kojoj sam do sada bio. Duga je oko 15 km ako napravite cijelu kružnu rutu. Potpuno se isplati. Pogled je nevjerojatan, kao da ste zapravo napustili planet.”	
„Nije to uopće prava planinarska staza, loše je označena, a tko god je napisao da ne trebaju štapovi, prevario se... Nije mi se svidjelo, tri sata hodanja po golom kamenju.”	„Obavezno imajte kartu s rutama jer nisu dobro označene.”

Staza Life on Mars jedno je od najpoznatijih atrakcija u Novalji, a posebnu atraktivnost pruža jedinstveni krajolik kojim prolazi. Uz to, staza nudi tri različite rute koje se razlikuju po duljini i zahtjevnosti. Unaprjeđenje signalizacije i informativnih oznaka dodatno bi olakšalo korištenje i podiglo kvalitetu doživljaja posjetitelja.

Izvor: Google Review, Tripadvisor, Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Gradski muzej Novalja

Istaknute atrakcije





Google review

4,3 | 150

„Super smo se proveli u muzeju. Osoblje je bilo vrlo uslužno. Preporučio bih da ponesete manje novčanice za ulaznicu."

„Ne vrijedi ulaznice. Jedva da ima objašnjenja na engleskom o tome što se tamo ima za vidjeti, a akvadukt je samo dugi tunel. Bez ikakvog objašnjenja, to je samo kratka šetnja pod zemljom."

Tripadvisor

3,5 | 6

„Bio sam tamo po kišnom danu, što je bilo savršeno. Muzej je vrlo malen, ali lijepo uređen. Preporučujem pogledati kratke filmove kako biste dobili povijesnu perspektivu onoga što zapravo doživljavate dok ste unutar akvadukta."

„Neki dijelovi muzeja trebaju obnovu…"

„Zatvara se oko podneva, a ponovno otvara navečer. Pomalo iznenađujuće tijekom glavne turističke sezone! Također je bilo problema s razmjenom novaca, ali smo to riješili."

Gradski muzej Novalja daje dobar pregled povijesnog konteksta Novalje u doba Rimskog Carstva. Dodatno obogaćivanje postava, uvođenje višejezičnih sadržaja i prilagodba radnog vremena turističkoj sezoni povećali bi atraktivnost muzeja i unaprijedili njegovu ulogu u ponudi Novalje.

Izvor: Google Review, Tripadvisor, Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Plaža Zrće

Istaknute atrakcije





Google review

4,4 2.909

„Odlična lokacija za ljetne festivale! Svidjelo mi se!"

„Predivna atmosfera, super ljudi iz cijelog svijeta i odlična glazba."

„Neugodna gužva, lude cijene, neljubazni zaštitari. Vrhunac svega negativnog u vezi s komercijalnim noćnim životom."

Tripadvisor

3,8 843

„Ogromna plaža koja nudi impresivan izbor diskoteka sa širokim rasponom glazbe, od techna do top-lista. DJ-evi su vrhunski, a atmosfera je i gostoljubiva i sigurna."

„Pretrpano. Zaštitari su grubi i ljuti bez ikakvog razloga. Cijene su visoke."

„Cijene previsoke, osoblje neljubazno."

Plaža Zrće poznata je party destinacija sa širokom ponudom glazbenog sadržaja, a privlači mlade turiste koji uživaju u elektronskoj glazbi i festivalima. Loša iskustva turista primarno proizlaze iz često neljubaznog i nepotrebno agresivnog osoblja te previsokih cijena.

Izvor: Google Review, Tripadvisor, Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Plaža Zrće

Detaljna analiza

Zrće i dalje zadržava imidž jedne od ključnih središta europske festivalske scene. Na plaži djeluju renomirani klubovi poput Papaye, Noe, Kalypsa i Aquariusa. Sva četiri kluba su se do 2023. godine nalazili na DJMag Top 100 listi najboljih klubova na svijetu.

Iako Zrće i dalje privlači značajan broj mladih gostiju, njegova popularnost u posljednjim godinama pokazuje znakove stagnacije, dijelom zbog promjene interesa tržišta, dijelom zbog konkurencije s drugim *party* destinacijama. Infrastruktura i sadržaji na plaži ostaju dobro razvijeni, ali izazovi uključuju potrebu za kontinuiranim podizanjem kvalitete ponude, bolju regulaciju prometa i sigurnosti, te usklađivanje s održivim razvojem destinacije.

Uz večernji i noćni program, mnogobrojni barovi i klubovi na samoj plaži nude i nastavak zabavnih aktivnosti i preko dana. Osim toga, na plaži se razvija i infrastruktura za razne vodene sportove čime se atraktivnost same plaže dodatno povećava, ali i dodatno diferencira sama ponuda čime se privlače i drugi segmenti tržišta.

U budućnosti, Zrće ima potencijal proširiti svoj identitet i izvan *party* turizma kroz bogatiju dnevnu ponudu i programe koji bi privukli različite profile posjetitelja i produžili sezonu. Kvalitetnija integracija s ostatkom Novalje te ulaganja u cjelogodišnju i održivu ponudu mogla bi dodatno ojačati poziciju plaže kao ključne atrakcije destinacije.

Statistički podaci

- Prirodna, šljunčana plaža
- Kapacitet plaže: 3.814 kupača
- Broj parkirališnih mjesta: 350
- Širina plaže: 50 m
- Dulijna plaže: 750 m
- Površina plaže: 27.683 m^2

Dostupan sadržaj

Klubovi	Restorani
• Kalypso • Aquarius Club • Papaya Club • NOA Beach Club • Euphoria Club	• Salt • Nomad Cuisine • NOA Food Square • Beach Garden Zrće

Barovi	Ostali sadržaj i aktivnosti:
• Backstage Beach Bar • Paff Staff - Hookah Bar • ICE BAR Zrće Beach	• Najam vozila (bicikl, skuter, jet-ski) • Skijanje na vodi, vožnje na banani / tubama • Jedrenje na dasci, parasailing • Bungee jumping

Izvor: croatia.hr, djmag.com, nalazi intervjua provedenih u sklopu ispitivanja ključnih dionika destinacije, Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Vrtovi lunjskih maslina

Istaknute atrakcije





	Google review	Tripadvisor
	4,6	4,5
	1,442	100
	„Ovo je jedan od najboljih i najzanimljivijih maslinika koje sam ikad vidio." „Nevjerojatno mjesto. Najstarije masline u Lunjskim maslinicima stare su 2000 i 1600 godina. Taj broj godina klasificira masline među 5 najstarijih maslina na svijetu. "	„Prekrasna šuma maslina, starih nekoliko tisuća godina, s Jadranskim morem u pozadini. Odlučili smo se za vođeni obilazak i to je bilo jedinstveno i vrlo zanimljivo iskustvo."
	„Ne očekujte puno informacija bez plaćanja vođenog obilaska. Oko značajnih stabala ne postoje informativne ploče, samo osnovni putokazi koji vas vode kroz područje."	„Nažalost, gotovo da nema informativnih ploča po putu, šteta."

Vrtovi lunjskih maslina predstavljaju prirodnu i kulturnu atrakciju koja unatoč vrijednosti lokaliteta ima ograničenu ponudu koja nije u potpunosti razvijena. Bolje označavanje te dodavanje edukativnih sadržaja doprinijeli bi većoj atraktivnosti i jačoj ulozi.

Izvor: Google Review, Tripadvisor, Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Vrtovi lunjskih maslina

Detaljna analiza

Lunjski maslinici predstavljaju jedan od najznačajnijih prirodnih i kulturnih resursa na području Novalje, s visokom razinom autentičnosti i očuvanosti. Prostor obuhvaća više desetaka tisuća stabala, uključujući i masline stare više od tisuću godina, što ga čini jedinstvenim ne samo u hrvatskom, već i u europskom kontekstu. Maslinici su do sada uglavnom ostali izvan glavnih tokova masovnog turizma prisutnih u destinaciji čime su zadržali visok stupanj izvorne vrijednosti.

Trenutna turistička aktivnost u tom području odvija se u ograničenom obujmu, kroz posjete individualnih gostiju i organizirane ture koje obuhvaćaju šetnje, edukaciju o maslinarstvu te degustaciju lokalnih proizvoda. Infrastruktura i popratni sadržaji su prisutni, ali u manjem opsegu, a informativna signalizacija i interpretacijske ploče su rijetke, što može otežati samostalno razgledavanje.

U kontekstu turističkog razvoja Novalje, Lunjski maslinici se ističu kao proizvod suprotan dominantnoj ponudi temeljenoj na noćnom životu. Iako su prisutni u komunikaciji destinacije, njihova vidljivost i integracija u širu turističku ponudu još uvijek je ograničena. Maslinici privlače specifičan profil posjetitelja, često motiviran kulturnim i prirodnim sadržajem, ali obzirom na identificirane nedostatke u interpretaciji, ali i samoj promociji atrakcije, postoji izvjestan prostor za napredak i snažniju valorizaciju.

Statistički podaci

- Ukupna površina maslinika: 400 ha
- Prostor dostupan za razgledavanje: 75 ha
- Dulijna makadamskih šetnica kroz maslinike: preko 7 km
- Najveći broj tisućljetnih samoniklih stabala masline lociranih na jednom mjestu (više od 80.000 stabala)
- Najstarija maslina stara je više od 2.000 godina

Dostupan sadržaj

- Vođene šetnje kroz maslinike
- Vođene ture električnim vozilima
- Organizirane slikarske radionice i glazbena događanja
- Infopult (recepcija)
- Prodajna mjesta s domaćim proizvodima lokalnih poduzetnika

Izvor: olive-gardens.eu, nalazi intervjua provedenih u sklopu ispitivanja ključnih dionika destinacije, Horwath HTL, 2026.

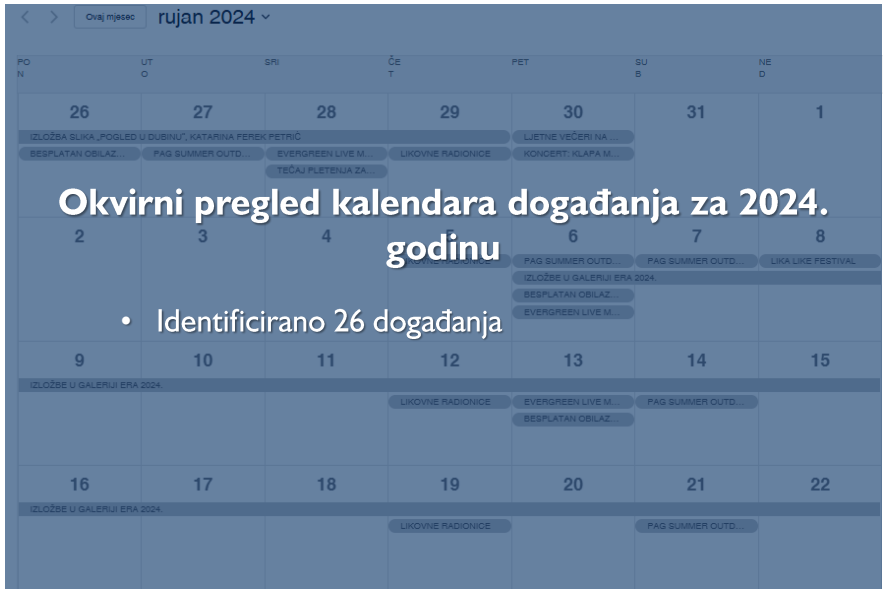
Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

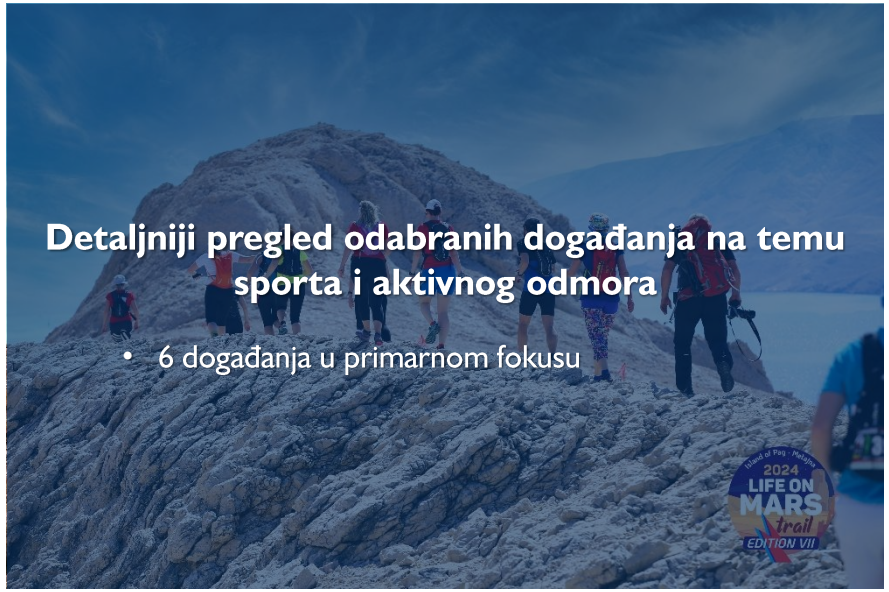
Metodologija analize događanja

Analiza dostupnih događanja primarno podrazumijeva obradu podataka dobivenih od strane turističke zajednice te pregled dostupnih informacija sa službene web stranice turističke zajednice. Na stranicama turističke zajednice dostupan je detaljan pregled događanja prema mjesecima za tekuću godinu, ali i za prijašnje godine.

Pristup razrade obrađenih materijala je podijeljen na dva dijela:

1. Okvirni pregled kalendara događanja za 2024. godinu
2. Detaljniji pregled odabranih događanja na temu sporta i aktivnog odmora



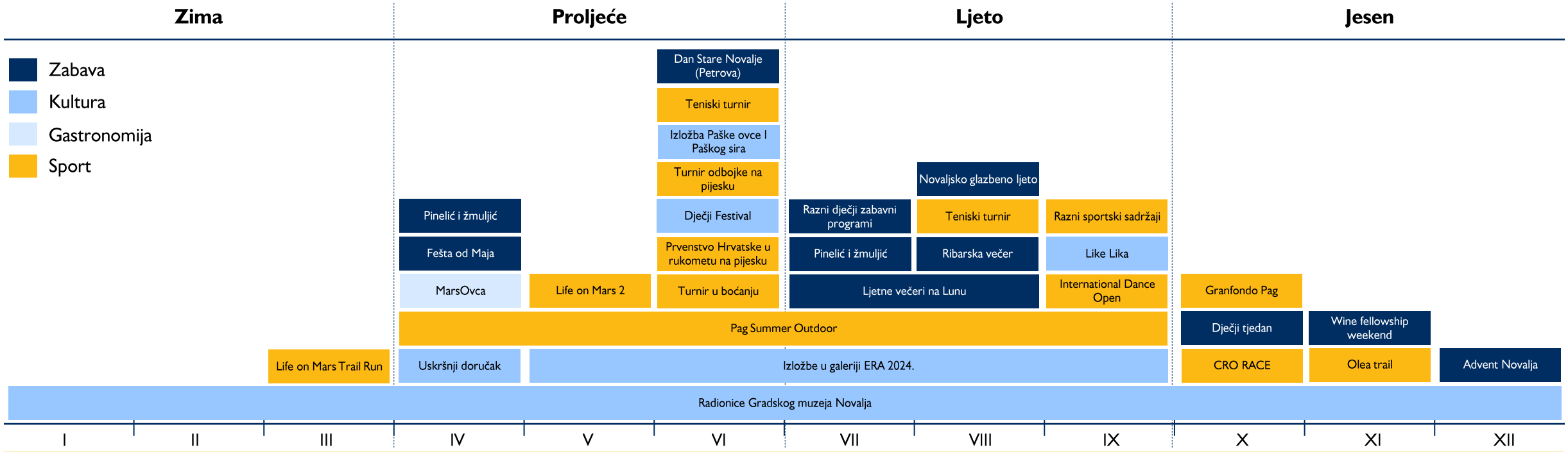


Izvor: Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Kalendar događanja u Novalji obilježen je naglaskom na sportska i kulturna događanja, uz vidljivu namjeru proširenja sezone događanja izvan ljetne sezone

Pregled događanja u Novalji 2024. godine



Za sezonu 2026. festivalski portfelj destinacije bilježi značajno proširenje: najavljena su tri nova glazbena festivala na plaži Zrće, a obilježava se i jubilej od 25 godina kluba Papaya, koji je jedan od ključnih nositelja međunarodnog imidža Novalje kao festivalske destinacije.

Navedene najave potvrđuju kontinuiranu atraktivnost Zrća na europskoj festivalskoj sceni te nude platformu za komunikaciju repozicioniranja *party* ponude prema kvalitetnijem i zahtjevnijem segmentu publike.

Izvor: TZ Novalja, Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Sportska događanja imaju značajan doprinos produljenju sezone i diversifikaciji turističke ponude

Ključna sportska događanja u Novalji



Life on Mars Trail jedna je od prepoznatljivih utrka koja se održava u Metajni, koja privlači sve veći broj sudionika i posjetitelja zahvaljujući jedinstvenom krajoliku i autentičnoj turističkoj priči.



Pag Summer Outdoor objedinjuje niz sportskih i rekreativnih aktivnosti te potiče aktivno uključivanje turista i turističkih dionika kroz programe koji se održavaju od travnja do rujna.



Granfondo Pag je cikloturistička utrka koja privlači natjecatelje iz regije i inozemstva te pozicionira Novalju i otok Pag kao destinaciju za biciklizam.



Cro Race je međunarodna biciklistička utrka, svjetskog značaja i vidljivosti koja je od 2023. godine uključila Novalju i otok Pag u svoju rutu, donoseći snažnu medijsku promociju destinacije.



Olea Trail izdvaja se povezivanjem sporta i baštine, utrkom na stazi Svetojanj (Stara Novalja) i Novaljsko polje, stvarajući na taj način jedinstveni doživljaj.



International Dance Open jedno je od većih međunarodnih plesnih natjecanja u Europi koje privlači natjecatelje iz cijelog svijeta.

Sportska događanja u Novalji predstavljaju rastući smjer razvoja ponude koji pridonosi jačanju međunarodne vidljivosti i produljenju sezone. Većina događanja jače vidljivosti na turističkom tržištu održava se u predsezoni i posezoni, čime doprinose proširenju turističkog kalendara izvan ljetnih mjeseci.

Veći formati poput CRO Racea, International Dance Opena te trail i biciklističkih utrka stvaraju temelj za prepoznatljivost destinacije, dok dodatni manji sportski turniri i rekreativni programi upotpunjuju ponudu.

Izvor: visitnovalja.com, Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

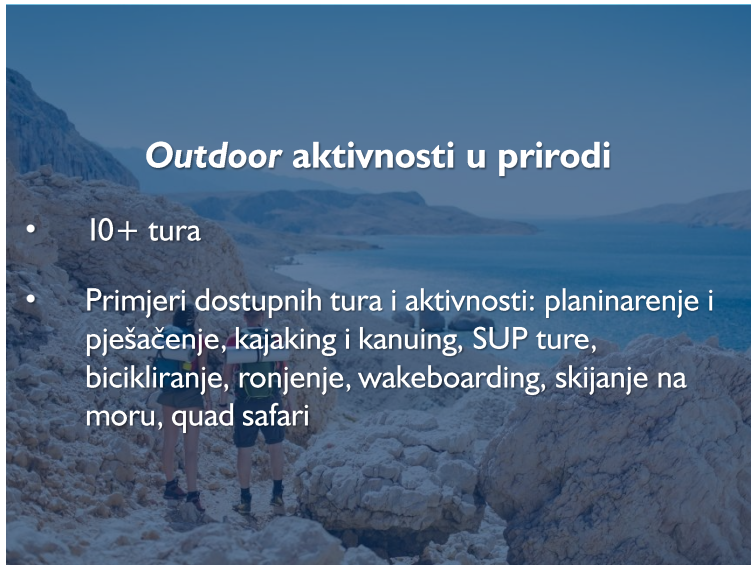
Metodologija analize turističkih tura

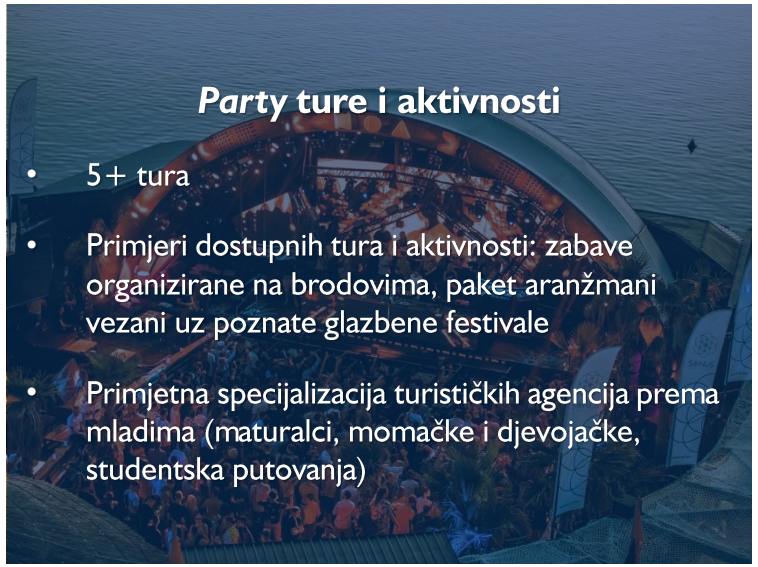
Analiza turističkih tura temelji se na pregledu dva primarna izvora informacija:

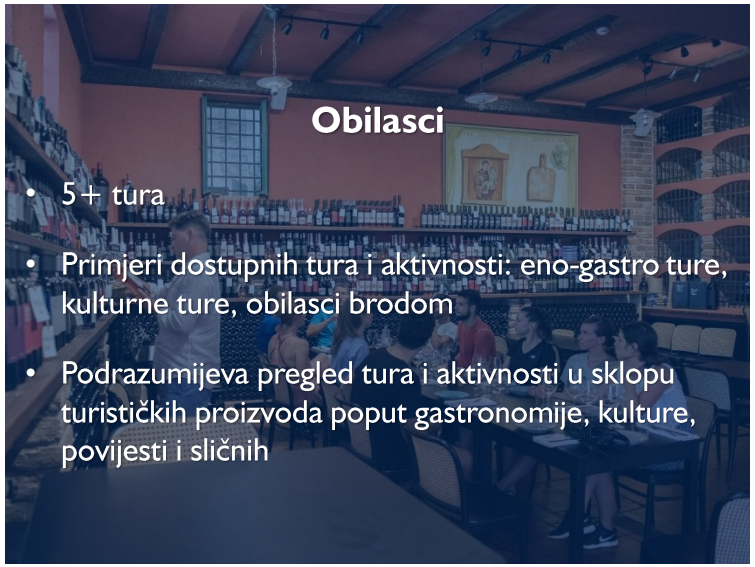
1. Detaljan uvid u online platformu Tripadvisor
   - Pregled dostupnih tura i aktivnosti za Novalju i Staru Novalju unutar rubrike „Things to Do"
2. Pregled dostupne ponude tura i aktivnosti preko 10 turističkih agencija i DMC-a

Pritom je bitno napomenuti da u slučaju nekih tura Novalja predstavlja ishodišnu destinaciju ture koja potom uključuje različite znamenitosti i aktivnosti diljem otoka Paga, a neki put i šire, sve do Zadra, Plitvičkih jezera, Nacionalnog parka Krka, itd.

Nakon provedene analize, identificirane ture i aktivnosti klasificirane su u tri različite grupe:





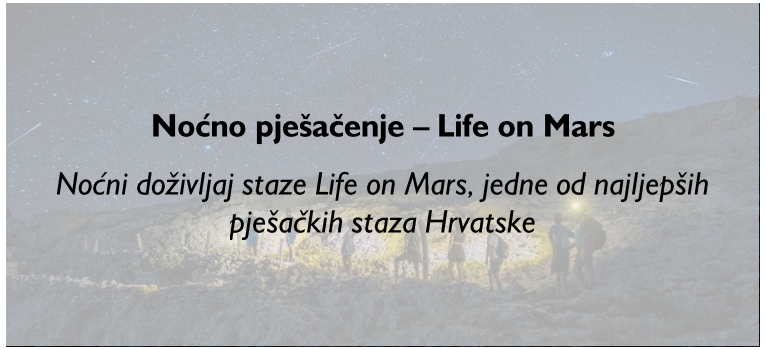


Izvor: sunturist.com, Tripadvisor, Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

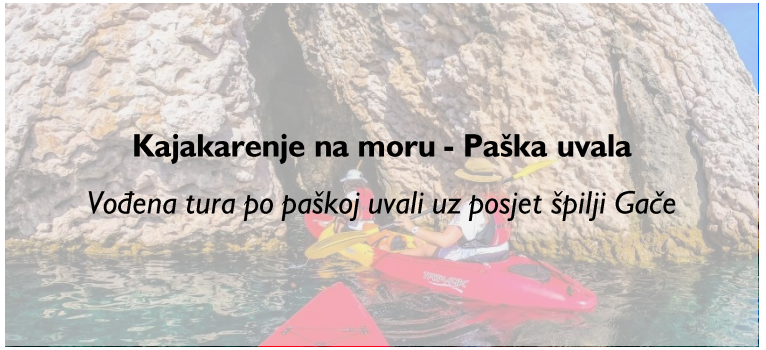
Bogata ponuda tura i aktivnosti baziranih na aktivnom odmoru snažno doprinosi pozicioniranju destinacije na turističkom tržištu

Outdoor aktivnosti



Noćno pješačenje – Life on Mars

Noćni doživljaj staze Life on Mars, jedne od najljepših pješačkih staza Hrvatske



Kajakarenje na moru - Paška uvala

Vođena tura po paškoj uvali uz posjet špilji Gače



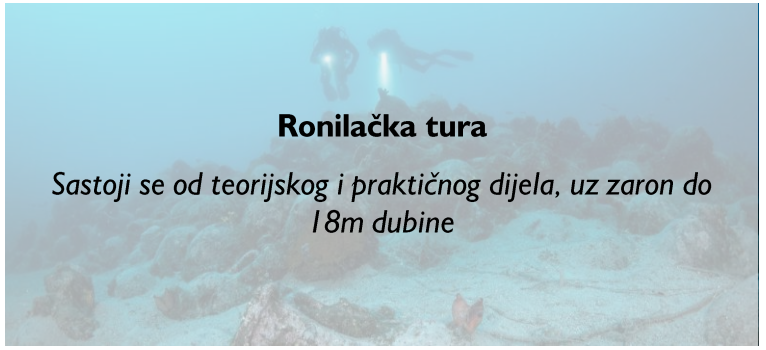
Night Glow Kayaking

Noćna kajak vođena tura uz obilazak atraktivnih plaža



Kajak + Via Ferrata

Obilazak uvala kajakom i prolazak via ferratom iznad mora



Ronilačka tura

Sastoji se od teorijskog i praktičnog dijela, uz zaron do 18m dubine



Quad Safari

Vođena tura quadovima uz stajanja na vidikovcima s pogledom na arhipelag

Primjetno je kvalitetno iskorištavanje postojećih resursa što rezultira bogatom ponudom tura i aktivnosti u domeni aktivnog odmora, no postoji dodatan prostor za napredak, ponajviše kroz snažniju aktivaciju cikloturizma.

Izvor: sunturist.com, Tripadvisor, Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Velik broj sličnih tura i aktivnosti koje podrazumijevaju *party* na brodovima sugerira da je destinacija i dalje primarno orijentirana prema mladima kao ključnom segmentu tržišta

Party ture



Zrce Booze Cruise - Novalja Boat *party*

Izlet brodom koji kombinira glazbu uživo, ples i zabavu na moru uz plovidbu oko Paga



Pjena *party* – izlet brodom

Obilazak obližnjih plaža uz glazbu uživo i zabavu na samom brodu



Paket aranžmani s festivalom kao glavnom atrakcijom

Osim osiguranih ulaznica na glazbeni festival, paket aranžman uključuje i smještaj, izlete party brodom, ulaz na after partyje, i ostalo

U destinaciji postoji velik broj sličnih tura i aktivnosti u domeni *party* turizma i aktivnosti koje se dominantno oslanjaju na izlete brodom što upućuje na zaključak da je potražnja za ovakvim uslugama i dalje snažna.

Izvor: sunturist.com, Tripadvisor, Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

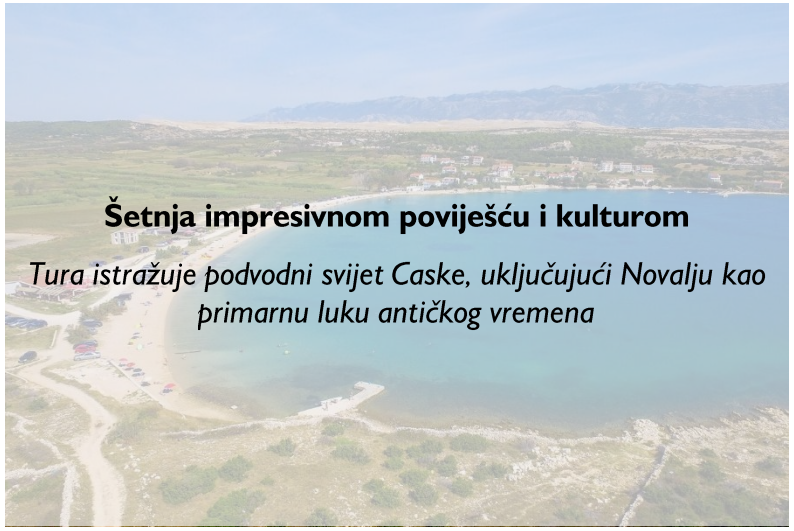
Nedovoljno razvijena ponuda van aktivnog odmora i *party* turizma limitira broj kvalitetnih tura i aktivnosti iz područja ostalih turističkih proizvoda

Obilasci



Kulturološki doživljaj kroz priču o paškim delicijama

Tura započinje u restoranu i vinariji Boškinac i nastavlja dalje obilaskom drugih znamenitosti otoka i regije



Šetnja impresivnom poviješću i kulturom

Tura istražuje podvodni svijet Caske, uključujući Novalju kao primarnu luku antičkog vremena



Private Yacht Tour

Ishodišna točka polaska je Novalja i uključuje obilazak okolnih uvala i plaža

Zaključak analize obilazaka je da na prostoru analizirane destinacije postojim malen broj tura baziranih na ostalim turističkim proizvodima poput kulture, povijesti i gastronomije, te da u većini slučajeva Novalja predstavlja samo početnu točku za daljnji obilazak otoka i regije.

Izvor: sunturist.com, Tripadvisor, Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.



4. Analiza turističkog tržišta destinacije

4.1. Analiza turističke ponude

4.2. Analiza javne turističke infrastrukture

Metodologija analize turističke infrastrukture

Turistička infrastruktura obuhvaća prostorne i funkcionalne elemente koji omogućuju razvoj, dostupnost i korištenje turističke ponude. Ona je temelj za kvalitetno turističko iskustvo i konkurentnost destinacije. Dijeli se na:

1. Primarnu turističku infrastrukturu koja obuhvaća sadržaje izravno povezane s turističkim korištenjem i doživljajem prostora. U sklopu primarne turističke infrastrukture u destinaciji identificirane su:

- biciklističke staze
- pješačke i trekking staze
- plaže

2. Sekundarnu turističku infrastrukturu koja uključuje potporne sadržaje koji nisu isključivo turistički, ali doprinose cjelokupnom doživljaju destinacije. U destinaciji je identificirana sljedeća sekundarna turistička infrastruktura:

- MICE kapaciteti
- sportska infrastruktura





Izvor: Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Uz daljnji razvoj trenutno dostupne biciklističke infrastrukture, Novalja podiže konkurentnost ovog proizvoda i postaje sve privlačnijom destinacijom za bicikliste



Biciklističke staze

Otok Pag posljednjih godina intenzivno razvija biciklističku infrastrukturu, čime postaje sve privlačnija destinacija za ljubitelje aktivnog turizma. Projekt Pag Outdoor, rezultat suradnje turističkih zajednica otoka, obuhvaća više od 180 kilometara povezanih biciklističkih staza koje prolaze kroz raznolike pejzaže, od kamenitih obala do slikovitih unutrašnjih područja.

Staze su kategorizirane prema težini i tipu bicikla, pružajući opcije za rekreativce, obitelji s djecom, kao i za iskusne bicikliste. Na području Novalje definirane su 3 staze s oznakama I1, I2 i I3 od kojih su staze I1 i I2 namijenjene svima dok je staza I3 zahtjevnija staza namijenjena biciklima za vožnju po strmijem terenu.

Novalja, kao središte biciklističkih aktivnosti na otoku, kontinuirano ulaže u poboljšanje sportske infrastrukture. Ovi napori prepoznati su dodjelom titule Europski grad sporta za 2025. godinu, što dodatno potvrđuje posvećenost razvoju sportskog i aktivnog turizma u regiji.



Izvor: visitnovalja.hr, pag-outdoor.com, Horwath HTL, 2026.

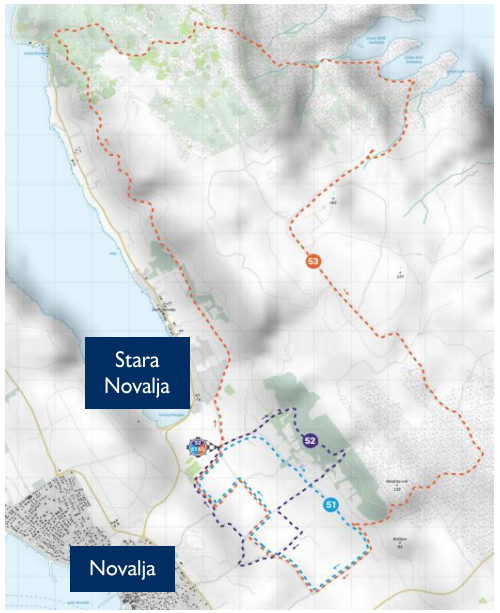
Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Na području Novalje nalazi se 7 pješačkih staza, penjačka stijena te prva morska ferrata, osiguravajući raznovrsni sadržaj za različite skupine aktivnih turista





Pješačke i trekking staze





Razvijena mreža pješačkih i trekking staza koje prolaze kroz raznolike krajolike, uključujući obalu, kamenite predjele i uzvisine s pogledom na more. Većina staza je obilježena i prilagođena različitim razinama težine, od lakših ruta pogodnih za rekreativne šetače do zahtjevnijih uspona. Neke staze prolaze uz značajne prirodne i kulturno-povijesne lokalitete, no njihova interpretacija i promocija još uvijek su ograničene.

Postojeće staze uglavnom koriste postojeće puteve i staze nastale tradicionalnim korištenjem terena, a pojedine rute su prilagođene i za sportske aktivnosti. Infrastruktura na stazama varira – dok su neke rute dobro označene i lako dostupne, druge su teže prohodne. Ukupno je označeno 7 staza (staze broj 51 – 57) od kojih 3 spadaju u kategoriju lakih staza, jedna u kategoriju srednje teških staza te tri u kategoriju teških staza.

Osim pješačkih i trekking staza, na području Novalje nalazi se i penjačka stijena Stogaj koja ima oko 70 smjerova preko četiri djela težine od 4 do 7b, jedan duljine 25 m i dva duljine 60 m. Na vrhu stijene nalazi se 20 m duga ferrata. Druga ferrata, duljine oko 100 m, nalazi se u sklopu Life on Mars staze te predstavlja prvu morsku via ferratu u Hrvatskoj.

Izvor: visitnovalja.hr, pag-outdoor.com, Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Popularnije plaže u blizini naselja imaju veću posjećenost dok manje dostupne plaže nude mirnije i privatnije iskustvo u prirodnom okruženju



Plaže

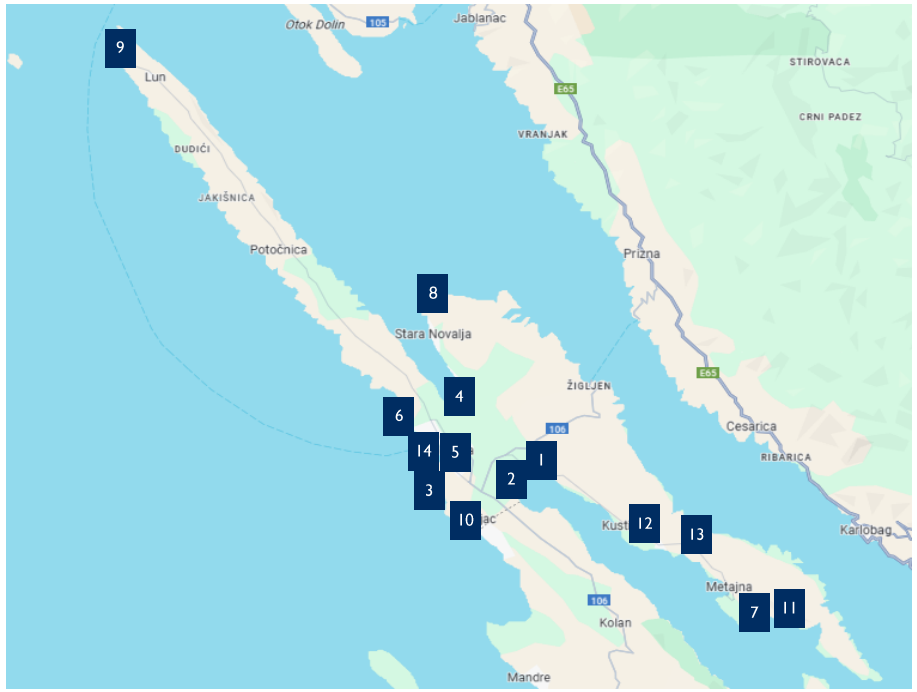
Na području Novalje nalazi se ukupno 117 plaža i uvala, koje se razlikuju po veličini, pristupačnosti i stupnju uređenosti. Dio plaža ima razvijenu infrastrukturu, uključujući sanitarne čvorove, ugostiteljske objekte, suncobrane, ležaljke i sportske rekvizite poput pedalina i kanua, dok su druge očuvane u prirodnom obliku bez dodatnih sadržaja. Plaže su raspoređene duž obale, s obje strane otoka, te njihova dostupnost varira od onih koje se nalaze u neposrednoj blizini naselja do onih koje zahtijevaju dolazak brodom ili pješačenjem.

Tijekom ljetnih mjeseci, plaže u Novalji su vrlo posjećene, a povećana frekvencija turista zahtijeva stalno održavanje i unaprjeđenje infrastrukture. Pristup plažama koje su u blizini naselja je uglavnom dobar, s osiguranim parkirališnim prostorima kod većih i popularnijih lokacija, dok su neke manje i udaljenije plaže dostupne isključivo pješice ili morskim putem.

Plaže koje su u blizini naselja imaju razvijeniju infrastrukturu što dodatno utječe na popularnost tih plaža i veću posjećenost. U mjesecima najveće posjećenosti, moguća je gužva na najpopularnijim plažama i plažama koje su u blizini mjesta dok teže dostupne plaže nemaju problema s pretjeranim brojem turista.

Plaže na području Novalje:

1. Caska
2. Zrće
3. Straško
4. Planjka - Trinćel
5. Lokunje
6. Babe
7. Ručica
8. Jadra
9. Mata
10. Braničevica
11. Beritnica
12. Veli žal
13. Plat
14. Vrtić



Izvor: novalja.hr, visitnovalja.hr, Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

MICE kao turistički proizvod ponajprije ima najveći potencijal u sklopu *incentive* turizma dok titula Europski grad sporta predstavlja temelj za daljnji razvoj sportske infrastrukture




MICE kapaciteti

MICE kapaciteti u Novalji trenutno su vrlo ograničeni, osobito kada je riječ o većim konferencijama, kongresima i sajmovima. U destinaciji ne postoje višenamjenske kongresne dvorane niti objekti koji bi mogli ugostiti veći broj sudionika. Zbog toga se Novalja teško može pozicionirati kao destinacija za velika poslovna događanja.

Unatoč tome, postoje prostori prikladni za manja okupljanja, poslovne sastanke i radionice. Hotelski kapaciteti nude manje sale i konferencijske sobe koje zadovoljavaju osnovne potrebe MICE segmenta. Takva događanja mogu biti dopunjena bogatom gastronomskom i eno ponudom destinacije, čime se postiže dojam intimnijeg i personaliziranijeg poslovnog susreta.

Najveći potencijal za Novalju ipak leži u razvoju *incentive* turizma. Autentične lokalne priče, kombinacija prirodnih atrakcija, *outdoor* aktivnosti i gastronomske ponude čine snažan temelj za kreiranje atraktivnih *incentive* programa. Upravo kroz takve aranžmane Novalja može postati prepoznatljiva destinacija u MICE segmentu, usmjerena primarno na komercijalizaciju *incentive* proizvoda.





Sportska infrastruktura

Novalja raspolaže osnovnom sportskom infrastrukturom koja uključuje gradski stadion, teniske terene i teretane. Ovi objekti primarno služe lokalnom stanovništvu, ali su tijekom turističke sezone dostupni i turistima. Osim toga, plaže često nude sadržaj za adrenalinske i vodene sportove, što dodatno obogaćuje sportsku ponudu destinacije.

Ljubiteljima adrenalina na raspolaganju su raznovrsne aktivnosti poput vožnje quadom, wakeboardinga, bungee jumpinga, flyboardinga, parasailinga, wind surfinga i kite surfinga. Plaža Zrće posebno se ističe sa svojim ski-liftom za wakeboarding i kranom za bungee jumping dok se kraj plaže Caska nalazi paintball teren.

Unatoč bogatoj ponudi sportskih i rekreacijskih aktivnosti, Novalja nema veće sportske komplekse koji omogućuju organizaciju većih sportskih događanja ili privlačenje profesionalnih sportskih ekipa na pripreme. Iako prirodni uvjeti pružaju mogućnosti za razvoj aktivnog turizma, sustavna valorizacija ovog segmenta još uvijek nije u potpunosti provedena.

Izvor: novalja.hr, visitnovalja.hr, nalazi intervjua provedenih u sklopu ispitivanja ključnih dionika destinacije, Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.



4. Analiza turističkog tržišta destinacije

4.1. Analiza turističke ponude

4.2. Analiza javne turističke infrastrukture

4.3. Analiza turističke potražnje

Metodologija analize turističke potražnje

Analiza turističke potražnje obuhvatila je ključne kvantitativne pokazatelje tržišnih kretanja te uvid u preferencije i ponašanje putnika na relevantnim emitivnim tržištima, s ciljem razumijevanja temeljnih obrazaca potražnje i prilika za razvoj destinacije.



Analiza turističke potražnje destinacije

- ✓ Ostvareni turistički dolasci i noćenja
- ✓ Prosječna duljina boravka
- ✓ Sezonalnost noćenja
- ✓ Ostvarena noćenja prema kategoriji smještaja
- ✓ Struktura noćenja prema stranim emitivnim tržištima
- ✓ Sezonalnost noćenja prema stranim emitivnim tržištima



Analiza sentimenta pojedinih emitivnih tržišta

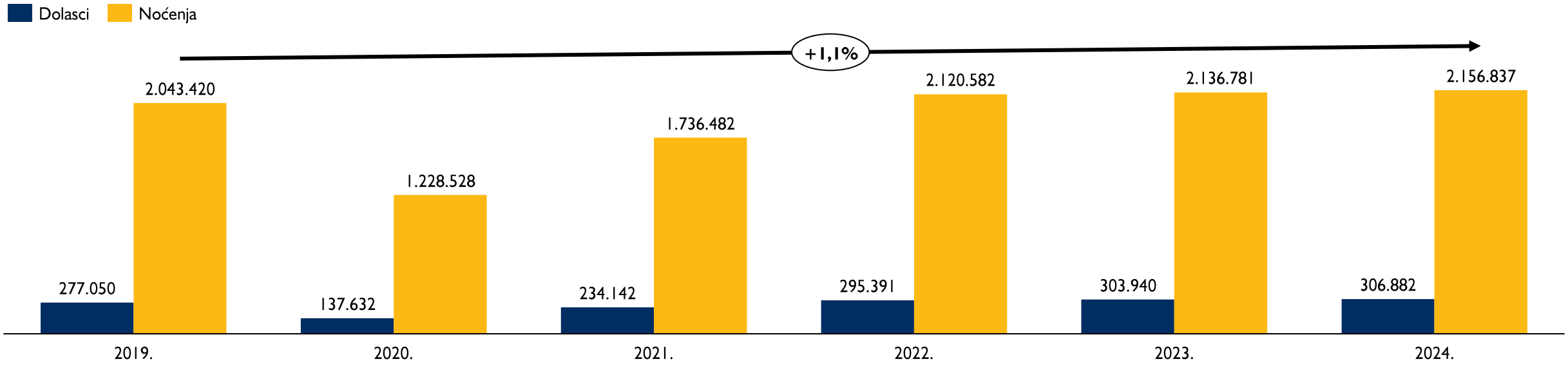
- ✓ Turistički proizvodi prema dominantnoj dobnoj skupini, duljini boravka, dominantnom budžetu i izabranoj destinaciji
- ✓ Analiza odabranih emitivnih tržišta prema duljini boravka, budžetu, pratnji, najpoželjnijim destinacijama, noćenjima

Izvor: Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Novalja bilježi blagi rast noćenja kroz promatrano razdoblje i uspješni oporavak nakon pandemijske krize, a prosječna dužina boravka turista se kreće oko 7 noći

Broj dolazaka i noćenja 2019. – 2024. godine



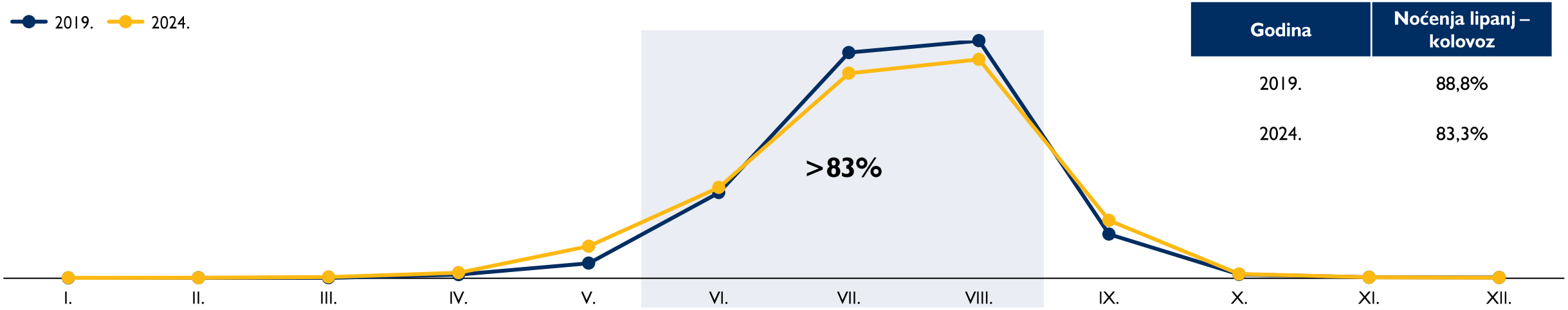
Broj noćenja kroz promatrano razdoblje povećavao se u prosjeku 1,1%, dok su dolasci rasli po snažnijoj stopi od 2,1%. Uspoređujući 2024. i 2019. godinu, broj noćenja povećao se za 5,6% dok su dolasci porasli za 10,8% što upućuje na postepeno kraći boravak turista u destinaciji kroz godine, ali i uspješan oporavak od krize prouzročene pandemijom. Prosječna duljina boravka u destinaciji 2024. godine iznosila je 7 noći, dok je 2019. godine boravak turista bio duži i iznosio je 7,4 noći. Najduži boravak ostvaren je 2020. godine, 8,9 noći, što je primarno uvjetovano COVID pandemijom. Uspoređujući te rezultate s konkurentskim destinacijama na Jadranu, Novalja bilježi duži boravak od Bola na Braču i Hvara, ali kraći od Malog Lošinja, Cresa i Raba.

Izvor: eVisitor, TZ Novalja, TZ Stara Novalja, Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Sezonalnost u Novalji vrlo je izražena u ljetnim mjesecima dok turistički potencijal u ostalim dijelovima godine ostaje neiskorišten

Noćenja po mjesecima, usporedba 2019. i 2024. godine



Godina	Noćenja lipanj – kolovoz
2019.	88,8%
2024.	83,3%

Iz prikaza je vidljivo kako je u destinaciji snažno izražena sezonalnost noćenja te je u razdoblju od lipnja do kolovoza 2024. godine ostvareno 83,3% svih noćenja te godine. Uspoređujući s 2019. godinom, broj noćenja u vrhuncu sezone se smanjio za 5,5% postotnih poena što upućuje na pozitivan trend smanjenja sezonalnog utjecaja. Tome je dokaz i nešto položenija krivulja sezonalnosti koja prikazuje povećanje broja noćenja u svibnju i rujnu.

U svibnju 2024. godine ostvareno je 62.328 više noćenja nego 2019. godine, dok je u rujnu ostvareno 56.217 noćenja više u 2024. godini nego 2019. godine. Dodatno, srpanj i kolovoz bilježe manji broj noćenja za 30.573, odnosno 21.431 noćenja što doprinosi smanjenju infrastrukturnog pritiska u vrhuncu sezone. U ostalim mjesecima, od siječnja do travnja te listopada do prosinca, turistička aktivnost je zanemariva.

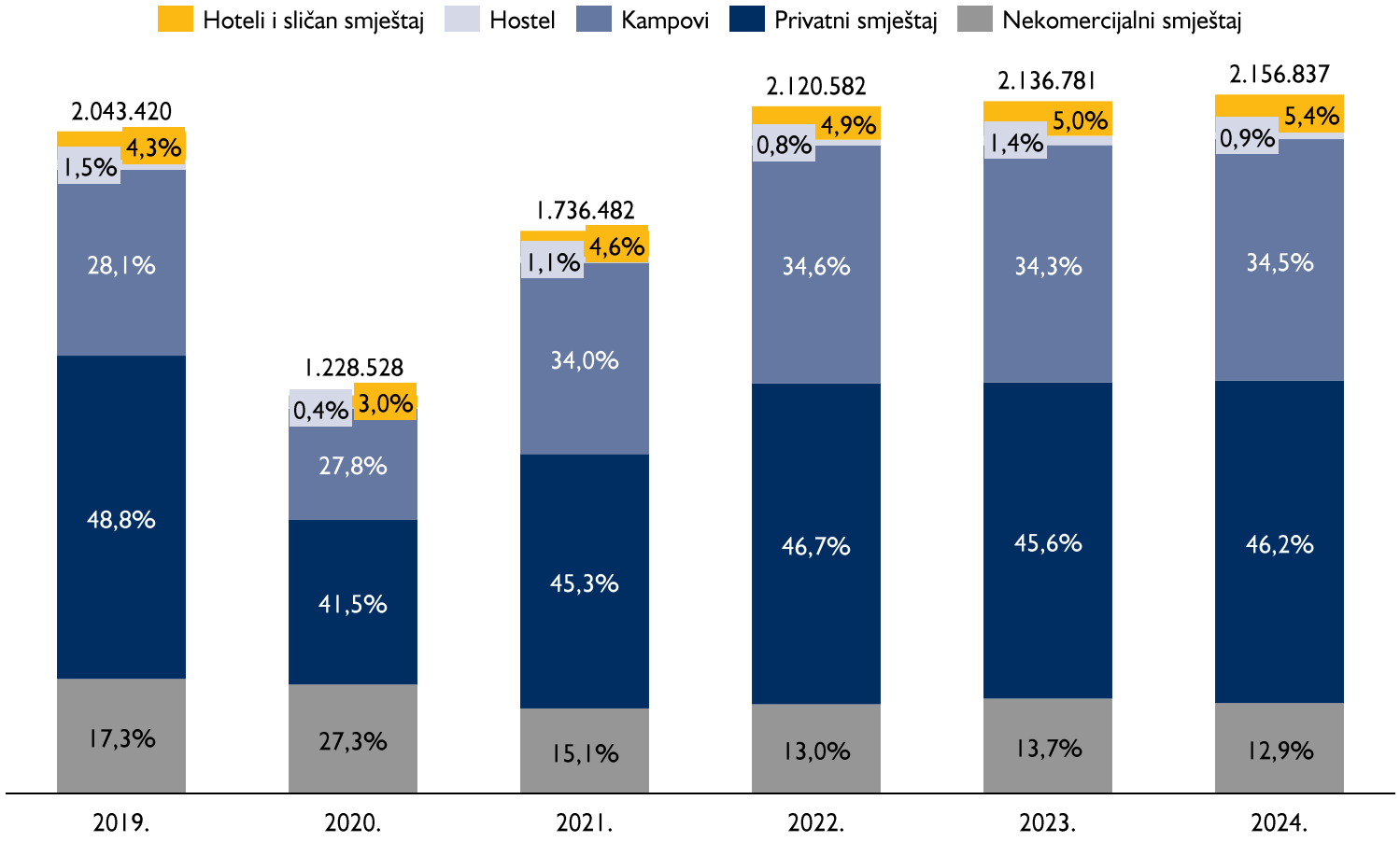
Prema najavama dionika s plaže Zrće, od sezone 2026. planira se raniji početak festivalskog i klupskog programa, s prvim manifestacijama već u travnju i svibnju. Ukoliko se ove najave realiziraju, procjenjuje se potencijal od 15 do 20 tisuća dodatnih dolazaka u predsezoni, što bi dodatno pozitivno djelovalo na trend smanjenja sezonalne koncentracije noćenja zabilježen u proteklom razdoblju.

Izvor: eVisitor, TZ Novalja, TZ Stara Novalja, Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

U 2024. godini, 59,1% turista boravilo je u privatnom i/ili nekomercijalnom smještaju dok noćenja u hotelima bilježe marginalan udio

Noćenja po vrstama smještaja 2019. – 2024. godine



Izvor: eVisitor, TZ Novalja, TZ Stara Novalja, Horwath HTL, 2026.

Broj noćenja u privatnom smještaju bilježi najveći udio kroz promatrano razdoblje, unatoč blagom smanjenju. U apsolutnom iznosu broj noćenja u privatnom smještaju još uvijek nije dosegnuo volumen iz 2019. godine te je 2024. godine iznosio 995.683 što je 1.652 manje od iznosa 2019. godine. Najznačajnije povećanje udjela noćenja bilježe kampovi čiji su kapaciteti u 2024. godini porasli za 30% ili više od 170 tisuća u odnosu na 2019. godinu.

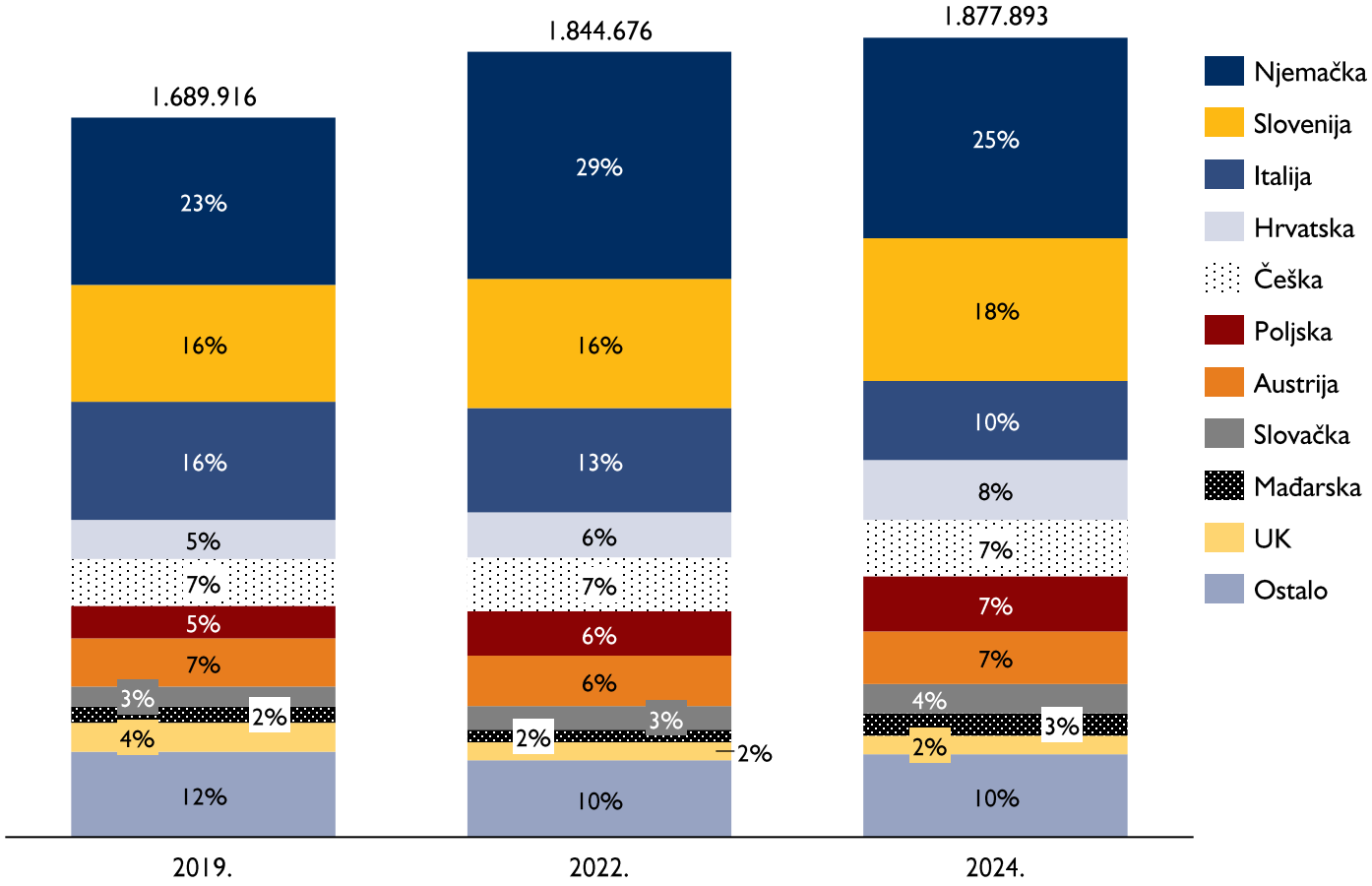
Iako niskog udjela, noćenja u hotelima bilježe povećanje udjela u promatranom razdoblju te je njihov relativni rast najveći od svih smještajnih kategorija. Nekomercijalni smještaj bilježi najveći pad udjela od svih kategorija, međutim potrebno je uzeti u obzir nisku razinu prijave noćenja od vlasnika takvih smještajnih objekata. S obzirom da Novalja privlači velik broj mladih u destinaciju i pozicionira se kao *party* destinacija, broj noćenja u hostelima je izrazito nizak.

Pošto je privatni smještaj u najvećem udjelu kategoriziran s 3* te je primjetan i značajan udio nekomercijalnog smještaja u destinaciji, zaključak je kako velik broj noćenja u destinaciji ostvaruju turisti niže platežne moći. U kampovima i hotelima dominiraju kapaciteti 4*, no njihov udio u noćenjima je manji, iako pokazuje pozitivan trend što predstavlja potencijalan smjer budućeg razvoja.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Njemački, slovenski i talijanski turisti generiraju glavninu komercijalnih noćenja sa zajedničkim udjelom od 53%

Struktura komercijalnih noćenja prema emitivnim tržištima 2019., 2022. i 2024. godine



Kontinuirano najveći broj komercijalnih noćenja u destinaciji ostvaruju turisti s njemačkog tržišta. Oni također bilježe stabilan udio kroz promatrano razdoblje. Uspoređujući 2024. s 2019. godinom, primjetan je porast broja njemačkih turista za gotovo 20%, s tim da su 2022. godine ostvarili najbolji rezultat od 533 tisuće noćenja. Sljedeći najveći rezultat ostvaruju turisti iz Slovenije sa 18% ukupnog udjela uz rast od 22% u 2024. u odnosu na 2019 godinu.

Potražnja s domaćeg tržišta bilježi zapaženi rast od 3 postotna poena u udjelu, tj. gotovo 50 tisuća više noćenja u 2024. godini u odnosu na 2019. Uz domaće turiste, značajan rast broja noćenja zabilježili su i turisti iz Poljske, čiji se udio povećao za 2 postotna poena ili 53 tisuće noćenja više u 2024. godini.

Najveći pad broja noćenja primjetan je kod talijanskih turista čiji se udio smanjio za 6 postotnih poena, ili 92 tisuće manje zabilježenih noćenja. Značajan pad broja noćenja zabilježen je kod turista iz Ujedinjenog Kraljevstva, ukupno 24.672 manje ostvarenih noćenja u 2024. godini usporedno s 2019.

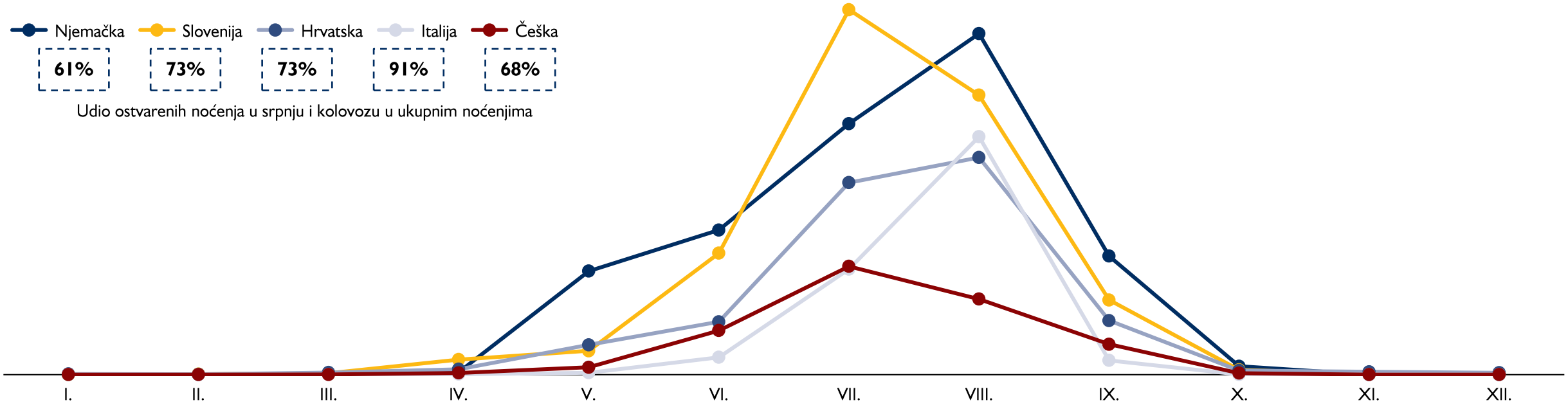
Općenito, moguće je zaključiti da su emitivna tržišno disperzirana te da se ne primjećuje pretjerana ovisnost o jednom tržištu, dok je struktura emitivnih tržišta u skladu s očekivanjima za destinacije karakteristika sličnih Novalji.

Izvor: eVisitor, TZ Novalja, TZ Stara Novalja, Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Njemački turisti bilježe najpoloženiju krivulju sezonalnosti što upućuje na povećanu motivaciju za dolaskom u razdobljima predsezone i posezone

Sezonalnost noćenja top 5 emitivnih tržišta 2024. godine



Krivulje sezonalnosti top 5 emitivnih tržišta u skladu su s općom krivuljom sezonalnosti noćenja te prikazuje gotovo nepostojeću turističku aktivnost u razdoblju od siječnja do travnja, te listopada do prosinca. Iako vrhunac noćenja ostvaruju u kolovozu, njemački turisti ostvaruju i najveći broj noćenja u svibnju, lipnju i rujnu što ukazuje na njihovu motivaciju posjete destinacije i van glavne sezone koja je direktno uvjetovana proizvodom sunca i mora. U svibnju njemački turisti ostvaruju 51.332 noćenja što je 1,6 puta više od zbroja preostala četiri emitivna tržišta. Dodatno, njemački turisti ostvaruju najmanji udio svojih noćenja u vrhuncu sezone (srpanj i kolovoz), 61%, dok su prvi sljedeći češki turisti s 69,4%. Slovenski i hrvatski posjetitelji ostvaraju 73% noćenja u srpnju i kolovozu, dok slovenski posjetitelji također pokazuju veći broj noćenja u predsezonskim i posezonskim razdobljima te najveći broj noćenja ostvaren od svih emitivnih tržišta u jednom mjesecu; u mjesecu srpnju ostvarili su 180.846 noćenja. Talijanski turisti najviše noćenja ostvaruju u srpnju i kolovozu, 91% od ukupnih noćenja.

Izvor: eVisitor, TZ Novalja, TZ Stara Novalja, Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Proizvod *Nature & Outdoors* predstavlja najveći potencijal daljnjeg razvoja izvansezonske ponude, a upravo su njemački turisti i najbrojniji u tim razdobljima godine

Pregled ključnih nalaza tri odabrana turistička proizvoda







Najaktivnija dobna skupina	35% **55+**	24% **35-44**	16% **25-34**	16% **45-54**	20% **45-54**	19% **55+**
Najčešća dužina boravka	35% **7-9 noći**	27% **4-6 noći**	34% **4-6 noći**	25% **7-9 noći**	44% **4-6 noći**	26% **7-9 noći**
Najčešći budžet	25% **500-1.000€**	22% **1.001-1.500€**	23% **500-1.000€**	20% **1.001-1.500€**	25% **500-1.000€**	23% **1.001-1.500€**
Top destinacije						

Turistička potražnja u Novalji dominantno se temelji na proizvodima sunca i mora te prirode i aktivnosti na otvorenom, čime se destinacija jasno profilirala kao sezonska otočna destinacija s izraženim potencijalom za aktivni turizam.

Proizvod sunce i more bilježi najduže boravke (7-9 noći), s naglaskom na ljetne mjesece i širu populaciju, dok priroda i *outdoor* aktivnosti predstavlja potencijal za širenje ponude izvan glavne sezone.

Ovakva struktura potražnje upućuje na mogućnost produljenja sezone kroz razvoj aktivnog odmora, outdoor sadržaja i selektivnih iskustava usmjerenih na mlađe turiste.

Izvor: ETC: Monitoring sentiment for domestic and intra-European travel – wave 21, Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Turisti iz Njemačke, Poljske i UK-a najčešće preferiraju duža putovanja s obitelji dok Talijani putuju kraće, 4–6 noći, s budžetom od 500–1.000 €

Pregled sentimenta pojedinih europskih emitivnih tržišta

	Najčešća duljina boravka	Najčešći planirani budžet	Najčešća planirana pratnja	Top 3 najpoželjnije europske destinacije	Ostvarena noćenja 2024. u Novalji
Njemačka	7-12 noćenja **49%**	1.501-2.500€ **31%**	Obitelj **31%**		343.758
Italija	4-6 noćenja **42%**	501-1.000€ **26%**	Partner **37%**		130.298
Poljska	7-12 noćenja **47%**	1.501-2.500€ **30%**	Obitelj **42%**		86.166
Austrija	4-6 noćenja **33%**	1.501-2.500€ **23%**	Partner **33%**		72.622
Ujedinjeno Kraljevstvo	7-12 noćenja **36%**	501-1.000€ **31%**	Obitelj **38%**		43.179

Izvor: ETC: Monitoring sentiment for domestic and intra-European travel – wave 21, Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Većina putnika s europskih emitivnih tržišta planira boravak od 7 do 12 noći, uz najčešći predviđeni budžet između 1.501 i 2.500 €

Pregled sentimenta pojedinih europskih emitivnih tržišta

	Najčešća duljina boravka	Najčešći planirani budžet	Najčešća planirana pratnja	Top 3 najpoželjnije europske destinacije	Ostvarena noćenja 2024. u Novalji
Nizozemska	7-12 noćenja **54%**	1.501-2.500€ **40%**	Partner **30%**		14.042
Švicarska	7-12 noćenja **42%**	1.501-2.500€ **34%**	Obitelj **38%**		23.328
Francuska	7-12 noćenja **41%**	1.501-2.500€ **24%**	Partner **33%**		10.917
Belgija	7-12 noćenja **45%**	1.501-2.500€ **30%**	Partner **32%**		4.026
Španjolska	4-6 noćenja **49%**	1.501-2.500€ **30%**	Partner **36%**		3.196

Izvor: ETC: Monitoring sentiment for domestic and intra-European travel – wave 21, Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.



4. Analiza turističkog tržišta destinacije

4.1. Analiza turističke ponude

4.2. Analiza javne turističke infrastrukture

4.3. Analiza turističke potražnje

4.4. Analiza resursne osnove

Metodologija analize resursne osnove destinacije

Analiza resursne osnove usmjerena je na prirodne i kulturne resurse koji trenutačno nisu uključeni u turističku ponudu, ali imaju izražen potencijal za buduću valorizaciju. Ovi resursi predstavljaju osnovu za definiranje razvojnih smjernica destinacije te je cilj ove analize identificirati elemente s potencijalom turističke atrakcije. U tom kontekstu zatražena je inicijalna lista resursa od turističke zajednice.

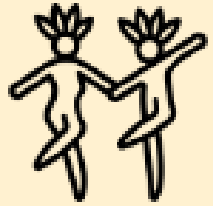
Nakon obrade podataka, identificirana su tri područja analize resursne osnove:



Antički ostaci



Pomorski lokaliteti



Kulturna baština

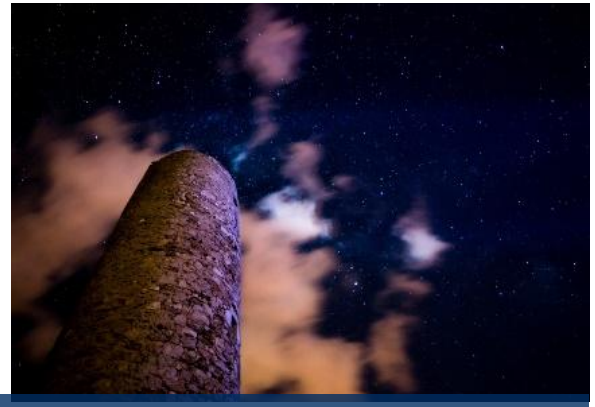
Izvor: Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Antički ostaci i pomorski lokaliteti predstavljaju vrijedne resurse koji uz kvalitetnu interpretaciju i *storytelling* mogu postati atraktivne točke interesa za posjetitelje

Antički ostaci





Antički ostaci u uvali Caska

U uvali Caska nalaze se ostaci antičkog naselja koje je prema arheološkim nalazima bilo značajno urbano središte u rimsko doba. Na lokalitetu su dokumentirani ostaci građevina i drugi arheološki materijali koji upućuju na postojanje razvijenog naselja s infrastrukturom. Posebno je značajan nalaz ranokršćanske bazilike iz 4. stoljeća, čiji su temelji još vidljivi na površini.

U podmorju uvale također su pronađeni potopljeni dijelovi naselja što lokalitetu daje visoku arheološku vrijednost i predstavlja jedno od najvažnijih nalazišta na otoku, no nalazište trenutno nije prezentirano ili arheološki interpretirano u turističkom smislu.

Pomorski lokaliteti





Nalazište amfora

U podmorju u uvali Vlaška Mala nalazi se arheološko nalazište amfora iz rimskog razdoblja, koje svjedoči o postojanju pomorskih trgovačkih ruta preko otoka Paga. Riječ je o teretu trgovačkog broda koji je prevozio amfore - najvjerojatnije korištene za transport vina, maslinovog ulja ili drugih prehrambenih proizvoda.

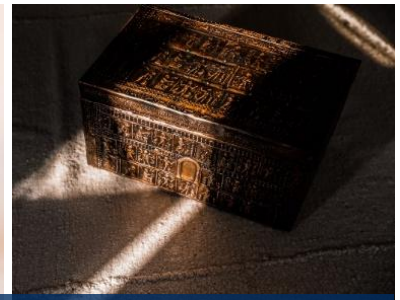
Amfore su većinom dobro očuvane i raspoređene na morskom dnu, a uz same amfore, pronađeni su i drugi predmeti poput keramičkih posuda, žrvnja za žitarice i sidra. Nalazište je otvoreno 2004. godine te ga je moguće posjetiti, no nije integrirano u ponudu kao značajan turistički proizvod.

Izvor: gradskimuzejnovalja.hr, visitnovalja.hr, novalja.hr, nalazi intervjua provedenih u sklopu ispitivanja ključnih dionika destinacije, Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Antički ostaci, amfore i ranokršćanski relikvijari ključni su arheološki lokaliteti i materijalna baština područja Novalje

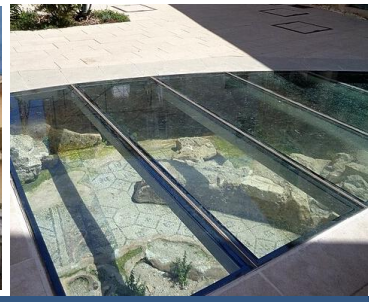
Kulturna baština

Ranokršćanski relikvijari

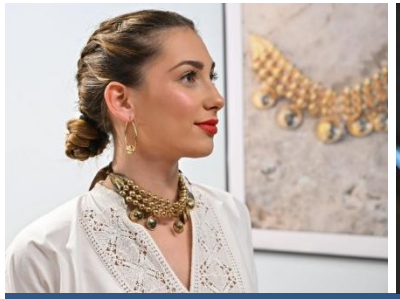
Na širem području Novalje pronađeni su ranokršćanski artefakti, među kojima se izdvajaju relikvijari pronađeni u komori ranokršćanske bazilike. Riječ je o vrijednim sakralnim predmetima primarno iz 4. stoljeća koji svjedoče o kršćanskom životu na ovom području u kasnoj antici.

Nalazi uključuju brončanu škrinju, rijetku čak i na svjetskoj razini, te oktogonalni srebrni relikvijar s prikazima kršćanskih ikona i simbola. Nalazi su trenutno pohranjeni u Gradskom muzeju Zadar zbog nedostatka adekvatnog prostora u Gradskom muzeju Novalje.

Crkve

Područje Novalje i Stare Novalje ima nekoliko značajnih sakralnih objekata koji svjedoče o povijesnom i duhovnom razvoju mjesta. U središtu Novalje nalazi se crkva sv. Katarine i crkva Majke Božje od Ružarija, u čijoj se blizini nalaze i ostaci ranokršćanske bazilike iz 5. stoljeća, važnog arheološkog lokaliteta. U Staroj Novalji ističu se crkva sv. Apostola Petra i Pavla te crkva sv. Marije, prepoznatljiva po jednostavnoj mediteranskoj arhitekturi. Sakralni objekti predstavljaju važan dio kulturnog identiteta prostora te doprinose povijesnoj prepoznatljivosti i autentičnosti destinacije.




Nakit

U novije vrijeme pokrenute su i inicijative reinterpretacije tradicijskih motiva kroz suvremene oblike dizajna, poput suradnje s poznatim brendom nakita ZAKS, koji je lansirao kolekciju nakita koja se sastoji od jedinstvenih replika starohrvatskog nakita i relikvijara. Novaljski nakit nositelj je oznake *Hrvatski otočni proizvod* u kategoriji umjetnost i dizajn.

Segment tradicionalne rukotvorine i dizajna nosi velik potencijal za turistički razvoj - kroz radionice, suvenirske proizvode, izložbe i edukativne sadržaje moguće je jače integrirati lokalnu tradiciju u ponudu i stvoriti dodanu vrijednost za turiste motivirane kulturom.

Izvor: gradskimuzejnovalja.hr, visitnovalja.hr, novalja.hr, nalazi intervjua provedenih u sklopu ispitivanja ključnih dionika destinacije, Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.



4. Analiza turističkog tržišta destinacije

4.1. Analiza turističke ponude

4.2. Analiza javne turističke infrastrukture

4.3. Analiza turističke potražnje

4.4. Analiza resursne osnove

4.5. Analiza stanja digitalizacije

Metodologija analize stanja digitalizacije

Analiza stanja digitalizacije u Novalji obuhvaća procjenu postojećih digitalnih kanala i infrastrukture koje podržavaju turizam, komunikaciju i osnovne usluge u destinaciji. Naglasak je na pregledu rješenja koja su već u primjeni te njihovoj funkcionalnosti u odnosu na potrebe posjetitelja i lokalnih dionika.

Analiza je strukturirana kroz četiri glavna područja, a za svako su provedeni pregledi dostupnih digitalnih platformi, intervjui s dionicima i uvid u javno dostupne podatke čime se nastojalo sagledati trenutačnu razinu digitalizacije te identificirati ključne snage i ograničenja postojećih rješenja.

1



2



3



4



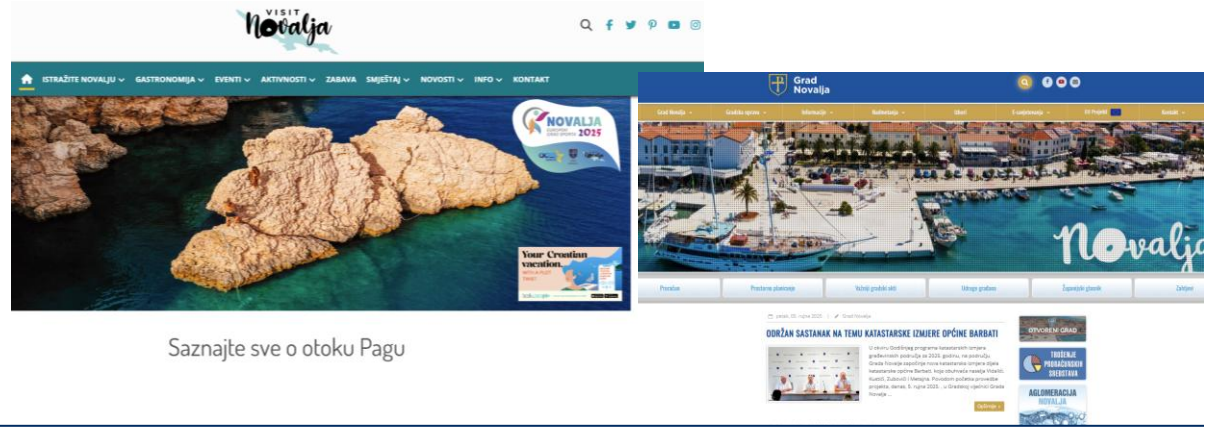
Izvor: Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Digitalna prisutnost destinacije postoji, ali je ograničene kvalitete, dok se smještajni sektor i dalje snažno oslanja na globalne posrednike uz nedovoljno razvijene vlastite kanale

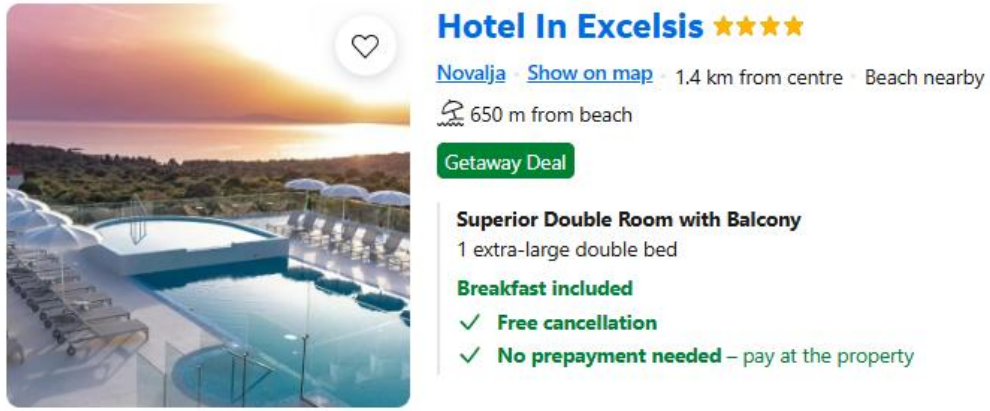
1. Analiza digitalne prisutnosti i promocije destinacije

Digitalna rješenja u Novalji koriste se prvenstveno za komunikaciju s građanima, promociju turizma i osnovne gradske usluge. Grad Novalja ima službenu web stranicu i profil na Facebooku za objavu obavijesti i informiranje građana dok Turistička zajednica grada Novalje vodi vlastitu web stranicu te profile na većini društvenih mreža, no redovita aktivnost prisutna je uglavnom na Facebooku i Instagramu. Iako postoje različite digitalne platforme koje promoviraju destinaciju, još uvijek nema jedinstvene aplikacije koja bi objedinjavala informacije o događanjima, prijevozu i lokalnim atrakcijama.



2. Razina digitalizacije smještajnog sektora

Smještaj u Novalji pretežno je privatni, uz nekoliko hotela i kampova. Prodaja se većinom odvija preko Bookinga i Airbnba, dok su vlastite stranice i izravne rezervacije slabo razvijene, osobito kod manjih iznajmljivača. Veći objekti i kampovi češće nude *online* rezervacije, ali mobilni prikaz, jezici i funkcije poput digitalne prijave i automatizirane komunikacije nisu ujednačeni. Oslonac na globalne platforme pojačava ovisnost o njihovim pravilima i načinu promocije te ograničava samostalno upravljanje prodajom i vidljivošću.



Izvor: visitnovalja.hr, novalja.hr, booking.com, Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Dostupnost digitalne infrastrukture je u fazi unaprjeđenja, a digitalizacija atrakcija ostaje fragmentirana i neujednačena

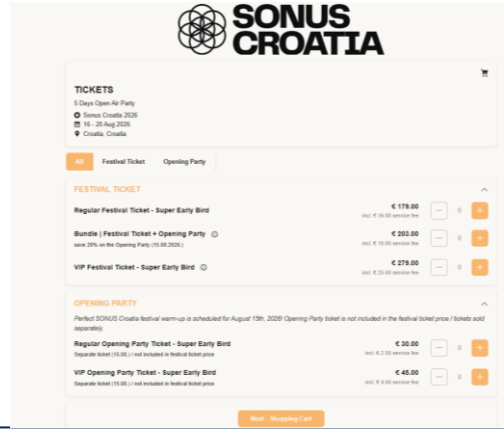
3. Dostupnost digitalne infrastrukture

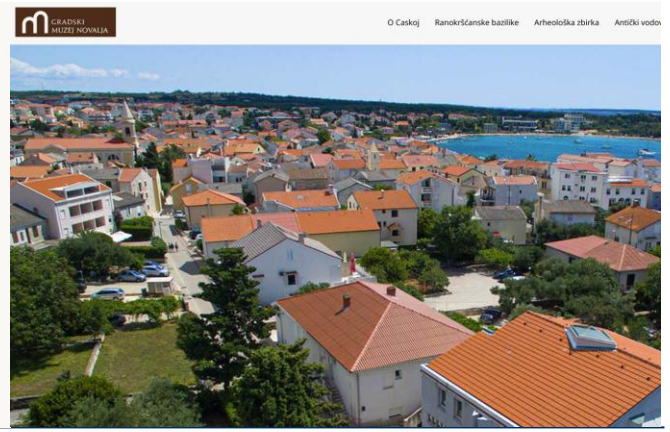
Provodi se Plan razvoja širokopojasnog interneta, čiji se završetak očekuje 2026. godine s ciljem osiguranja bržeg i stabilnijeg pristupa internetu. Javno dostupni Wi-Fi *hotspot* postoje fragmentirano, uglavnom u centru, objektima i marinama, bez jedinstvene mreže ili karte dostupnosti. Pojedini stanovnici i poslovni subjekti koriste alternativna rješenja poput Starlink interneta, što potvrđuje da infrastruktura još ne pokriva sve potrebe. Digitalne info-točke i QR rješenja koriste se selektivno, bez standardizacije jezika i održavanja, što smanjuje njihovu pouzdanost za turiste.



4. Digitalizacija događanja i atrakcija

U segmentu glazbenih festivala na plaži Zrće digitalna rješenja najrazvijenija su jer se ulaznice prodaju gotovo isključivo *online*, a promocija se dominantno provodi na društvenim mrežama. Kulturne atrakcije poput Gradskog muzeja oslanjaju se na osnovne web stranice bez naprednijih funkcionalnosti, dok staza Life on Mars predstavlja pozitivan primjer s kvalitetno razvijenom web stranicom i detaljnim informacijama za posjetitelje. Unatoč pojedinim dobrim praksama, digitalna podrška događanjima i atrakcijama još uvijek nije dovoljno razvijena niti ujednačena.





Izvor: zrce.com, gradskimuzejnovalja.hr, Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.



4. Analiza turističkog tržišta destinacije

4.1. Analiza turističke ponude

4.2. Analiza javne turističke infrastrukture

4.3. Analiza turističke potražnje

4.4. Analiza resursne osnove

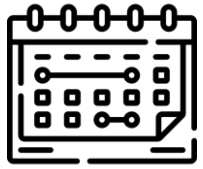
4.5. Analiza stanja digitalizacije

4.6. Analiza stanja i potreba ljudskih potencijala

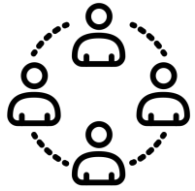
Metodologija analize stanja i potreba ljudskih potencijala

Analiza stanja i potreba ljudskih potencijala provela se na način da se ispitaju ključni dionici turističkog sektora destinacije po pitanju izazova u ovom segmentu. Ispitana su trenutno najdeficitarnija radna mjesta te istražiti načine na koji dionici odgovaraju na potrebe.

Tri su glavne teme koje su bile u primarnom fokusu tijekom ispitivanja ključnih dionika:



Izazovi sezonalnosti turističke sezone



Inozemna radna snaga



Ulaganje u obrazovanje

Temeljem dobivenih nalaza s intervjua, identificirane su ključne prednosti i nedostaci radnika i njihovih vještina u turističkom sektoru destinacije.



Vs.

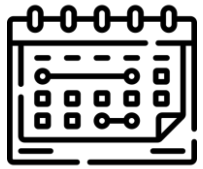


Izvor: Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Nedostatak radne snage rješava se zapošljavanjem stranih radnika, dok je za dugoročnu stabilnost tržišta rada potrebno ulaganje u obrazovanje i razvoj domaće radne snage

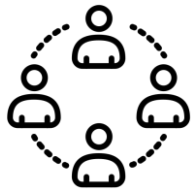
Izazovi sezonalnosti turističke sezone



Sezonalnost turizma u Novalji izravno utječe na tržište rada, stvarajući visoku potražnju za radnicima isključivo tijekom ljetnih mjeseci. Većina radnih mjesta u ugostiteljstvu, hotelijerstvu i povezanim djelatnostima dostupna je samo sezonski, što otežava zapošljavanje i zadržavanje kvalificiranih radnika na duži rok.

Ovakav obrazac zapošljavanja otežava stvaranje stabilne radne snage te smanjuje interes za dugoročnu profesionalnu orijentaciju prema turizmu.

Inozemna radna snaga



U nedostatku lokalne radne snage, turistički sektor oslanja se na strane sezonske radnike. Oni su najzastupljeniji u ugostiteljstvu, hotelijerstvu i povezanim djelatnostima, gdje nadomještaju manjak domaće radne snage. Ovakav model rada može rezultirati promjenjivom kvalitetom usluga jer se radnici često mijenjaju iz sezone u sezonu.

Također, integracija stranih radnika u lokalnu zajednicu može biti otežana zbog jezičnih barijera i razlika u radnim praksama, što dodatno utječe na stabilnost tržišta rada i standard pruženih usluga.

Ulaganje u obrazovanje



Smanjeni interes mladih za edukaciju u području ugostiteljstva i turizma ne prati potrebe tržišta rada, što direktno utječe na dostupnost kvalificirane domaće radne snage.

Postojeći programi obrazovanja u sektoru turizma i ugostiteljstva često se suočavaju s izazovima u privlačenju mladih, a nedostatak edukacijskih inicijativa koje bi povezale mlade s poslodavcima tijekom obrazovanja također utječe na slabiju pripremljenost buduće radne snage za izazove u sektoru.

Izvor: Gradska uprava Grada Novalja, nalazi intervjua provedenih u sklopu ispitivanja ključnih dionika destinacije, Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Komunikacijske vještine i znanje stranih jezika ističu se kao glavne prednosti zaposlenih u turizmu Novalje

Ključne prednosti

Komunikacijske vještine

Zaposlenici s razvijenim komunikacijskim vještinama, koji pritom pokazuju strpljenje i gostoljubivost, ključni su za kvalitetnu interakciju s turistima. Posebno se vrednuje sposobnost prepoznavanja različitih profila gostiju i prilagodbe njihovim potrebama.

Poznavanje stranih jezika

Višejezičnost, osobito znanje engleskog, njemačkog i talijanskog jezika, pozitivno utječe na doživljaj usluge i doprinosi dojmu profesionalnosti destinacije.

Profesionalan pristup i radna etika

Kandidati koji pokazuju odgovornost, točnost i pažnju prema detaljima ističu se kao pouzdani članovi timova, posebice na operativnim pozicijama. Cijeni se ozbiljan i predan odnos prema radu.

Motiviranost i spremnost na učenje

Zaposlenici koji su unutarnje motivirani, otvoreni za stjecanje novih znanja i spremni na prilagodbu pokazuju potencijal za dugoročan razvoj unutar sektora, neovisno o prijašnjem iskustvu.

Izvor: Nalazi intervjua provedenih u sklopu ispitivanja ključnih dionika destinacije, Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Ograničeno praktično iskustvo i manjak ključnih kompetencija ograničavaju profesionalni razvoj zaposlenika u turizmu Novalje

Ključni nedostaci

Nedostatak praktične pripremljenosti

Nedovoljno iskustva na operativnim pozicijama, posebice u ugostiteljstvu, stvara nesigurnost u obavljanju osnovnih zadataka i smanjuje radnu učinkovitost.

Slabe digitalne vještine i znanja

Brojni kandidati imaju ograničeno poznavanje digitalnih alata i sustava, što otežava usklađenost sa suvremenim standardima poslovanja u turizmu.

Niska razina znanja stranih jezika

Osnovno znanje engleskog jezika je često prisutno, ali nedovoljna komunikacija na jezicima važnih emitivnih tržišta ograničava ukupno korisničko iskustvo.

Manjak profesionalne odgovornosti i etike

Nedostatak radne discipline, točnosti i ozbiljnosti, osobito među mlađim kandidatima, stvara izazove u osiguravanju pouzdane usluge.

Niska razina angažiranosti i usmjerenosti na gosta

Uočava se opća nezainteresiranost za rad s ljudima i slabije razumijevanje važnosti osobnog pristupa i turističke djelatnosti za lokalnu zajednicu.

Izvor: Nalazi intervjua provedenih u sklopu ispitivanja ključnih dionika destinacije, Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.



4. Analiza turističkog tržišta destinacije

4.1. Analiza turističke ponude

4.2. Analiza javne turističke infrastrukture

4.3. Analiza turističke potražnje

4.4. Analiza resursne osnove

4.5. Analiza stanja digitalizacije

4.6. Analiza stanja i potreba ljudskih potencijala

4.7. Analiza komunikacijskih aktivnosti

Metodologija analize komunikacijskih aktivnosti

Analiza komunikacijskih aktivnosti predviđena je *Smjernicama i uputama za izradu Plana upravljanja destinacijom* kroz pet kategorija koje obuhvaćaju pregled korištenja postojećih kanala komunikacije, analizu digitalnog prisustva, analizu *offline* prisustva, analizu suradnje s trećim stranama, analizu mogućnosti prikupljanja distribucije informacija za turiste te analizu mogućnosti marketinškog fokusiranja na regionalnoj i/ili nacionalnoj razini. Kategorije navedene u metodologiji podijeljene su u tri kategorije s ciljem kvalitetnije strukture prikaza nalaza analize. Analiza je provedena na razini Turističke zajednice grada Novalje i Turističke zajednice mjesta Stara Novalja.

Aktivnosti turističke zajednice

Fokus analize su aktivnosti iz godišnjeg plana turističke zajednice uključujući razvoj turističkih proizvoda i provedene marketinške aktivnosti.

Dodatno, analizirana je suradnja turističke zajednice s trećim stranama, način oblikovanja marketinških poruka te *online* i *offline* kanali komunikacije.

Web stranica

Analiza web stranice uključuje dizajn, sadržaj i korisničko iskustvo web stranice te istaknute pozitivne strane i prostor za napredak u svakoj kategoriji.

Dodatno su analizirani i trendovi kod posjetitelja web stranice, koji uključuju nacionalnost posjetitelja, vrijeme zadržavanja na web stranici, broj posjetitelja i *bounce rate*.

Društvene mreže

Analizirani sadržaj društvenih mreža uključuje kvalitativnu i kvantitativnu analizu svih aktivnih profila turističke zajednice na društvenim mrežama. Kvantitativna analiza obuhvaća broj pratitelja, broj pregleda te interakcije sa sadržajem putem komentara ili reakcija na objave.

Kvalitativna analiza obuhvaća vizualni dojam društvenih mreža, prirodu objavljenog sadržaja te suradnju s *influencerima* i drugim dionicima u digitalnom prostoru.

Izvor: Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.



TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA NOVALJE

TZ Novalja u 2020. godini fokusirala je aktivnosti razvoja proizvoda na aktivni turizam, ističući bogatstvo svoje kulturne baštine i atraktivnost za segment obitelji

Razvoj novih turističkih proizvoda tijekom 2020. godine







Ključne aktivnosti razvoja turističkih proizvoda

Među brojnim aktivnostima razvoja proizvoda ističe se **Pag Outdoor Summer Weekend**, manifestacija koja obuhvaća sportske aktivnosti poput biciklizma i trčanja, promovirajući otok kao destinaciju za aktivni odmor.

Novalja 4 Kids Radionice imaju u cilju stimulirati potražnju obiteljskog segmenta, fokusirajući se na edukacije za djecu o lokalnoj kulturi kroz kreativne aktivnosti.

Pink Wing je luksuzna automobilistička manifestacija koja je u kolovozu 2020. okupila 79 automobila na putu od Budimpešte do Splita, obogaćujući luksuznu ponudu i potičući poslovno umrežavanje uz vrhunske gastro doživljaje.

Fokus TZ Novalja na razvoj aktivnog turizma očituje se kroz Sporazum o razvoju *outdoor* turizma, koji ne samo da fokus stavlja na unaprjeđenje soft-product infrastrukture kroz kreaciju novih iskustava i proizvoda, već i na unaprjeđenje staza i uspostavu *bike sharing* sustava, na taj način stimulirajući potražnju izvan glavne sezone.

Suradnja turističkih zajednica	*Suradnja i razvoj*
Projekti su rezultat zajedničkog napora lokalnih turističkih zajednica, s ciljem jačanja turističke ponude otoka Paga kroz aktivni turizam i edukaciju	Potpisivanje Sporazuma o razvoju *outdoor* turizma omogućava unapređenje staza i uspostavljanje *bike sharing* sustava, a otok se pozicionira kao atraktivna cjelogodišnja destinacija

Izvor: Izvješće o izvršenju programa rada TZ Novalja za 2020. godinu, Godišnji program rada TZ Novalja za 2020. godinu, Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Od 2021. godine Novalja razvija projekte usmjerene na aktivni odmor, integraciju turističkih elemenata i cjelogodišnju ponudu, ističući održivost i lokalnu gastronomiju

Razvoj novih turističkih proizvoda u razdoblju 2021. – 2024.







Ključne aktivnosti razvoja turističkih proizvoda

Najveći fokus je na kreiranju turističkih paketa koji povezuju smještaj, prijevoz i aktivnosti radi lakše kupnje i korištenja, razvoju cjelogodišnje ponude koja privlači posjetitelje u svim sezonama te podrški događanjima koja obogaćuju turističku ponudu destinacije.
„IQM" je sustav za upravljanje kvalitetom u turizmu koji povezuje subjekte radi poboljšanja pružanja usluge u destinaciji. Projekt koji je pokrenut 2020., unapređuje kvalitetu destinacije kroz uključivanje lokalnih proizvoda i povezivanje dionika, potičući izvrsnost i održivost. **„Pag Outdoor"** je projekt razvoja *outdoor* turizma na otoku Pagu koji okuplja lokalne turističke zajednice s ciljem stvaranja jedinstvene destinacije za aktivni turizam kroz promociju i razvoj zajedničke outdoor ponude, a važan je jer pozicionira otok kao atraktivnu destinaciju za turiste koji preferiraju aktivni odmor.
"Pag na meniju" promovira autohtone kuhinje te potiče autentičnost ponude i brendira lokalnu gastronomiju, s ciljem utvrđivanja standarda za ugostiteljske objekte i OPG-ove.

Integracija i kvaliteta ponude	*Aktivni turizam i gastronomija*
Fokus na povezivanje elemenata turističke ponude u pakete te podizanje kvalitete usluge kroz projekt „IQM", koji integrira lokalne proizvode i poboljšava iskustvo gostiju	"Pag Outdoor" udružuje turističke zajednice za promociju aktivnog turizma, dok "Pag na meniju" ističe autohtonu kuhinju i brendira lokalnu gastronomiju

Izvor: Izvješće o izvršenju programa rada TZ Novalja za 2021., 2022. i 2023. godinu, Godišnji program rada TZ Novalja za 2021., 2022., 2023. i 2024. godinu, Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Online oglašavanje na glavnim emitivnim tržištima koja ostvaruju najveći broj noćenja primarni je oblik marketinške komunikacije

Marketinške aktivnosti Turističke zajednice grada Novalje, 2021. – 2024.





Ključne karakteristike

- Promocija je usmjerena na tržišta koja ostvaruju najveći broj noćenja poput Njemačke te na tržišta koja pokazuju pozitivan trend rasta dolazaka (Francuska, Nizozemska, skandinavske zemlje i dr.)
- Većina promotivnih aktivnosti provodi se digitalnim putem, s ciljem postizanja šireg dosega
- Promidžba je posebno usmjerena na obitelji i parove, osobito u predsezoni i posezoni
- Događanja i ponuda za mlađe segmente nisu u primarnom fokusu, s obzirom na snažnu promociju koju provode drugi subjekti (event agencije, klubovi na plaži Zrće i sl.)
- Ukupna digitalna prisutnost klubova i event organizatora s plaže Zrće (Papaya, Aquarius, Nomad) iznosi više od 600.000 pratitelja na društvenim mrežama, s ostvarenih preko 40 milijuna pregleda organskog sadržaja godišnje

Kanali komunikacije

- **Online oglašavanje** (turistički portali, mainstream magazini)
- **Facebook**
- **Instagram**
- **TV** (promidžbeni turistički filmovi, putopisne emisije)
- **Offline oglašavanje** (domaći i inozemni tiskani mediji)

Sadržaj

- **Aktivni odmor (**cikloturizam, sportski turizam, ronilački turizam**)**
- **Gastronomska ponuda**
- **Kulturna baština**
- **Prirodne atrakcije i resursi**
- Najave **događanja i projekata** u destinaciji (*Life on Mars* utrka, koncerti, doček Nove godine i sl.)

TRŽIŠTA U PRIMARNOM FOKUSU

Njemačka | **Slovenija** | **Češka** | **Slovačka** | **Poljska** | **Mađarska** | **Hrvatska**

Izvor: TZ Novalja, Horwath HTL, 2026.

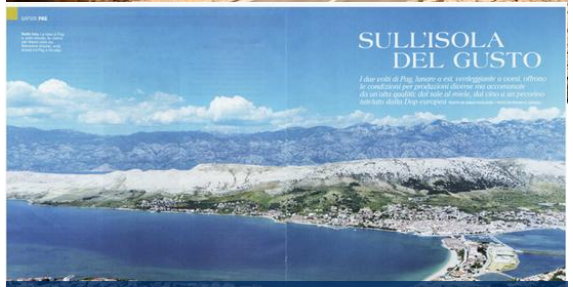
Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Turistička zajednica grada Novalje uspješno provodi marketinške aktivnosti putem raznih kanala, učinkovito pozicionirajući destinaciju kao idealno odredište za ciljne segmente

Istaknute aktivnosti komunikacije i oglašavanja Turističke zajednice grada Novalje, 2021. – 2024.

2021.





- TV emisija *Motoring* koja prikazuje putovanje od Slovačke do Hrvatske prikazana na kanalu TA3
- Prilog u visoko tiražnom talijanskom mjesečniku *In Viaggio*
- Emisija *Dreams Road* prikazana na talijanskom nacionalnom TV kanalu RAI1

2022.



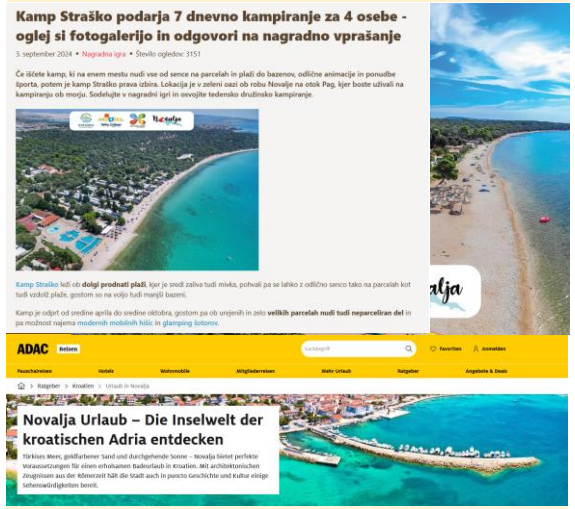
- Uspješna TV promocija Novalje:
  - Dokumentarni film za njemačku produkcijsku TV kuću MDR
  - Promidžbena kampanja za nove parfeme Tory Burch
  - Njemački *reality show Dateknaller*
  - Snimanje Netlix poljske serije (…)

2023.



- Pokrenuta je izrada **nove web stranice** Turističke zajednice grada Novalje
- Izrađena je **brend arhitektura** povodom 70 godina organiziranog turizma u Novalji
- **Megaboard** na autocesti A1 smjer Zagreb - Split, lokacija Dobra

2024.



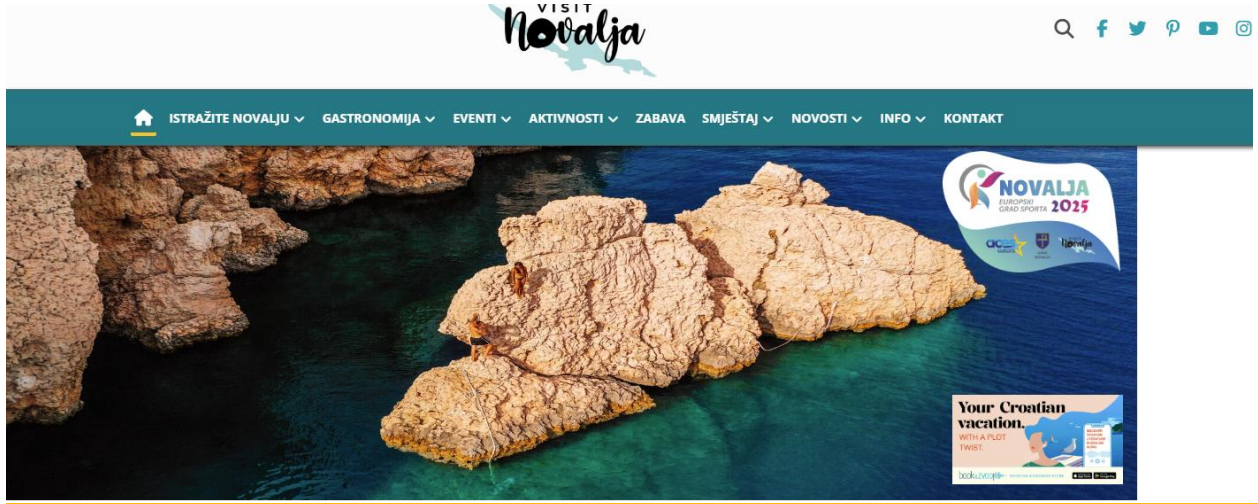
- Planirano je udruženo oglašavanje na glavnim emitivnim tržištima (tisak i web):
  - **Ciljna skupina**: turisti koji preferiraju luksuzni odmor u prirodi, dobi od 35 do 55, više platežne moći
  - **Cilj**: Pozicioniranje destinacije Novalja kao idealne kombinacije luksuznog smještaja, prirode i aktivnog odmora

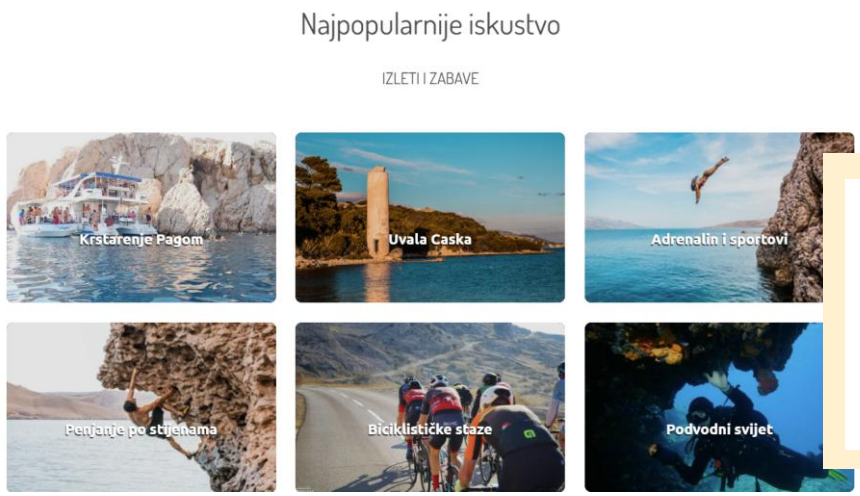
Izvor: TZ Novalja, Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Dizajn web stranice prenosi osnovnu atraktivnost destinacije kroz fotografije i boje, no vizualni okvir i manjak modernijih grafičkih rješenja ostavljaju dojam zastarjelosti

Analiza dizajna web stranica Turističke zajednice grada Novalje





Kvalitetne fotografije i pregledna struktura

DIZAJN

POZITIVNO

- Korištenje fotografija visoke kvalitete učinkovito prenosi atmosferu destinacije
- Jednostavna struktura početne stranice olakšava orijentaciju
- Paleta boja podupire prepoznatljivost brenda

NEGATIVNO

- Zastarjeli vizualni okvir - tipografija, ikonografija i grafički elementi ne prate suvremene standarde
- Tekstualni elementi unutar *slidera* često nemaju odgovarajući kontrast u odnosu na pozadinske fotografije
- Nedostaje dinamičnost u tipografiji i raznolikost vizualnih elemenata, sadržaj se gotovo u potpunosti oslanja na fotografije, bez modernih grafičkih rješenja ili *storytelling* pristupa



Zastario font, loš kontrast smanjuju čitljivost

Izvor: visitnovalja.hr, Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Sadržaj web stranice obuhvaća širok spektar relevantnih tema i pruža korisne praktične informacije, ali manjak *storytellinga* i dubine obrade tema umanjuje učinkovitost stranice

Analiza sadržaja na web stranici Turističke zajednice grada Novalje

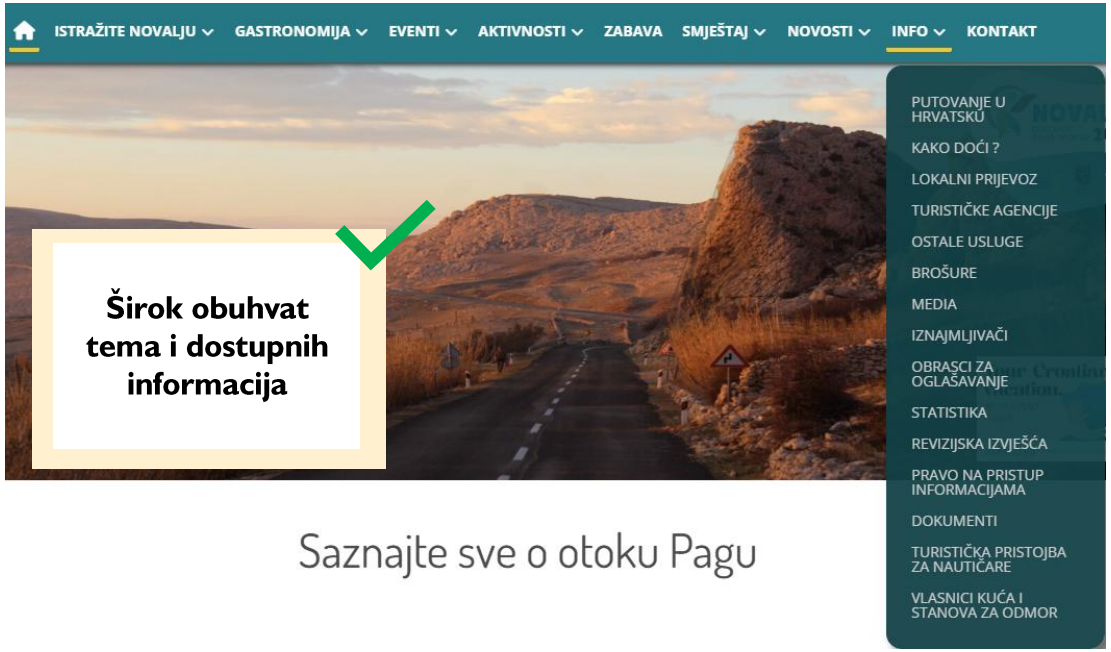
SADRŽAJ

POZITIVNO

- Stranica pokriva široki raspon tema od interesa posjetitelja
- Lako dostupne praktične informacije pružaju potrebnu podršku posjetiteljima
- Rubrike poput "Jeste li znali?" ili isticanje lokalnih doprinose diferencijaciji destinacije
- Sadržaj dostupan na više jezika osigurava dostupnost ključnim emitivnim tržištima

NEGATIVNO

- Nedostatak ažurnosti - novosti nisu uvijek redovito ažurirane, čime sadržaj gubi na vjerodostojnosti
- Prezentacija sadržaja pretežno informativna, a manje inspirativna
- Tekstovi većinom opisni i faktografski, bez *storytelling* pristupa ili emocionalnog angažmana
- Nedovoljna hijerarhija i isticanje ključnih poruka uz loše strukturirane tekstove
- Nekonzistentnost u kvaliteti i dubini sadržaja



Širok obuhvat tema i dostupnih informacija

Ranokršćanski novaljski relikvijari

Zbog neprocjenjiva religijskog značenja i vrijednosti plemenitih metala od kojih su najčešće izrađivani, relikvijari spadaju u rijetku sk
relikvijari otkriveni su u manjoj podzemnoj komori formiranoj od ploča, ukopanoj u sklopu do danas neistražene ranokršćanske ba
pravokutna drvena škrinjica obložena iskucanim limom unutar koje su se nalazile staklena urna i srebrna eliptična posuda. Kasnije
skupini pridodan i poligonalni relikvijar.

Tekst izričito informativnog karaktera, ne i pozivajućeg

Oktogonalni ranokršćanski relikvijar iz Novalje, IV st.

ćanstva predstavlja procvat razvoja o čemu svjedoče svi ovi nalazi, a među njima se posebno ističe oktogonalni relikvijar od pozlaćenog srebrnog lima s
koji prikazuje Krista i apostole, raspoređen na osmerostranoj posudici, čiji poklopac ima na vrhu borovu šišku. Ovaj nalaz datira iz IV st. i vrlo je
kvalitetne umjetničke izrade te u potpunosti očuvan i čuvan u Arheološkom muzeju u Zadru.

Izvor: visitnovalja.hr, Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Iako je orijentacija na stranici jednostavna, uz implementaciju dinamičnih elemenata i bolju vizualnu hijerarhiju, iskustvo korisnika se može znatno poboljšati

Analiza iskustva korisnika na web stranici Turističke zajednice grada Novalje

ISKUSTVO KORISNIKA

POZITIVNO

- Jasna orijentacija na početnoj stranici s prezentiranim ključnim segmentima
- Virtualna šetnja i video-materijali stvaraju osjećaj interaktivnosti i angažmana
- Praktične informacije pod tabom Info pozicionira stranicu kao pouzdan izvor informacija

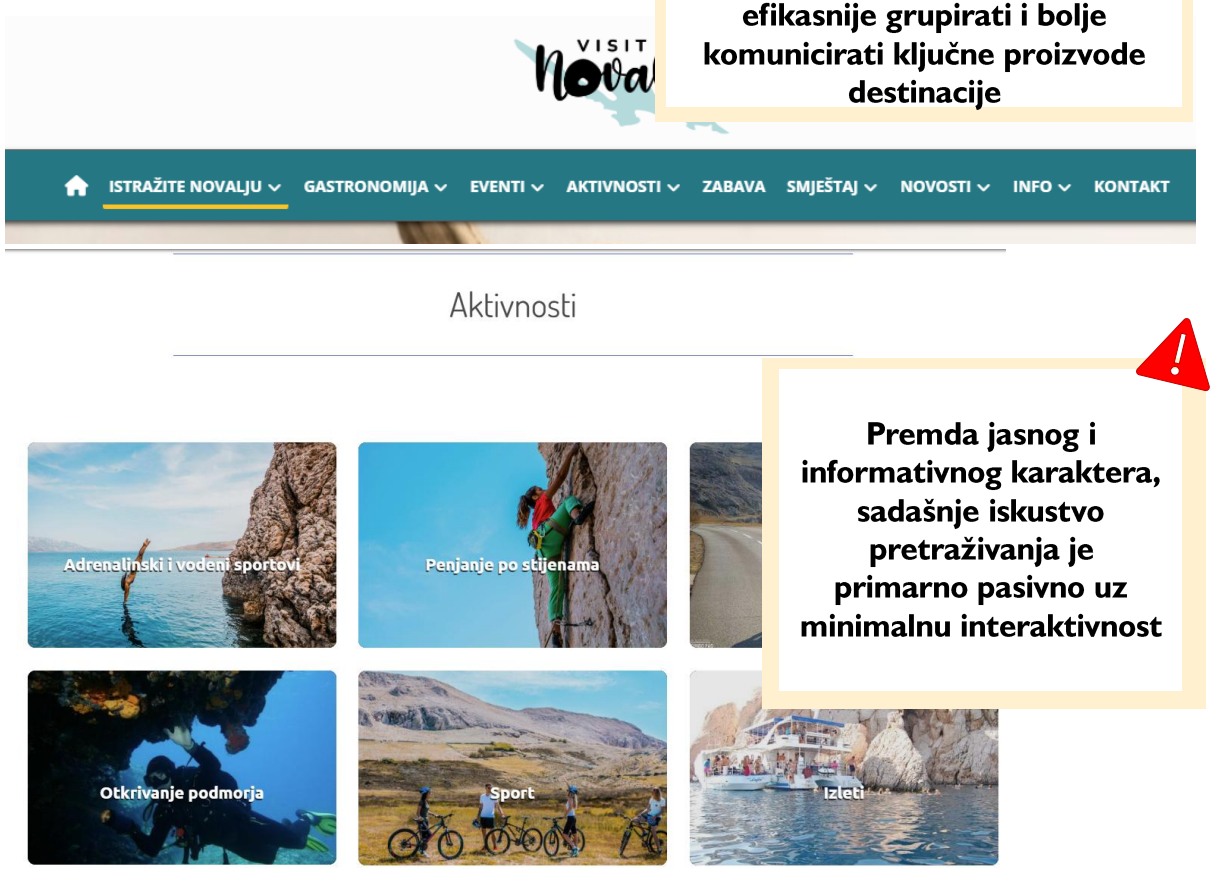
NEGATIVNO

- Loša hijerarhija u glavnom meniju i prevelik broj stavki otežava intuitivno snalaženje
- Navigacija na manjim ekranima i mobilnim uređajima nije prilagođena posjetiteljima u najboljoj mjeri
- Nedostaju suvremeni alati koji bi olakšali korisničku interakciju



Virtualna šetnja kvalitetan je primjer interaktivnosti

Dojam je da se kategorije mogu efikasnije grupirati i bolje komunicirati ključne proizvode destinacije



Premda jasnog i informativnog karaktera, sadašnje iskustvo pretraživanja je primarno pasivno uz minimalnu interaktivnost

Izvor: visitnovalja.hr, Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Nakon hrvatskih državljana, web stranicu Visit Novalja najviše posjećuju Talijani, a prosječni posjetitelj na web stranici provede 1 minutu i 15 sekundi

Kvantitativna analiza web stranice Novalje

Top 5 zemalja čiji stanovnici najviše posjećuju web stranicu Turističke zajednice grada Novalje

1.	Hrvatska	67%	2.	Italija	10%	3.	Slovenija	5%	4. Njemačka 4%	5. Austrija 3%

Trajanje posjeta

0:01:15

Mjesečni broj posjetitelja

17.443

Bounce rate

47.69%

- Najveći broj posjeta evidentira se od strane domaće publike (67%)
- Prosječno trajanje posjete stranici iznosi 1 minutu i 15 sekundi, što ukazuje na potencijalnu potrebu za poboljšanjem angažmana korisnika ili sadržaja stranice
- Web stranica ima visok *bounce rate* od 47,69%, što sugerira da gotovo polovica posjetitelja napušta stranicu bez daljnje interakcije

Izvor: similarweb.com, lipanj 2025., Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Instagram se ističe kao najaktivnija društvena mreža, međutim postoji prostora za napredak kako bi se njezin puni potencijal ostvario, primarno kroz *Reels* forme

Facebook stranica Visit Novalja ističe se preglednošću i lako razumljivim sadržajem, dostupnim široj publici. Objave, koje se redovito dijele svaka dva dana, obuhvaćaju važne informacije od regulacije prometa do kulturnih događanja, pružajući pregled dostupnih aktivnosti za građane i posjetitelje.

Osim informativnog sadržaja, redovito se dijele fotografije koje pozivaju goste u destinaciju. Promocija Novalje i otoka Paga naglašava sunce, more, aktivni i obiteljski odmor te gastronomiju, motivirajući na taj način različite segmente posjetitelja.

Oznake „sviđa mi se" i dijeljenja su prisutne, dok je interakcija s korisnicima kroz komentare slaba.

14.000

Broj pratitelja

Instagram profil Novalje broji preko II tisuća pratitelja, što predstavlja značajan broj za turističku zajednicu ove veličine. Međutim, sadržaj na profilu nedovoljno je povezan, što korisnicima onemogućava stjecanje jasne slike o identitetu brenda destinacije. Sadržaj nije prilagođen ciljnoj skupini koja aktivno koristi Instagram. Potencijal Instagram *Reels* forme nedovoljno je iskorišten u svrhu promocije; fokus je isključivo na snimanju videa o pojedinim događanjima, čime se ograničava njihov potencijal. Iako su objave konzistentne, ne ostvaruju značajan doseg, reakcije ili lajkove.

Postoji značajan potencijal za bolje korištenje *Reels* formata video sadržaja, što bi moglo unaprijediti promociju, aktivaciju kampanja, te posljedično poboljšati angažman i prepoznatljivost destinacije.

11.400

Broj pratitelja

X je društvena mreža koja je zanemarena, no aktivno upravljanje profilom može donijeti brojne prednosti. Omogućuje brzu komunikaciju s korisnicima i poboljšava angažman. Idealna je za dijeljenje ažuriranja i događanja u stvarnom vremenu, čime se povećava vidljivost destinacije putem *hashtagova*.

Također privlači novinare i *influencere*, što može pomoći u stvaranju pozitivnog imidža. Reagiranje na trendove dodatno ističe atraktivnost destinacije.

Aktiviranje profila na X platformi može doprinijeti efikasnijoj realizaciji marketinške strategije i dodatnom povećanju prepoznatljivosti destinacije.

15

Broj pratitelja

Izvor: Facebook stranica Visit Novalja, rujan 2025., Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Sekundarne turističke mreže poput TikTok-a, YouTube-a i Pinteresta su u velikoj mjeri zanemarene, iako njihova aktivacija može imati snažnu ulogu u jačanju imidža destinacije

TikTok, trenutno najpopularnija društvena mreža s neograničenim mogućnostima za kreativnost i razvoj destinacija, zanemarena je u promociji Novalje. Ova platforma privlači korisnike svih dobnih skupina, od mladih do starijih, čineći je idealnim alatom za dosezanje šire publike. Mnoge destinacije su upravo zahvaljujući TikTok kampanjama uspjele podići svoj imidž i popularnost, što je rezultiralo povećanjem broja posjetitelja.

Kao besplatna platforma za marketing, TikTok predstavlja iznimno korisnu priliku za promociju, a izostanak njegove upotrebe u strategiji Novalje predstavlja propuštenu priliku za jačanje prepoznatljivosti i privlačnosti destinacije, osobito kod mlađe populacije koja u velikom broju i dolazi u destinaciju.

/

Broj pratitelja

Visit Novalja ima vlastiti YouTube kanal, koji predstavlja vrijedan komunikacijski alat za promociju destinacije, no trenutačno nije aktivan u smislu redovitih objava i sustavnog upravljanja sadržajem. YouTube je izvrsna platforma za promociju kroz video sadržaje i kampanje, omogućujući isticanje Novalje i otoka Paga kao atraktivnih destinacija.

Video sadržaji mogu prikazati destinaciju iz različitih aspekata, uključujući prirodne ljepote, kulturne događaje i aktivnosti koje privlače posjetitelje. Aktivno korištenje promotivnih videa moglo bi značajno poboljšati marketinšku strategiju turističke zajednice, privlačeći više turista i jačajući imidž destinacije.

118

Broj pratitelja

Pinterest profil Novalje je zanemaren, s posljednjom objavom koja datira prije više od osam godina. Iako postoje brojne spremljene i objavljene fotografije vezane uz destinaciju, potencijal ove platforme ostaje neiskorišten.

Sadržaj nije prilagođen publici koja koristi Pinterest, a promotivne kampanje su izostale. Broj pratitelja je vrlo mali što dodatno ukazuje na nisku razinu angažmana. Profil djeluje zastarjelo, a profilna fotografija ne odražava trenutni identitet Novalje kao destinacije.

Ova situacija predstavlja propuštenu priliku za motiviranje posjetitelja na dolazak u destinaciju kroz pažljivo odabrane fotografije koje najbolje prezentiraju turističku ponudu destinacije.

313

Broj pratitelja

Izvor: Facebook stranica Visit Novalja, rujan 2025., Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

U 2025. godini, Facebook je generirao najveći udio ukupne vidljivosti, dok je Instagram ostvario viši organski doseg

Primarno korišten za ostvarivanje dosega, uz oslonac na plaćeno oglašavanje.

Broj pregleda:	9.231.590 (2025.)	25% Oglasi, 75% Organski
Interakcije:	41.400 (2025.)	+146,5% U odnosu na 2024.
Posjeti profilu:	130.600 (2025.)	+52,9% U odnosu na 2024.
Novi pratitelji:	1.700 (2025.)	+107,2% U odnosu na 2024.

Primarno usmjeren na sadržaj inspirativnog karaktera i poticanje angažmana, uz snažan organski učinak.

Broj pregleda:	995.153 (2025.)	32% Oglasi, 68% Organski
Interakcije:	4.200 (2025.)	+100,0% U odnosu na 2024.
Posjeti profilu:	13.100 (2025.)	+61,7% U odnosu na 2024.
Novi pratitelji:	1.100 (2025.)	

- U 2025. godini zabilježen je snažan rast ključnih pokazatelja u odnosu na prethodno razdoblje, tj. 2024. godinu.
- Ostvareni volumen pregleda potvrđuje visoku razinu vidljivosti sadržaja tijekom godine, uz izraženu sezonalnu i kampanjsku dinamiku.
- Struktura dosega ukazuje na značajnu ulogu plaćenih aktivnosti u ukupnom volumenu, uz vidljiv organski potencijal, osobito na Instagramu.

Rezultati potvrđuju stabilan rast digitalne prisutnosti, uz prostor za daljnju optimizaciju.

Izvor: TZ Novalja, Godišnji izvještaj upravljanja društvenim mrežama, Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.



TURISTIČKA ZAJEDNICA MJESTA STARA NOVALJA

Marketinške aktivnosti turističke zajednice svode se na sudjelovanje na sajmovima, održavanje web stranice te izradu promotivnih materijala

Istaknute aktivnosti komunikacije i oglašavanja Turističke zajednice mjesta Stare Novalje, 2022. – 2025.

2022.

- Informiranje pravnih i fizičkih osoba o uputama vezanim uz turističko poslovanje
- Tiskanje promotivnih i informativnih materijala za iznajmljivače, vlasnike kuća i stanova za odmor te za turiste
- Distribucija promotivnih materijala na domaćem i inozemnom tržištu
- Oglašavanje u turističkim časopisima i inozemnim izdanjima
- Promocija putem interneta i video zidova
- Izrada suvenira i ostalih promotivnih materijala

2023.

Sajmovi i prezentacije

- Sudjelovanje na turističkom sajmu u Beču (u suradnji s TZ Ličko-senjske županije)
- Nastup na turističkoj burzi "Put"
- Sudjelovanje na Danima hrvatskog turizma u Opatiji

Promotivni materijali

- Izrada novih promotivnih materijala i suvenira
- Reprint postojećih brošura i promotivnih sadržaja

Internetska stranica

- Redovno održavanje stranice tzstaranovalja.hr
- Izrada i nadopuna sadržaja s ciljem boljeg informiranja turista

2024.

Vidljivost i informiranje

- Aktivnosti usmjerene na jačanje prepoznatljivosti destinacije i kvalitetnije informiranje gostiju

Sajmovi i edukacije

- Sudjelovanje na sajmovima i poslovnim radionicama u suradnji s TZ Županije
- Organizacija edukacija i prezentacija za iznajmljivače

Promotivni materijali

- Izrada novih promotivnih materijala i suvenira
- Reprint postojećih brošura

Internetska stranica

- Redovno održavanje i obogaćivanje sadržaja web stranice

2025.

Vidljivost destinacije i informiranje gostiju

- Aktivnosti usmjerene na jačanje prepoznatljivosti i dostupnost informacija turistima

Sajmovi i radionice

- Sudjelovanje na turističkim sajmovima i poslovnim radionicama u suradnji s TZŽ
- Organizacija lokalnih prezentacija i edukacija za iznajmljivače

Promotivni materijali

- Izrada novih promotivnih materijala, brošura i suvenira
- Reprint postojećih promotivnih izdanja

Internetska stranica

- Redovno održavanje stranice
- Izrada i obogaćivanje sadržaja

Izvor: Izvješće o izvršenju programa rada za 2022., 2023., 2024. i 2025. godinu TZ mjesta Stara Novalja, Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Jedna od ključnih aktivnosti TZM Stara Novalja je organizacija vlastitih događanja te pružanje potpore organizaciji događanja drugih dionika

Kalendar događanja TZM Stara Novalja u 2024. godini

- TZM Stara Novalja organizira i podupire raznovrstan kalendar događanja koji se proteže od travnja do studenog, s težištem u srpnju i kolovozu.
- Program obuhvaća *outdoor* aktivnosti poput bike tura, kajak tura i *hiking* ruta po Stazi Svetojanj, kulturno-zabavne sadržaje kao što su dječje i kazališne predstave, glazbene večeri te ribarske večeri s naglašenim lokalnim identitetom.
- Uz vlastite programe, TZM pruža organizacijsku potporu i privatnim dionicima, ponajprije turističkim agencijama i lokalnim udrugama.
- Prisutnost događanja izvan ljetnih vrhunaca, osobito u svibnju, rujnu i listopadu, ukazuje na potencijal za daljnje produženje sezone kroz strukturirani programski okvir.







Izvor: TZ mjesta Stara Novalja, Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Web stranica pruža osnovnu razinu informacija o destinaciji kroz pregledan, ali vizualno zastario dizajn i manjak kvalitetnog i interaktivnog sadržaja

Analiza web stranice Turističke zajednice mjesta Stare Novalje

	 POZITIVNO	 NEGATIVNO
DIZAJN	• Jednostavan i pregledan vizualni okvir omogućuje lako čitanje i brzu percepciju sadržaja • Galerije i vizualni materijali unose osnovnu razinu atraktivnosti i pomažu u stvaranju identiteta destinacije • Jasno istaknuti osnovni podaci poput smještaja, kontakta i događanja	• Tipografija, boje i raspored podsjećaju na starije web standarde i ne prate moderne trendove • Manjak atraktivnijih fotografija koje prenose doživljaj destinacije i ističu identitet i posebnost Stare Novalje (lokalni motivi, kulturni sadržaji i slično) • Sve stranice izgledaju gotovo jednako, bez vizualnih naglasaka ili grafičkih elemenata
SADRŽAJ	• Jasno organiziran izbornik i osnovne informacije lako dostupne • Kalendar događanja u primarnom fokusu komunikacije, ističući bogat raspored kao primarni motiv dolaska • Informativno opisane plaže, vidikovci i staze, uz kvalitetne slike • “Staza Svetojanj” sadrži korisne podatke i fotografije za planiranje izleta	• Sadržaj je uglavnom informativan, bez *storytelling* elemenata koji bi stvarali emocionalni angažman, uz primjetan manjak informacija o aktivnostima, baštini i atrakcijama • Opis destinacije nalazi se na dnu stranice, dok početak prikazuje samo video, slike i kalendar bez uvodnih informacija, itinerara, vodiča te prikaza gastronomije i kulture • Sadržaj dostupan isključivo na hrvatskom jeziku, što ograničava međunarodnu publiku
ISKUSTVO KORISNIKA	• Glavni izbornik pokriva ključne teme i omogućava brz pristup osnovnim informacijama • Generalno, korisničko iskustvo je funkcionalno i relativno brzo zbog jednostavnog dizajna	• Primjetan manjak interaktivnog sadržaja umanjuje iskustvo korisnika • Nema jasnog sadržajnog toka ni strukture (što raditi, gdje boraviti) što otežava korisniku snalaženje na stranici • Samo su pojedine podstranice korisne, dok je većina površna i ne pruža potrebnu razinu informacija za potpuno iskustvo korisnika

Izvor: tzstaranovalja.hr, Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Osim hrvatskih državljana, web stranicu Stare Novalje posjećuju još samo korisnici iz Češke, a prosječni posjetitelj na stranici provede tek 25 sekundi

Kvantitativna analiza web stranice Stare Novalje

Trajanje posjeta

0:00:25

Mjesečni broj posjetitelja

1.175

Bounce rate

46.33%

- Od ožujka do lipnja 2025. web stranicu Stare Novalje posjetili su korisnici iz samo dvije zemlje

Hrvatska	**71,72%**
Češka	**28,28%**

- Prosječno trajanje posjete stranici iznosi svega 25 sekundi, što je nizak pokazatelj i upućuje na potrebu za poboljšanjem kvalitete i relevantnosti sadržaja te angažmana korisnika
- Web stranica ima visok bounce rate od 47,69%, što sugerira da gotovo polovica posjetitelja napušta stranicu bez daljnje interakcije

Izvor: similarweb.com, lipanj 2025., Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Facebook stranica se primarno koristi za informiranje lokalnog stanovništva dok se na Instagramu objavljuje vizualno kvalitetan sadržaj, ali bez primjetne strategije objavljivanja

Facebook stranica Visit Stara Novalja jednostavna je i pregledna, s jasno istaknutim informacijama koje su prvenstveno relevantne za lokalno stanovništvo.

Objave obuhvaćaju teme poput komunalnog uređenja, javnih poziva i najava događanja, pružajući koristan pregled aktualnosti. Iako sadržaj ima informativnu vrijednost, interakcija korisnika je niska. Broj lajkova, komentara i dijeljenja je ograničen, a komunikacija sa zajednicom putem komentara rijetka.

Stranica ima potencijal za jače uključivanje publike i veću vidljivost sadržaja koji bi mogao biti zanimljiv i posjetiteljima.

2.100

Broj pratitelja

Instagram profil Visit Stara Novalja ima stabilan broj pratitelja i vizualno kvalitetan sadržaj, što pruža dobru osnovu za jačanje prisutnosti na platformi fokusiranoj na vizualnu promociju destinacija.

Objave s motivima mora i pejzaža estetski su privlačne, ali sadržaj je nepovezan i ne gradi jasan identitet destinacije. Nedostaje autentičnosti jer lokalna svakodnevica, ljudi i kultura gotovo uopće nisu zastupljeni. Iako su objave redovite, njihov doseg i vidljivost su ograničeni. Storytelling nije prisutan, a Reels objave se koriste rijetko i bez koncepta, uz izostanak trendovskih elemenata važnih za angažman.

Unatoč kvalitetnoj vizualnoj osnovi, profil trenutačno ne koristi puni potencijal Instagrama za promociju i povezivanje s publikom.

4.634

Broj pratitelja

Izvor: Facebook stranica Visit Stara Novalja, rujan 2025., Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.



4. Analiza turističkog tržišta destinacije

4.1. Analiza turističke ponude

4.2. Analiza javne turističke infrastrukture

4.3. Analiza turističke potražnje

4.4. Analiza resursne osnove

4.5. Analiza stanja digitalizacije

4.6. Analiza stanja i potreba ljudskih potencijala

4.7. Analiza komunikacijskih aktivnosti

4.8. Analiza konkurencije

Analiza konkurencije sastoji se od dva komplementarna dijela

Analiza konkurentskog seta destinacija	***Cilj*** ***Kontekstualizirati poziciju destinacije unutar šireg regionalnog turističkog okruženja.***	U okviru ove analize identificiran je konkurentski set destinacija koje dijele slične karakteristike sa Novaljom u kontekstu turističke ponude, klimatskih preduvjeta i geografskog položaja. Odabrane destinacije za usporedbu su: Mali Lošinj, Cres, Rab, Bol i Hvar. Analiza se sastoji od kvantitativnog i kvalitativnog dijela. Kvalitativna analiza pruža pregled i usporedbu ključnih elemenata turističke ponude, odnosno proizvoda na kojima destinacije temelje svoje tržišno pozicioniranje, dok kvantitativna analiza uspoređuje destinacije na temelju odabranih pokazatelja uspješnosti, uključujući broj dolazaka, broj noćenja, smještajne kapacitete, sezonalnost i druge dostupne metrike.
Analiza primjera dobre prakse	***Cilj*** ***Omogućiti uvid u inovativne i učinkovite prakse koje mogu poslužiti kao polazište za daljnje unaprjeđenje konkurentnosti i održivosti turizma u destinaciji.***	U sklopu analize primjera dobre prakse bit će obuhvaćene razvojne inicijative iz različitih međunarodnih destinacija koje predstavljaju relevantne primjere dobre prakse. Analiza je kvalitativnog karaktera, s fokusom na tri ključna područja: • marketinška komunikacija • razvoj proizvoda • destinacijski menadžment Svaka razvojna inicijativa bit će detaljno predstavljena, s posebnim naglaskom na njezinu relevantnost i ključne elemente koji mogu poslužiti kao primjer za unaprjeđenje turističke ponude Novalje.

Izvor: Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Analiza konkurentskog seta destinacija

Lošinj, Cres i Rab nude primjere razvoja izvansezonskih sadržaja kao što su wellness, biciklizam, lokalni običaji i outdoor aktivnosti

Odabrane su hrvatske otočne destinacije s izraženim turističkim prometom, oblikovanim imidžem i specifičnim fokusom. Kao što je slučaj s otokom Pagom, riječ je o otocima s razvijenom infrastrukturom i izraženom sezonskom orijentacijom, zbog čega su relevantne za usporedbu i važne u kontekstu pozicioniranja Novalje. Svaka od tih destinacija predstavlja drugačiji pristup razvoju turizma, što omogućuje sagledavanje potencijala, prilika i smjerova u kojima Novalja može dodatno rasti i diferencirati se.

Lošinj

Najrazvijenija otočna destinacija Kvarnera s jasnim cjelogodišnjim pozicioniranjem kroz brend „otok vitalnosti". Fokus na zdravlje, wellness i aktivni boravak u prirodi.

Glavni turistički proizvodi

Sunce i more | Wellbeing | Aktivni odmor

Glavna emitivna tržišta

Rab

Snažna pozicija u obiteljskom turizmu, prepoznatljive pješčane plaže i dugogodišnja baza vjernih gostiju privučenih sigurnošću i tradicijom odmora.

Glavni turistički proizvodi

Sunce i more | Aktivni odmor | Kultura

Glavna emitivna tržišta

Cres

Snažan fokus na prirodu, kamping i *outdoor* turizam, čime nudi alternativu masovnijem modelu. Privlači goste koji traže mir, autentičnost i aktivni boravak.

Glavni turistički proizvodi

Aktivni odmor | Sunce i more | Sportsko-rekreativni turizam

Glavna emitivna tržišta

Izvor: TZ Mali Lošinj, TZ Cres, TZ Rab, Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Brač i Hvar konkuriraju Novalji jer privlače sličnu ciljnu skupinu kroz proizvode poput noćnog života, nautike, aktivnog odmora i obiteljskog turizma

Hvar i Brač predstavljaju destinacije s izraženim turističkim prometom i jasno profiliranim karakterom. Hvar kao luksuzna i *party* destinacija s jakom nautičkom scenom i međunarodnom prepoznatljivošću, a Brač kao otok koji kombinira prirodne atrakcije, aktivni odmor i obiteljski turizam. Njihov pristup razvoju turizma temeljen na doživljaju, imidžu i raznolikosti sadržaja može poslužiti kao inspiracija za nadogradnju ponude Novalje.

Hvar

Međunarodno prepoznata destinacija s fokusom na noćni život, luksuzni turizam i nautičku ponudu više klase, što ga čini privlačnim za mlađe, trendseterske i visokoplatežne goste.

Glavni turistički proizvodi

Nautički turizam

Sunce i more

Party turizam

Glavna emitivna tržišta

Brač

Raznolika destinacija koja kombinira obiteljski, aktivni i kulturni turizam s poznatim prirodnim atrakcijama. Balansiranom ponudom privlači širu publiku, od sportskih entuzijasta do obitelji i individualnih gostiju u potrazi za autentičnim doživljajem.

Glavni turistički proizvodi

Nautički turizam

Sunce i more

Aktivni odmor

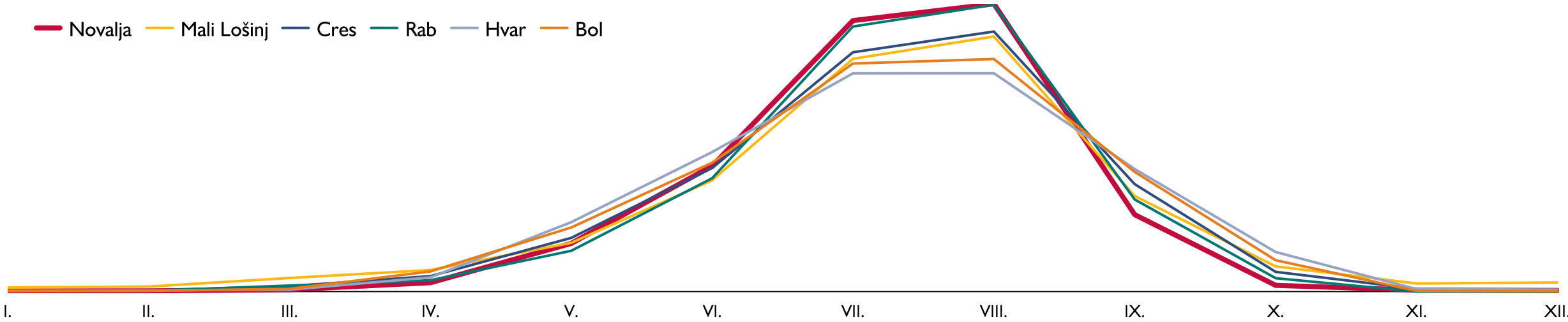
Glavna emitivna tržišta

Izvor: TZ Bol, TZ Hvar, Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Novalja bilježi najveću ovisnost o proizvodu sunca i mora dok Hvar ima najpoloženiju krivulju sezonalnosti što upućuje na razvoj turističke ponude i van ljetnih mjeseci

Sezonalnost u konkurentnim destinacijama



Izrazita sezonalnost turističke potražnje

Analiza pokazuje izraženu sezonalnost u svim promatranim otočnim destinacijama, s visokom koncentracijom turističkog prometa u srpnju i kolovozu. Novalja ima najizraženiju sezonalnost, sa 67,31% noćenja ostvarenog u ta dva mjeseca, uz gotovo potpuni izostanak noćenja u zimskom razdoblju. Slijede Rab i Cres s također vrlo visokim ljetnim udjelima. Bol pokazuje nešto blažu sezonsku koncentraciju zahvaljujući većoj posjećenosti u svibnju i rujnu. Iako Mali Lošinj i Hvar bilježe nešto veće udjele u izvansezonskim mjesecima u usporedbi s ostalima, i kod njih je sezonalnost i dalje izražena, što potvrđuje snažnu orijentaciju svih destinacija prema ljetnoj sezoni.

Sezonalnost turističkog prometa u destinacijama (srpanj i kolovoz)

1	**Novalja:** 67,3%	4	**Mali Lošinj:** 58,8%
2	**Rab:** 65,6%	5	**Bol:** 55,5%
3	**Cres:** 60,2%	6	**Hvar:** 52,6%

Izvor: TZ Mali Lošinj, TZ Cres, TZ Rab, TZ Bol, TZ Hvar, Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Novalja bilježi najveći broj kreveta, 38% više od Raba, ali ne i najveći promet ili prosječnu dužinu boravka turista što ukazuje na potrebu za daljnjim razvojem turističke ponude

Pregled ključnih pokazatelja turističke potražnje i ponude (2024.)

	Novalja	Mali Lošinj	Cres	Rab	Bol	Hvar
Dolasci	**291.451**	307.377	135.394	186.251	112.261	199.032
Noćenja	**1.998.521**	2.243.336	1.056.164	1.317.117	610.023	691.863
ALS (u danima)	**6,8**	7,3	7,8	7,1	5,4	3,5
Noćenja u hotelima	**117.209**	428.331	50.786	194.778	352.120	262.406
Broj kreveta	**35.258**	22.350	21.431	25.549	8.064	12.023
Broj kreveta u hotelima	**1.262**	3.227	543	1.249	2.052	2.029
Zauzetost kreveta	**16%**	27%	14%	14%	21%	16%
Zauzetost kreveta u hotelima	**26%**	36%	26%	43%	47%	35%

Izvor: TZ Mali Lošinj, TZ Cres, TZ Rab, TZ Bol, TZ Splitsko-dalmatinske županije, Horwath HTL, 2026.
*Podaci u analizi uzeti isključivo za Novalju i ne uključuju Staru Novalju

Legenda: Najviša vrijednost | Najniža vrijednost

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Analiza primjera dobre prakse

Turistička zajednica Malte je s visoko kvalitetnim i povezanim sadržajem na društvenim mrežama oživjela brend i identitet destinacije

VisitMalta – Explore More









Ključne značajke

U 2022. godini, aktivnosti Turističke zajednice Malte usredotočile su se na integrirane marketinške kampanje koje naglašavaju **prirodne ljepote**, **aktivnosti** u destinaciji i **autentičnost** otoka. Kampanja je obuhvatila **seriju kratkih videa** koji promoviraju razne aktivnosti, uključujući ronjenje, biciklizam, istraživanje povijesnih lokaliteta i šetnje u prirodi. Osim toga, kulturne aktivnosti te tradicionalni i moderni festivali dodatno su obogatili sadržaj, dok su **lokalni specijaliteti i kulinarska ponuda** također bili u fokusu. Kampanja nije bila ograničena samo na **online sadržaj**; uključivala je i OOH (*out-of-home*) tj. **offline oglašavanje** na europskim emitivnim tržištima, poput reklama na tramvajima i billboarda, što je značajno povećalo doseg. **Visoko kvalitetan i povezan sadržaj** redovito je objavljivan na **web stranicama** i **društvenim mrežama**, čime se dodatno jačao brend i identitet destinacije. Ovaj sveobuhvatan pristup promovirao je Maltu kao dinamičnu i raznoliku destinaciju, privlačeći pažnju potencijalnih posjetitelja.

TikTok kao ključni alat	*Autentičnost destinacije u fokusu*
• Značajno povećana popularnost Malte među posjetiteljima, privlačeći širu publiku kroz emocije i autentičnost • Najpopularniji video: 267 tis. pregleda • Ukupno lajkova: 385,9 tisuća	• Prikazivanje prirodnih ljepota i raznih aktivnosti • Arhitektura, gastronomija, festivali i noći život, aktivnosti, prirodne ljepote, kultura i običaji

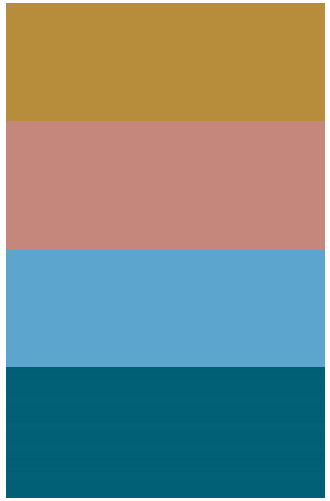
Izvor: VisitMalta.com, Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Carlsbad, Kalifornija, postao je poznat zahvaljujući inovativnoj marketinškoj kampanji *Colors of Carlsbad*, koja koristi boje kao središnji element promocije turističke ponude

Colors of Carslbad, California









Ključne značajke

Carlsbad, je 2019. pokrenuo kampanju *Colors of Carlsbad* u suradnji s Pantone Color Institute, s ciljem promocije aktualnih boja koje privlače posjetitelje. Kampanja, koja se provodi petu godinu zaredom, **identificira četiri ključne boje koje najbolje predstavljaju Carlsbad** temeljem analize fotografija 75 influencera i drugih korisnika Instagrama.

Boje simboliziraju prirodne i kulturne ljepote Carlsbada. Kampanja se ističe svojom **inovativnošću**, koristeći boje kao sredstvo izražavanja **identiteta grada**. Visit Carlsbad slavi odabrane boje kroz raznolike kulinarske ponude i vanjske aktivnosti, čime se dodatno jača prepoznatljivost destinacije. Osim toga, razni objekti u gradu nude tematske koktele i jela usklađena s ovim bojama, dok dodatne aktivnosti uključuju šarolike piknike i vožnje električnim biciklima. Carlsbad, poznat po svojoj dramatičnoj obali i raznolikom smještaju, nudi idealno okruženje za posjetitelje tijekom cijele godine.

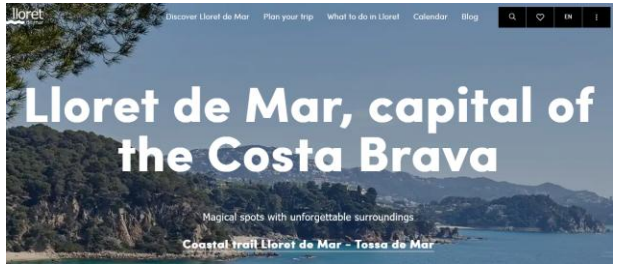
Jedinstvenost destinacije	*Inovativna promocija*
• Naglašavanje jedinstvenosti destinacije, čineći ju prepoznatljivim i privlačnim odredištem za posjetitelje	• Korištenjem boja kao centralnog elementa, kampanja se razlikuje od tradicionalnih marketinških strategija koje se obično oslanjaju na klasične turističke atribute

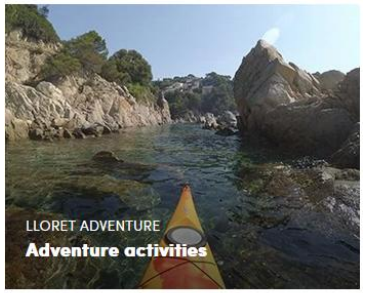
Izvor: Forbes.com, Carlsbadca.gov, Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Web stranica Lloret de Mar pruža pregledno sučelje koje omogućava personalizaciju putovanja kroz jasnu podjelu prema tržišnim segmentima posjetitelja

Web stranica Lloret de Mar, Španjolska





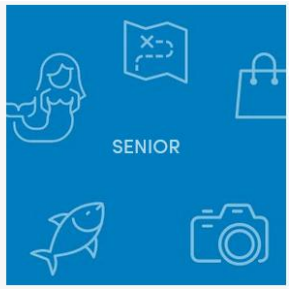












Ključne značajke

Web stranica destinacije *Lloret de Mar* nudi **pregledno sučelje** koje olakšava navigaciju i pronalaženje informacija. Stranica je jasno organizirana prema **skupinama posjetitelja**: obiteljima, parovima, prijateljima i seniorima, što olakšava pretraživanje.
Nakon odabira skupine, korisnici dobivaju specifične informacije o aktivnostima, znamenitostima i mjestima za posjetiti. Istaknute su ključne aktivnosti koje posjetitelji ne smiju propustiti. **Interaktivna mapa** omogućava odabir interesa i prikazuje relevantne lokacije, uključujući **označene pješačke I biciklističke staze** s informacijama o težini. Stranica nudi opciju pretraživanja i prema različite turističkim atrakcijama, uključujući plaže, aktivnosti, izlete, gastronomiju, zabavu I wellness ponude. Također, korisnici imaju **mogućnost izračunavanja troškova dolaska**, uzimajući u obzir **dobne skupine** i **specifične interese**. Na dnu stranice nalaze se sadržaji i fotografije posjetitelja s društvenih mreža (***User-generated-content***), pružajući **autentičan prikaz** destinacije.

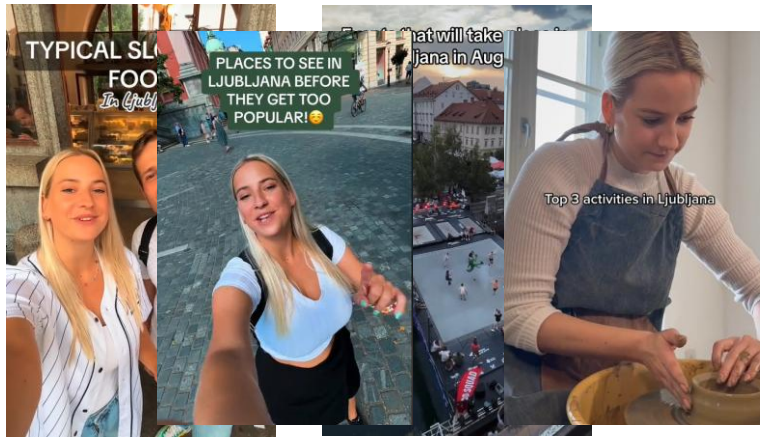
Preporuke prema tržišnim segmentima	*Interaktivna funkcionalnost*
• Stranica je organizirana prema ciljnim skupinama posjetitelja, uključujući obitelji, parove, prijatelje i seniore, što olakšava pretraživanje i pronalaženje relevantnih informacija	• Interaktivna mapa aktivnosti • Mogućnost izračuna troškove dolaska na temelju dobnih skupina i specifičnih interesa

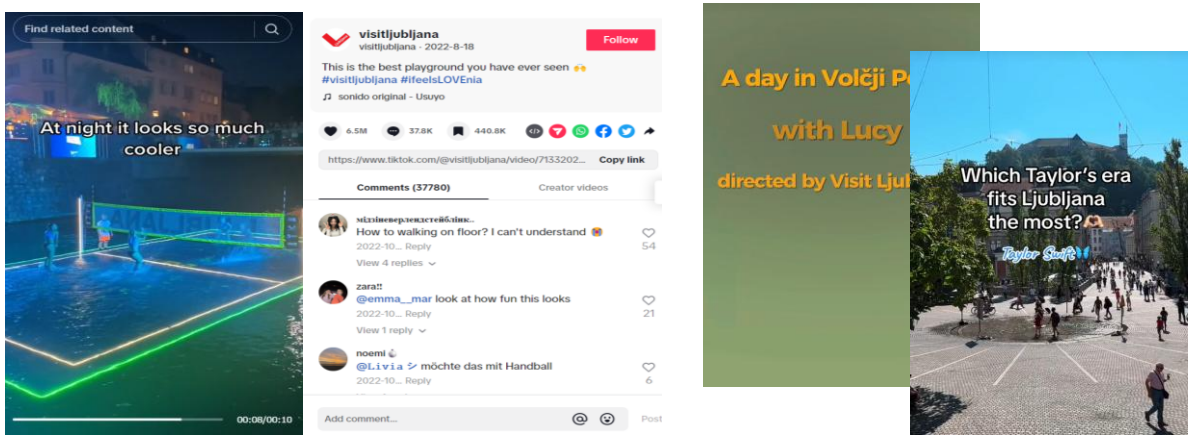
Izvor: lloretdemar.org, Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Praćenje trendova kreacije sadržaja uvelike pomaže kod privlačenja interesa mlađe generacije i ostvarivanja organskog rasta na Tik Toku

Tik Tok profil, Turistička zajednica Ljubljane





Ključne značajke

TikTok kanal Turističke zajednice Ljubljane kreiran je u suradnji s marketinškom agencijom s ciljem približavanja Ljubljane generaciji Z, koristeći **atraktivan** i **visokokvalitetan sadržaj** koji **prati trendove** i privlači mladu publiku. Zahvaljujući algoritmu koji favorizira takav sadržaj, kanal organski postiže veliki broj pregleda, što dokazuju 126,5 tisuća pratitelja i 10,1 milijuna lajkova. Osim toga, sadržaj s ovog kanala prenosile su poznate svjetske TV kuće, dodatno doprinoseći globalnoj vidljivosti.

Videi na Tik Tok profilu Ljubljane prikazuju ljepote i aktivnosti destinacije, stvarajući **snažnu online zajednicu** koja se angažira i **dijeli svoja iskustva**. Kroz ove videozapise, korisnici mogu istražiti skrivene dragulje grada, lokalne običaje i gastronomsku ponudu, što dodatno povećava interes za istraživanje Ljubljane i jača turistički identitet grada, promovirajući njegovu jedinstvenu kulturu.

Kreiranje sadržaja prema trenutno popularnim trendovima	***Promocija atrakcija i aktivnosti***
• Praćenje trendova prisutnih na mreži kako bi sadržaj bio što relevantniji • Korištenje *storytelling* elemenata • Atraktivan i visokokvalitetan sadržaj	• Pregled iskustava specifičnih za Ljubljanu, poput popravljanja kišobrana • Aktivnosti prilagođene prema interesima – trgovine s vinil pločama, *vintage* trgovine

Izvor: Tik Tok profil Visit Ljubljana, Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Kroz kombinaciju povijesti, lokalne ulične hrane te noćnog života Vucciria tržnica posjetiteljima nudi jedinstveno i autentično sicilijansko iskustvo koje nadilazi samu hranu

Vucciria market u Palermu, Sicilija









Ključne značajke

Vucciria Market u Palermu jedna je od najstarijih i najpoznatijih uličnih tržnica u gradu, koja posjetiteljima nudi jedinstvenu kombinaciju **povijesti, kulture i hrane**. Za razliku od nekih drugih tržnica koje se usredotočuju na kurirana, gurmanska iskustva, Vucciria zadržava svoju **sirovu**, **lokalnu autentičnost**. Tržnica tako čuva **kaotičnu, šarenu atmosferu** stare sicilijanske ulične tržnice, omogućujući posjetiteljima da osjete kulturne korijene i svakodnevni život Palerma. Posjetitelji tako mogu uživati u tipičnim sicilijanskim jelima kao što su *arancini*, *pane e panelle* (prženi kolačići od slanutka u kruhu), *stigghiola* (roštiljani crijevci) te svježoj ribi. Jedna od najupečatljivijih značajki Vucciria-a je njezin **dvojni identitet**. Tijekom dana, Vucciria je užurbana tržnica, a navečer se transformira u živopisno središte noćnog života. Barovi i ulični prodavači otvoreni su do kasno, a tržnica postaje okupljalište za lokalno stanovništvo i turiste koji žele doživjeti društveni život Palerma te kušati lokalne specijalitete.

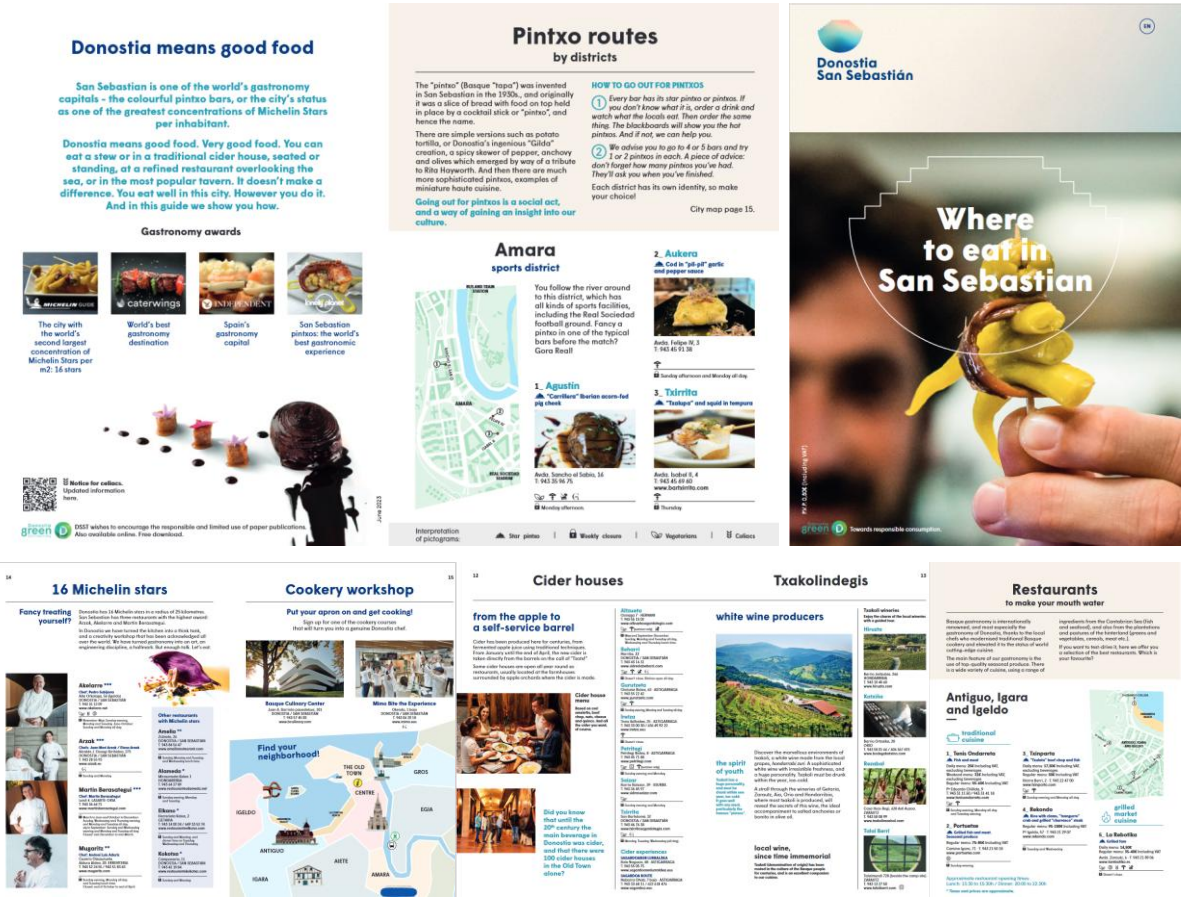
Autentično okruženje	***Spoj ulične hrane i noćnog života***
• Živahan i dinamičan prostor gdje se lokalna kultura upotpunjuje s hranom u opuštenom, autentičnom okruženju • Neformalna, pomalo kaotična atmosfera	• Jedinstvena fuzija hrane, pića i glazbe • Lokalni izvođači (umjetnici i ulični glazbenici) • Vizualni efekti (svjetlosne projekcije)

Izvor: turismo.comune.palermo.it, Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

San Sebastián spaja autentičnu gastronomiju s održivim turizmom kroz suradnju s lokalnim proizvođačima i inovativnim inicijativama poput vlastitog gastronomskog vodiča

Gastronomic guide San Sebastián, Španjoska



Ključne značajke

San Sebastián se ističe kao vodeća destinacija koja spaja **autentičnu gastronomiju s održivim turizmom**. Turistička zajednica aktivno surađuje s lokalnim proizvođačima i pružateljima usluga kako bi unaprijedila ponudu gastro turizma. Izradom vlastitog vodiča *Gastronomic guide*, DMO je omogućio posjetiteljima da istraže bogatu lokalnu kuhinju kroz **samostalne itinerere** koji uključuju preporuke za najbolje pintxose i druge lokalne specijalitete. Ovi itinereri ne uključuju samo popis mjesta, lokacija, restorana i barova, već su obogaćeni dodatnim sadržajem poput **videa i uputa**, omogućavajući posjetiteljima bolje razumijevanje lokalne kulture. Osim navedenog, DMO je uključen i u **kreaciju novih gastro iskustava** poput tura po tržnicama te radionica gdje **posjetitelji mogu sudjelovati u pripremi tradicionalnih jela**. Kroz **zajedničke inicijative** te **suradnju** s lokalnim pružateljima usluga i dionicima u destinaciji, San Sebastian osigurava uspješno se pozicionira kao atraktivna destinacija za foodies (ljubitelje hrane).

Platforma za promociju	*Gastronomic guide*
• DMO nudi inovativnu platformu koja omogućuje predstavljanje autentičnih lokalnih proizvoda putem weba, čime se povećava njihova vidljivost i dostupnost posjetiteljima	• DMO je kreirao vlastiti "Gastronomic guide", sveobuhvatan vodič za gastro turizam koji uključuje informacije o lokalnim jelima i self-guided itinerere za istraživanje najbolje ponude

Izvor: sansebastianturismoa.eus, Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Malaga povezuje vrhunske lokalne specijalitete s održivim turizmom kroz brend koji okuplja dionike posvećene autentičnim gastronomskim iskustvima

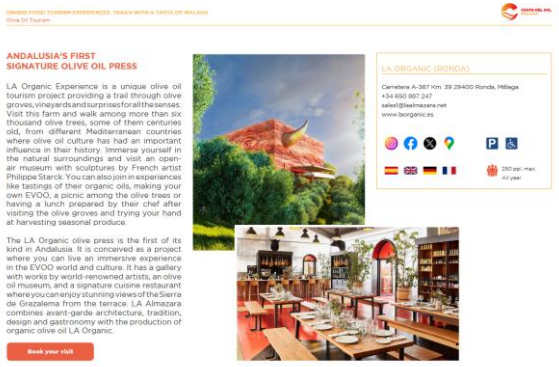
Trails with a Taste of Malaga, Španjolska











Ključne značajke

Malaga se ističe kao destinacija gastro turizma zahvaljujući **razvoju brenda koji okuplja vrhunske lokalne pružatelje gastronomskih iskustava**. Ovaj brend, osmišljen od strane turističke zajednice (DMO), potiče suradnju među dionicima koji zadovoljavaju **visoke standarde kvalitete i autentičnosti**.
Kroz brend, DMO promovira lokalne specijalitete i razvija odnose između proizvođača i restorana, što jača njihovo poslovanje. Fokus je na stvaranju vrhunskih iskustava koja ističu lokalne sastojke i tradicionalne tehnike, pružajući posjetiteljima autentičan uvid u tradicionalnu kuhinju i kulturu.
Suradnja s lokalnim proizvođačima osigurava **održivost** i potporu lokalnoj ekonomiji, obogaćujući iskustva posjetitelja, ali i lokalnog stanovništva te doprinosi razvoju zajednice. Kroz zajedničke inicijative, Malaga postaje atraktivna destinacija za ljubitelje hrane, nudeći im priliku da istraže bogatstvo lokalne gastronomije.

Razvoj brenda za gastro turizam	*Održivi razvoj lokalne ekonomije*
• DMO je stvorio brend koji okuplja lokalne pružatelje, fokusirajući se na visoke standarde kvalitete i autentičnost • Promiče specijalitete i suradnju između proizvođača i restorana	• Suradnjom s lokalnim proizvođačima, DMO osigurava održivost i obogaćuje iskustva posjetitelja, čime jača lokalni identitet i čini Malagu atraktivnom destinacijom za ljubitelje hrane.

Izvor: malaga.es, Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Interlaken potiče razvoj aktivnog turizma kroz suradnju s lokalnim pružateljima usluga i aktivno traženje novih iskustava

Razvoj turističkog proizvoda aktivnog odmora, Interlaken, Švicarska











Ključne značajke

Interlaken, smješten u švicarskim Alpama, je destinacija fokusirana na aktivni turizam. Turistička zajednica aktivno **informira posjetitelje** o raznolikim mogućnostima aktivnosti na otvorenom i **surađuje s lokalnim pružateljima usluga** radi razvoja **inovativnih iskustava**. Jedan od ključnih elemenata je **poticanje lokalnih pružatelja na razvoj novih ponuda**, kao što je nedavno najavljeni lama trekking. Ova suradnja omogućuje kreiranje raznolikih programa prilagođenih različitim interesima i razinama avanturizma. Kao DMO, Interlaken ne stvara iskustva samostalno, **već potiče lokalne pružatelje da razvijaju svoje ponude,** čime osigurava autentičnost i kvalitetu. Nakon kreiranja, nova iskustva promoviraju se putem web stranice, što olakšava rezervaciju. Ovaj pristup ne samo da privlači posjetitelje, već pruža platformu za oglašavanje lokalnih pružatelja usluga. Kombinacija suradnje s lokalnim pružateljima usluga i aktivnog marketinga omogućava Interlakenu da ostane među vodećim destinacijama za aktivni turizam.

Suradnja s lokalnim pružateljima usluga	*Jednostavna rezervacija i promocija*
• Aktivno poticanje lokalnih pružatelja usluga na razvoj novih i inovativnih aktivnosti, što omogućava raznolikost ponude za posjetitelje	• Promoviranje novih iskustava putem svoje web stranice, što olakšava rezervaciju i doprinosi održivom razvoju lokalne ekonomije

Izvor: Interlaken.ch, Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

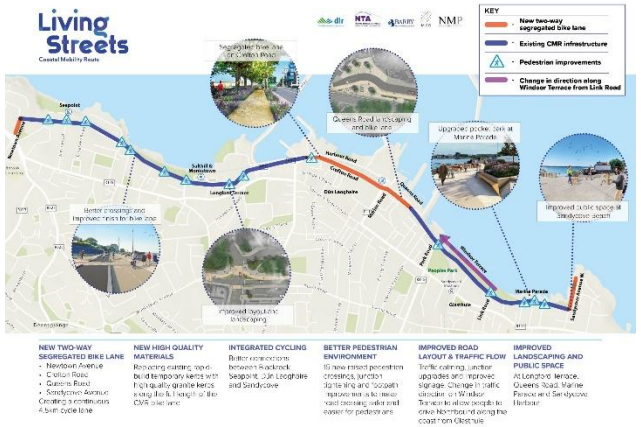
Ulaganjem u biciklističko-pješačku rutu *Coastal Mobility Trail*, Dublin je kreirao vrijednu resursnu osnovu za daljnji razvoj aktivnog turizma

Dublin Coastal Mobility Trail, Irska









Ključne značajke

Dublin se sve više fokusira na **ciklo turizam** kao dio svoje strategije za održivi razvoj turizma. S mrežom za dijeljenje bicikala koja obuhvaća preko **1600 bicikala i 190 km biciklističkih ruta**, grad postaje sve pristupačniji biciklistima. Posebno važan projekt je ***Coastal Mobility Route***, biciklistička i pješačka staza duž obale otvorena 2020. godine. Ova staza nudi sigurno i ugodno biciklističko iskustvo uz predivan pogled na obalu, a također **povezuje grad s prirodnim i kulturnim znamenitostima**.

Dublin time promovira zdrav i **aktivan način istraživanja grada i okolice**, smanjujući prometne gužve i potičući održivi turizam. Ove inicijative omogućuju turistima da dožive Dublin iz sasvim nove perspektive, kroz spoj biciklističkih ruta, prirodnih ljepota i kulturnih atrakcija. Kroz **daljnji razvoj infrastrukture** i **održivih transportnih opcija**, Dublin nastoji postati vodeća destinacija za ciklo turizam, istovremeno pomažući u očuvanju okoliša i stvaranju kvalitetnijeg iskustva za posjetitelje.

Integracija turističke ponude grada s okolicom

- Mogućnost istraživanja glavnih atrakcija Dublina te povijesnim i kulturnih znamenitosti u okolici koristeći se biciklom
- Interaktivna mapa s preporukama

Fokus na održivost i pristupačnost

- Namjenska ruta za bicikliste i pješake, odvojena od automobilskog prometa
- Ekološki prihvatljiv prijevoz
- Smart senzori koji mjere učestalost korištenja bicikla

Izvor: bleeperactive.com, dlrcoco.ie, Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Genova stvara pristupačne plaže kroz suradnju s lokalnim zajednicama i inovativnim ulaganjima u infrastrukturu

Pristupačnost gradskih javnih plaža, Genova



Ključne značajke

Grad Genova provodi projekt **poboljšanja pristupačnosti** svojih osam javnih plaža kako bi ih učinila dostupnijima svima, uključujući osobe s invaliditetom. Ovaj projekt, vrijedan EUR 70.000, realizira se **u suradnji s Gradskim vijećem za osobe s invaliditetom**. Projekt obuhvaća izgradnju rampi s nagibom koji udovoljava važećim standardima, instalaciju rukohvata, postavljanje taktilnih karata te obnovu postojećih drvenih rampi. Cilj ovih intervencija je **povećanje pristupačnosti plaža za sve korisnike**, uključujući osobe s invaliditetom, čime se osigurava maksimalna sloboda i sigurnost prilikom korištenja javnih prostora. Uklanjanje arhitektonskih barijera predstavlja **ključni prioritet za razvoj gradske infrastrukture**, osobito one koje služe rekreaciji i kulturi. Genova teži postati grad bez barijera, aktivno **angažirajući lokalnu zajednicu** u inicijativama razvoja i regeneracije. Ovaj projekt pokazuje predanost grada unapređenju javne infrastrukture i osiguravanju jednakih uvjeta za sve građane i posjetitelje.

Pristupačnost	*Suradnja s lokalnom zajednicom*
• Uklanjanje arhitektonskih prepreka na javnim plažama povećava pristupačnost za osobe s invaliditetom i doprinosi inkluzivnosti destinacije	• Suradnja s Gradskim vijećem za osobe s invaliditetom osigurava da su potrebe ove populacije adekvatno integrirane u projekt, čime se poboljšava kvaliteta života lokalne zajednice i posjetitelja

Izvor: smart.comune.genova.it, Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

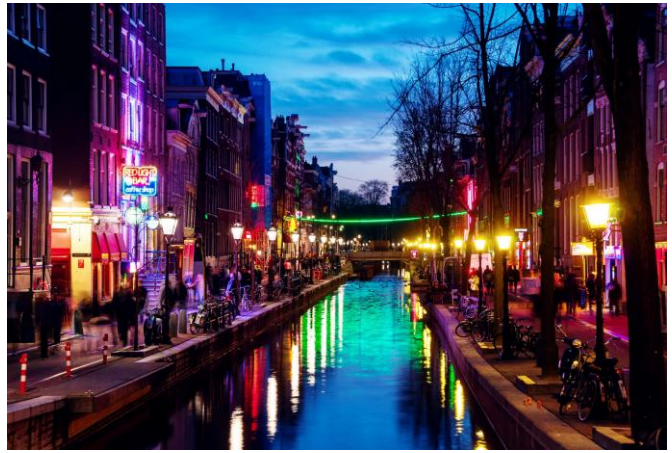
Amsterdamov noćni gradonačelnik predstavlja primjer održive i inkluzivne noćne ekonomije koja povezuje noćni život, kulturu i brigu za lokalnu zajednicu

Noćni gradonačelnik, Amsterdam









Ključne značajke

Amsterdam je prvi grad koji je uveo koncept noćnog gradonačelnika, osobe zadužene za posredovanje između vlasnika ugostiteljskih objekata, stanovnika i gradske uprave. Ova funkcija osigurava **ravnotežu između dinamičnog noćnog života i očuvanja kvalitete života** lokalnog stanovništva, promiče noćnu kulturu, potiče raznolikost te sudjeluje u kreiranju politika koje podržavaju ekonomske aktivnosti poput rada klubova, barova, restorana i drugih objekata koji čine noćni život grada, uključujući izdavanje 24-satnih dozvola za njihov rad. Ovo je inovativan pristup koji omogućuje gradovima da razvijaju noćni život na održiv i odgovoran način. Osim navedenog, Amsterdam provodi politiku zabrane konzumacije alkohola na javnim mjestima kako bi smanjio javne smetnje i održao ugodno i sigurno okruženje za lokalno stanovništvo i posjetitelje. Posjetitelji mogu uživati u barovima i kafićima, ali kršenje pravila, poput pijenja alkohola na ulici, kažnjava se novčano, čime se održava red u turistički najprometnijim područjima.

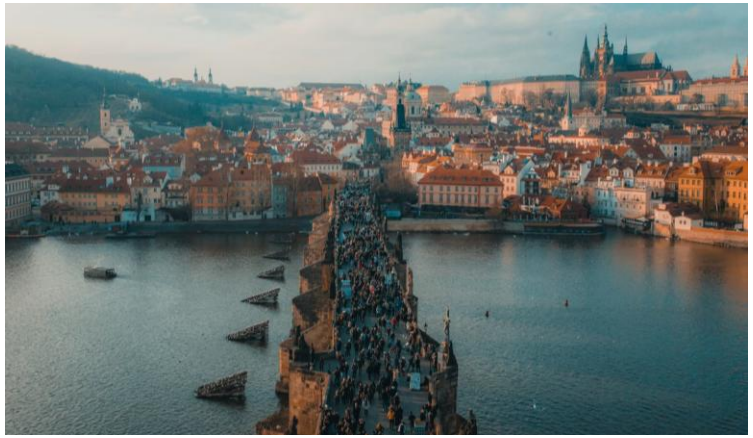
Inovativna funkcija	*Stroge mjere očuvanja reda i sigurnosti*
• Prvi grad s funkcijom noćnog gradonačelnika (eng. *night mayor)* • Povezuje poduzetnike, stanovnike i vlast za skladan noćni život kroz politike koje podržavaju razvoj noćnog života	• Zabrana konzumacije alkohola na javnim mjestima smanjuje smetnje i osigurava red u turističkim središtima, uz kazne za kršenje pravila

Izvor: nachtburgemeester.amsterdam, Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Prag uvodi zabranu noćnih obilazaka pubova kako bi smanjio buku, poboljšao sigurnost i uspostavio ravnotežu između turizma i kvalitete života lokalnog stanovništva

Zabrana organiziranih noćnih obilazaka pubova, Prag









Ključne značajke

Prag je uveo zabranu organiziranih noćnih obilazaka pubova kako bi riješio probleme uzrokovane velikim grupama alkoholiziranih turista. Ova mjera ima za **cilj smanjiti buku, suzbiti neprihvatljivo ponašanje i poboljšati sigurnost** u stambenim područjima, osobito u povijesnom centru grada i okolnim četvrtima. Zabrana, koja je stupila na snagu u studenom 2024., odnosi se na organizirane obilaske pubova između 22 sata i 6 sati ujutro. Kršenje ove zabrane može rezultirati kaznama do 100.000 kruna (otprilike 4.000€). Ova inicijativa dio je šire strategije Praga za upravljanje negativnim utjecajem masovnog turizma, uz istovremeno očuvanje reputacije grada kao dinamične, ali odgovorne destinacije. Prag nastoji **uravnotežiti potrebe posjetitelja i lokalnog stanovništva**, promovirajući održiviji i zajednici prilagođeniji pristup turizmu. Grad potiče turiste da uživaju u njegovoj bogatoj kulturnoj baštini i znamenitostima na odgovoran način, osiguravajući pozitivno iskustvo za sve.

Promjena noćnog života	*Održiv i odgovoran turizam*
• Prag zabranjuje noćne obilaske pubova kako bi smanjio smetnje i poboljšao sigurnost, dok istovremeno sve više promovira kulturne ture s povijesnim i gastronomskim sadržajima	• Ova mjera dio je strategije kojom Prag balansira potrebe turista i lokalnog stanovništva, potičući održiv turizam kroz edukaciju posjetitelja i razvoj autentičnih iskustava

Izvor: bbc.com, theguardian.com, Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Visit Cork, surađujući s dionicima u turističkom sektoru, teži biti prepoznat kao lider u društvenoj, ekološkoj i ekonomskoj održivosti za poslovni i aktivni turizam

Strategija održivosti 2023. – 2030, Cork, Irska





Ključne značajke

Visit Cork (Cork Convention Bureau i *Pure Cork)* strategija održivosti 2023. – 2030. primjer je uspješne **integracije lokalne zajednice u upravljanje turističkom destinacijom**. Jedan od strateških ciljeva strategije je postati vodeća Irska organizacija za upravljanje destinacijom, a ključna komponenta u postizanju cilja je **jačanje socijalne održivosti**. Sukladno istraživanju, 85% dionika turističkog sektora uključeno je u dobrotvorne i društvene aktivnosti, što ukazuje na široku prihvaćenost **socijalno odgovornih praksi** unutar sektora. *Cork Convention Bureau,* zadužen za razvoj MICE proizvoda, dodatno unapređuje koncept putem inicijativa koje ne samo da osiguravaju održivost konferencija i događaja, već i **aktivno potiču posjetitelje da sudjeluju u društveno korisnim aktivnostima** koje donose korist lokalnoj zajednici. Ovaj model upravljanja predstavlja inovativan pristup u kojem **posjetitelji postaju dio šireg održivog ekosustava destinacije**, pridonoseći dugoročnoj društvenoj i ekonomskoj koristi.

Uključenost lokalne zajednice	*Fokus na održive prakse upravljanja*
• Uključivanje lokalnog stanovništva i turističkih dionika u društveno odgovorne aktivnosti koje podržavaju dugoročnu socijalnu održivost destinacije	• Suradnja s Gradskim vijećem za osobe s invaliditetom osigurava da su potrebe ove populacije adekvatno integrirane u projekt, čime se poboljšava kvaliteta života lokalne zajednice i posjetitelja

Izvor: purecork.ie/pages/sustainability, Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Barcelona City and Tourism Council doprinosi transparentnom i održivom razvoju turizma koji je usklađen s potrebama grada i njegovih građana

Barcelona City and Tourism Council, Španjolska


Follow-up CTiC proposals


Labor market and tourism


Use of public space


Tourism marketing strategy


Mobility

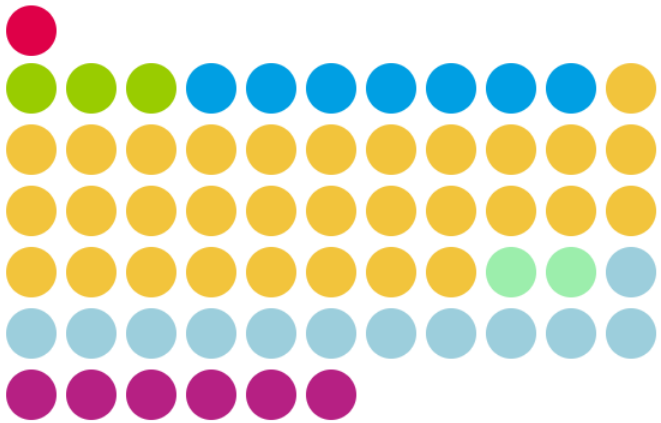

Tourist accommodation

Turisme 2020 Barcelona
Strategic Tourism Plan 2020


Taxation and tourism







Ajuntament de Barcelona

Ključne značajke

Barcelona se suočila s izazovima prekomjernog turizma, što je ugrozilo kvalitetu života lokalnih stanovnika i autentičnost grada. Kako bi upravljala tim izazovima, osnova **Vijeće za turizam**, inovativno tijelo koje okuplja sve ključne dionike, uključujući gradsku upravu, poslovni sektor i civilno društvo. Cilj ovog tijela je uspostaviti ravnotežu između turističkog razvoja i očuvanja lokalne zajednice. Kroz **strategije usmjerene na odgovorni turizam**, Vijeće nastoji smanjiti negativne učinke masovnog turizma, a **građani aktivno sudjeluju u kreiranju politika** kako bi se osigurala dugoročna održivost. Kroz ovu **participativnu platformu**, grad potiče pravednu raspodjelu koristi od turizma, što omogućuje građanima da izravno utječu na turističke politike koje oblikuju njihovu svakodnevicu. Kroz suradnju s lokalnim zajednicama, Barcelona osigurava očuvanje autentičnosti, dok istovremeno promiče odgovorni pristup turizmu, koji doprinosi održivom razvoju i smanjenju prekomjernog turizma.

Upravljanje dionicima u destinaciji	*Održivi razvoj*
• Radni timovi koji uključuju sve relevantne dionike, osiguravajući da svi glasovi budu zastupljeni (promet, marketing, smještaj, kultura, obrazovne ustanove, financijske institucije…)	• Fokus na stvaranje i provođenje politika koje uravnotežuju turizam i kvalitetu života stanovnika • Jačanje održivosti i odgovornog turizma

Izvor: ajuntament.barcelona.cat/turisme/en/consell-de-turisme/what-we-do, Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Odense je implementirajući inovativne alate i aplikacije te različite digitalne platforme omogućio turistima da na potpuno nov način dožive njegovu povijest i znamenitosti

Digitalizacija turističke ponude, Odense, Danska





Photo: VisitOdense

Discover the Viking Odense

The stories of the Viking Age have fascinated people all over the world, and in Odense, the stories live on in the city's spaces.





Ključne značajke

Odense, grad bogate kulturne baštine, jedan je od vodećih primjera digitalizacije turističke ponude. Kroz različite **digitalne platforme**, posjetiteljima je omogućeno istraživanje kulturnog naslijeđe grada na **interaktivan i edukativan način**. Jedan od ključnih alata je aplikacija ***Useeum***, koja nudi mogućnost samostalnog obilaska povijesnog sela Den Fynske Landsby. Još jedan digitalni projekt je ***Carl Nielsen Camino***, koji predstavlja 110 kilometara dugačku **audio turu** podijeljenu u faze, omogućujući posjetiteljima da slijede stope svjetski poznatog skladatelja. Aplikacija ***StoryHunt*** također pruža **digitalno iskustvo**, pozivajući turiste da istraže ulice Odensea prateći korake Canuta Svetog, posljednjeg vikinškog kralja, dok istovremeno doživljavaju zvukove i priče iz vikinške ere. Ovaj inovativni pristup omogućuje turistima da istraže povijesne aspekte Odensea na **interaktivan i zabavan način**, stvarajući snažnu povezanost između posjetitelja i mjesta koje posjećuju.

Personalizirane ture	*Interaktivno i edukativno iskustvo*
• Mogućnost istraživanja vlastitim tempom • Personalizirano i interaktivno iskustvo koje doprinosi dubljem razumijevanju kulturne baštine destinacije	• Integracija suvremene tehnologije u turističku ponudu kako bi se poboljšalo iskustvo posjetitelja • Inovativni alati kroz zabavan i interaktivan pristup istraživanju

Izvor: visitodense.com, Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.



4. Analiza turističkog tržišta destinacije

4.1. Analiza turističke ponude

4.2. Analiza javne turističke infrastrukture

4.3. Analiza turističke potražnje

4.4. Analiza resursne osnove

4.5. Analiza stanja digitalizacije

4.6. Analiza stanja i potreba ljudskih potencijala

4.7. Analiza komunikacijskih aktivnosti

4.8. Analiza konkurencije

4.9. Ključni nalazi intervjua provedenih s destinacijskim dionicima

Metodologija provođenja intervjua destinacijskih dionika

U proces intervjuiranja u okviru analitičke faze izrade Plana upravljanja destinacijom uključeni su predstavnici destinacije iz javnog i privatnog sektora. Od strane javnog sektora, provedeni su intervjui s predstavnicima Gradske uprave Grada Novalja, Turističke zajednice grada Novalja, komunalnih poduzeća te lučke uprave.

Od strane privatnog sektora, provedeni su intervjui s predstavnicima smještajnih objekata, ugostiteljskih objekata te turističkih agencija.





Izvor: Nalazi intervjua destinacijskih dionika, Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Zaključci intervjua (1/2)

Strateški smjer i identitet destinacije

- Novalja je izgradila snažan imidž *party* destinacije (Zrće), ali taj model stagnira i više ne donosi isti pozitivni efekt kao prije
- Svi dionici naglašavaju potrebu diversifikacije ponude: sport, kultura, priroda, gastronomija, luksuzni i održivi smještaj
- Ključan izazov je kontrola apartmanizacije i redefiniranje pozicioniranja kako bi destinacija bila više od "Zrće + taksi + fast food" ponude

Destinacija se mora strateški usmjeriti prema uravnoteženom razvoju koji uključuje *party* turizam, ali ga stavlja u širi okvir kvalitetnog i održivog proizvoda.

Sezonalnost i razvoj proizvoda

- Izražena dominacija srpnja i kolovoza dok ostatak godine destinacija bilježi slabu turističku aktivnost
- Potreba za događanjima i manifestacijama u pred i post sezoni (sportski i gastro eventi, kulturni programi, trekking i bike utrke)
- Sadržaji kao što su Lunjski maslinici, "Life on Mars" utrka i MarsOvca, istaknuti su kao najveći potencijali

Proširenje sezone kroz sportski i kulturno-gastronomski turizam ključno je za smanjenje ovisnosti o kratkom ljetnom vrhuncu.

Infrastruktura i prostorno planiranje

- Prometne gužve ljeti, nedostatak parkinga, potreba za obilaznicom i kružnim tokovima
- Vodoopskrba i odvodnja zasad stabilne, ali već se planiraju dodatni kapaciteti (treća cijev, nova vodosprema, pročišćivač)
- Energetski sustav i telekomunikacije na granici kapaciteta - planiraju se solarne elektrane i optički Internet
- Plaže i pješačke staze mogu biti bolje opremljene i održavane

Bez strateških infrastrukturnih ulaganja (promet, voda, energija, digitalna mreža) daljnji rast i diversifikacija turizma će biti otežani.

Upravljanje pomorskim prometom i nautikom

- Postojeća luka i veze funkcioniraju, ali loši vremenski uvjeti često prekidaju promet (40-ak puta godišnje)
- U izgradnji je južni lukobran koji bi pružio snažniju zaštitu i osnažio katamaranske veze
- Nautički turizam ima potencijal, ali ga treba razvijati izvan centra Novalje, u zoni Vrtića ili južnije, kako bi se rasteretio grad

Luka i pomorski promet ključni su za dostupnost i sigurnost, a razvoj nautike treba uskladiti s lokalnim interesima i prostornim ograničenjima.

Izvor: Nalazi intervjua destinacijskih dionika, Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Zaključci intervjua (2/2)

Ljudski potencijali i radna snaga

- Nedostatak domaćih radnika i interesa mladih za turizam
- Velika ovisnost o stranoj radnoj snazi, često na kratkotrajnim vizama
- Potrebno bolje povezivanje s obrazovnim institucijama i lokalnim školama

Sustavno rješavanje radne snage (edukacija, smještaj radnika, dugoročne vize) postaje presudno za održivost destinacije.

Suradnja i koordinacija dionika

- Istaknut je prostor za poboljšanje komunikacije i koordinacije između ključnih aktera (Grad, TZ, ugostiteljski objekti, klubovi na Zrću, ostatak privatnog sektora)
- Pozitivni primjeri: manifestacija Marsovca i program certificiranja Pag na meniju
- Potreba za jačom ulogom TZ-a kao koordinatora i povezivanja lokalnih proizvođača (OPG-ovi, ribari, sirane)

Bolja koordinacija i integracija lokalnih resursa ključna je za konkretniji iskorak destinacijskog razvoja.

Gospodarenje otpadom i održivost

- Sustav funkcionira, ali ljeti pod velikim opterećenjem
- Novi regionalni centar u Biljanama Donjim donosi logističke izazove
- Turisti odvajaju otpad, ali nedovoljno su informirani te plaže često ostaju neodržavane zbog manjka radne snage

Upravljanje otpadom i održavanje prostora moraju pratiti rast turizma, uz edukaciju turista i jačanje radne snage.

Digitalizacija i pristupačnost

- Razina digitalne razvijenosti niska, ali postoje planovi za centralnu aplikaciju
- Internet slab, posebno u sezoni, što je dovelo do češćeg korištenja Starlink-a kao pouzdanije opcije
- Pristupačnost destinacije i objekata osobama s invaliditetom vrlo ograničena, iako postoji potencijal (npr. hotel Olea radi prilagodbe)

Digitalna transformacija i sustavno unaprjeđenje pristupačnosti ključni su za suvremeni i inkluzivan razvoj destinacije.

Izvor: Nalazi intervjua destinacijskih dionika, Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.



5. Zaključci i implikacije provedene analize stanja destinacije

Zaključci i implikacije provedene analize stanja destinacije (1/4)

#1 Novalja je dostigla prag održivosti turističkog rasta, a daljnji razvoj zahtijeva aktivno upravljanje i diverzifikaciju izvan ljetne sezone

Turistički promet u Novalji u ljetnim mjesecima višestruko premašuje broj lokalnog stanovništva, što stvara snažan pritisak na infrastrukturu, okoliš i društvenu koheziju. Destinacija se pozicionirala kao atraktivna za mlade i masovni ljetni turizam, no ovakav model ograničava održivost i smanjuje otpornost na tržišne promjene.

IMPLIKACIJA:

Fokus daljnjeg razvoja treba biti usmjeren na pred i posezonu kroz razvoj proizvoda koji generiraju stabilnu potražnju, poput *outdoor* aktivnosti, kulturnih događaja i eno-gastro doživljaja.

#2 Povoljna lokacija i prometna povezanost stvaraju pretpostavke za razvoj cjelogodišnje ponude

Novalja, iako otočna destinacija, zahvaljujući trajektnim i cestovnim vezama posjeduje relativno dobru dostupnost te se nalazi u dosegu glavnih emitivnih tržišta srednje Europe. Dodatna konkurentska prednost je blizina zadarske zračne luke, koja osigurava povoljnu međunarodnu zračnu povezanost. U kombinaciji s klimom, prirodnim resursima i maritimnim okruženjem, destinacija ima značajan potencijal razvoja sportskog, *incentive* i nautičkog turizma tijekom cijele godine.

IMPLIKACIJA:

Potrebno je strateški pozicionirati destinaciju na tržištu kao atraktivnu i dostupnu za grupe, *incentive* programe, sportska događanja i nautički turizam, uz razvoj specijalizirane infrastrukture i promociju ponude izvan ljetne sezone.

#3 Poslovni model i koncept ponude plaže Zrće zreo je za redefiniciju

Zrće je tijekom posljednja tri desetljeća izgradilo globalnu prepoznatljivost kao epicentar ljetnog festivalskog i *party* turizma, no postojeći poslovni model pokazuje znakove zasićenja i ograničenog prostora za daljnji rast. Dominacija kratkoročnog prihoda od masovne potrošnje dolazi u koliziju s dugoročnom potrebom destinacije za održivim pozicioniranjem i privlačenjem tržišta veće platežne moći.

IMPLIKACIJA:

U narednom razdoblju potrebno je strateški redefinirati koncept Zrća s ciljem da postane temelj Novalje kao mondene i međunarodno prepoznatljive *party* destinacije ljeti, uz jačanje standarda kvalitete, sigurnosti i imidža te stvaranje novih poslovnih modela koji uključuju širu zajednicu i destinacijski brend.

Izvor: Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Zaključci i implikacije provedene analize stanja destinacije (2/4)

#4 Ovisnost o party turizmu ograničava dugoročnu konkurentnost i imidž destinacije

Brend Novalje snažno je vezan uz festivalski i noćni život, što je kratkoročno generiralo visoke brojke, ali dugoročno smanjuje privlačnost za druge ciljne segmente. Takva percepcija ograničava pristup tržištima više platežne moći i stvara reputacijski rizik.

IMPLIKACIJA:

Novalja mora ostati pozicionirana kao destinacija kvalitetnog *party* turizma, ali postoji potreba za restrukturiranje pozicioniranja i brendiranja destinacije, uz isticanje raznolikih proizvoda i doživljaja, kako bi se smanjila ovisnost o jednom segment I ljetnoj sezoni.

#5 Smještajna struktura je neuravnotežena i dominantno usmjerena na privatni smještaj niske dodane vrijednosti

Većina kapaciteta u Novalji otpada na privatni smještaj koji karakterizira fragmentiranost i manjak standardizacije. Hotelski kapaciteti čine mali udio, a kampovi, iako snažno razvijeni, također su izrazito sezonalni. To ograničava mogućnost razvoja cjelogodišnjeg turizma i podizanja kvalitete destinacije te uzrokuje snažnu konzumaciju ograničenog prostora. Osim privatnog smještaja, snažan pritisak na infrastrukturu i konzumaciju prostora vidljiv je kroz rast kapaciteta nekomercijalnog smještaja.

IMPLIKACIJA:

Potrebno je poticati ulaganja u hotele i specijalizirane objekte više kvalitete, paralelno s profesionalizacijom privatnog smještaja kroz standarde, edukaciju i integraciju u sustav destinacijskog proizvoda.

#6 Infrastrukturni kapaciteti i javne usluge nisu usklađeni s intenzitetom turističkog prometa

Opskrba vodom, prometna protočnost, parkirališta i gospodarenje otpadom suočeni su s velikim pritiscima u ljetnim mjesecima. Ovi izazovi negativno utječu i na kvalitetu boravka turista i na svakodnevni život lokalne zajednice.

IMPLIKACIJA:

Potrebno je strateški planirati i ulagati u infrastrukturu uz jasnu koordinaciju lokalnih vlasti, turističke zajednice i privatnog sektora, s naglaskom na pametna rješenja mobilnosti i održivo upravljanje resursima.

Izvor: Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Zaključci i implikacije provedene analize stanja destinacije (3/4)

#7 Kvaliteta turističkog doživljaja u centru Novalje ne prati željeno tržišno pozicioniranje

Unatoč snažnom imidžu, ponuda u centru Novalje i na javnim prostorima često je usmjerena na brzu potrošnju, s nedostatkom autentičnih sadržaja i lokalnog identiteta. Gosti ističu manjak raznovrsne gastronomske i kulturne ponude, posebno izvan ljetne sezone.

IMPLIKACIJA:

Prioritet je revitalizacija centra grada kroz podršku malim poduzetnicima i stvaranje ponude koja odražava lokalnu tradiciju i vrijednosti, čime će se povećati atraktivnost za šire ciljne skupine.

#8 Stavovi lokalnog stanovništva ukazuju na potrebu usklađivanja turizma i kvalitete života

Veliki broj turista u ljetnim mjesecima izaziva nezadovoljstvo među stanovnicima, osobito u pogledu buke, gužvi i pritiska na javne resurse. Istovremeno, turizam je glavni generator prihoda i zapošljavanja.

IMPLIKACIJA:

U daljnjem razvoju potrebno je snažnije uključivati lokalnu zajednicu u donošenje odluka i usmjeriti rast turizma prema modelima koji doprinose kvaliteti života tijekom cijele godine.

#9 Nedostatak stručne radne snage predstavlja ključan ograničavajući faktor

Ugostiteljstvo i hotelski sektor suočeni su s nedostatkom kvalificiranog kadra, što rezultira smanjenjem kvalitete usluge. Ovisnost o sezonskoj radnoj snazi dodatno komplicira situaciju jer stvara visoke troškove i ograničava standardizaciju ponude.

IMPLIKACIJA:

Potrebno je uspostaviti sustav edukacije i treninga na lokalnoj razini, uz suradnju privatnog sektora i obrazovnih institucija, radi stvaranja vlastitog kadra i podizanja kvalitete usluge.

Izvor: Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Zaključci i implikacije provedene analize stanja destinacije (4/4)

 # I0 Potencijal kulturne baštine, tradicije i eno-gastro ponude ostaje nedovoljno iskorišten

Novalja raspolaže resursima u arheološkoj, ribarskoj i vinarskoj tradiciji te bogatom nematerijalnom baštinom. Međutim, ti resursi nisu dovoljno integrirani u turističku ponudu, što smanjuje mogućnost diferencijacije na tržištu.

IMPLIKACIJA:

Razvoj autentičnih doživljaja temeljenih na baštini, gastronomiji i tradiciji može postati ključna točka diferencijacije destinacije i privući tržišta više dodane vrijednosti.

 # II Prostor za daljnji razvoj destinacije zahtijeva pažljivo planiranje i selekciju projekata

Raspoložive prostorne mogućnosti za veće turističke projekte ograničene su, a pritisci investitora su značajni. Neadekvatne odluke mogle bi narušiti dugoročno pozicioniranje destinacije i kvalitetu života stanovnika.

IMPLIKACIJA:

Neophodno je stručno definirati razvojne zone i usmjeriti ih prema konceptima koji odgovaraju tržišnoj potražnji i održivosti, uključujući sadržaje za cjelogodišnji turizam i lokalnu zajednicu.

Izvor: Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.



6. SWOT analiza

SWOT analiza turističkog tržišta Novalje

Snage

- Dobra prometna povezanost s obzirom na otočnu destinaciju (blizina autoceste, trajektne linije, Paški most, Zračna luka Zadar)
- Globalno prepoznat brend destinacije zahvaljujući Zrću i festivalima elektroničke glazbe
- Događanja su koncentrirana u ljetnim mjesecima, ali se ulaže u sportska i gastro događanja izvan ljetne sezone
- Raznolika prirodna i kulturna baština, uključujući Lunjske maslinike, antičke lokalitete i jedinstven krški krajolik
- Aktivna turistička zajednica u promociji aktivnog odmora i gastronomije
- Autentična otočna gastronomija temeljena na lokalnim namirnicama i tradiciji, s prepoznatim gastro objektima (Boškinac) koji grade vidljivost na tržištu

Slabosti

- Dominacija privatnog i nekomercijalnog smještaja (preko 75% kapaciteta) uz nizak udio hotelskih kreveta
- Visoka sezonalnost potražnje i ovisnost o ljetnim mjesecima
- Prostorna preopterećenost smještajnim kapacitetima u zonama Novalja, Gajac i Stara Novalja – pritisak na infrastrukturu, okoliš i kvalitetu života stanovnika
- Ograničena prometna protočnost u špici sezone te neujednačena dostupnost javnog prijevoza
- Digitalna prisutnost destinacije postoji, ali je potrebna modernizacija
- Ograničena dostupnost kvalificirane radne snage i potreba za jačanjem stručnih kompetencija u turizmu

Prilike

- Regulacija razvoja privatnog smještaja
- Poticanje ulaganja u hotele i *boutique* oblike smještaja
- Poticanje povećanja kvalitete privatnog smještaja
- Izgradnja sportsko-rekreativne infrastrukture kao temelja za jačanje predsezone i posezone (aktivni i sportski turizam)
- Izgradnja nove marine izvan postojećeg lučkog područja radi razvoja nautičkog turizma i podizanja kvalitete ukupne ponude destinacije
- Razvoj MICE segmenta kroz izgradnju i opremanje manjih konferencijskih i multifunkcionalnih prostora

Prijetnje

- Geopolitička nestabilnost i globalne ekonomske krize
- Negativni okolišni pritisci i prostorna degradacija zbog nekontroliranog razvoja privatnog smještaja
- Spor tempo infrastrukturnih ulaganja i neujednačena koordinacija projekata
- Rizik od prekomjerne ovisnosti o visoko sezonalnim turističkim proizvodima (sunce i more, *party* turizam)
- Odlazak mladih i kvalificiranih kadrova te poteškoće u osiguravanju radne snage
- Klimatske promjene koje mogu utjecati na atraktivnost obale i raspoloživost resursa (voda, energija)

Izvor: Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

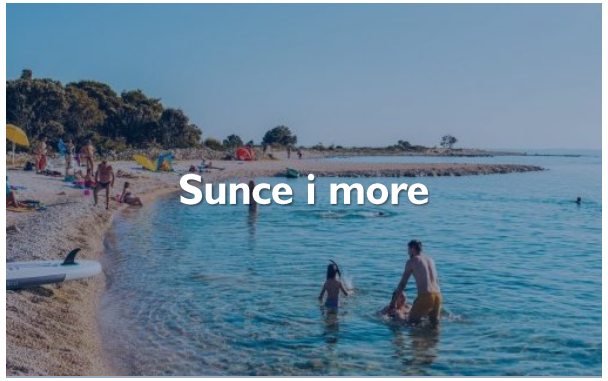


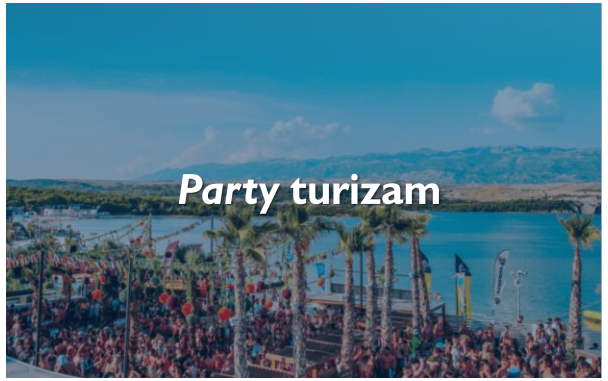
7. Potencijal za razvoj i podizanje kvalitete turističkih proizvoda

7.1. Definicija primarnih i sekundarnih turističkih proizvoda

Podjela turističkih proizvoda u destinaciji

Primarni





Sekundarni





Turistički proizvodi s potencijalom

Turistički proizvodi koji trenutno ostvaruju manji doprinos ukupnim rezultatima, ali posjeduju potencijal da uz veća strateška ulaganja i u razdoblju duljem od trajanja ovog Plana, podignu kvalitetu ponude te značajno utječu na pozicioniranje destinacije.





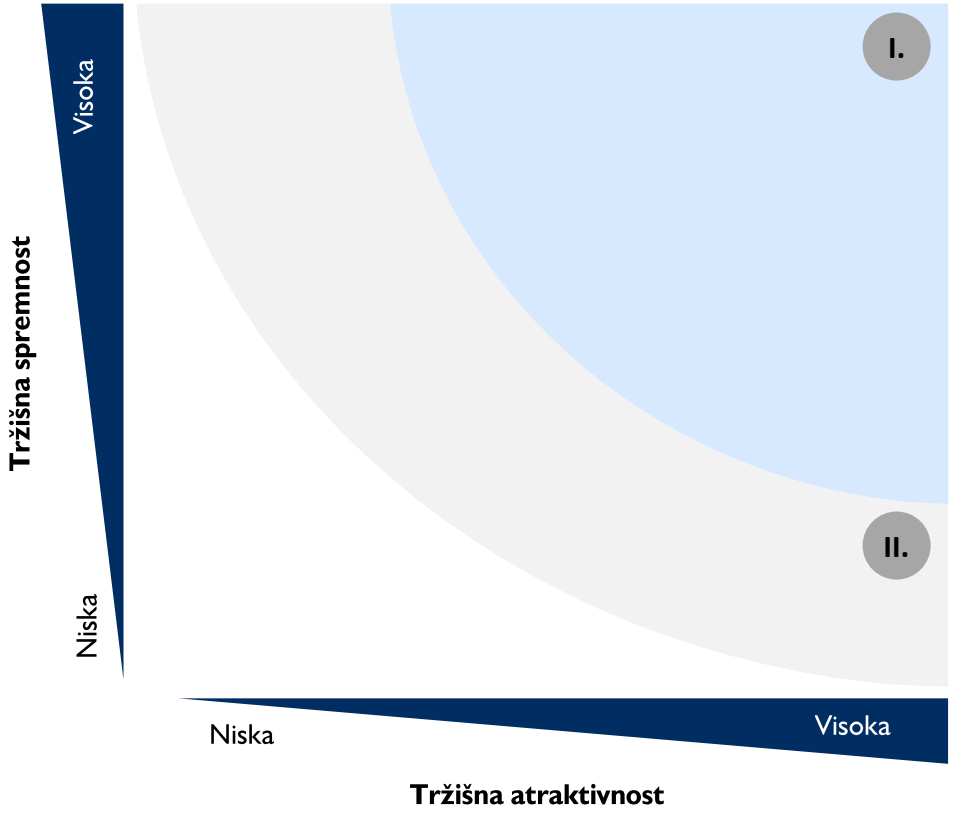




Izvor: Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Ocjena razvojnog i marketinškog potencijala proizvoda temelji se na matrici tržišne spremnosti i atraktivnosti



U Novalji su definirana dva primarna turistička proizvoda (Sunce i more, *party* turizam) i dva sekundarna proizvoda (aktivni turizam, gastro turizam).

Njihova je pozicija procijenjena putem Matrice spremnosti i atraktivnosti, koja omogućuje vrednovanje trenutnog stanja svakog proizvoda i identificiranje njegovog potencijala razvoja.

Na grafičkom prikazu matrice plavim poljem označeni su primarni proizvodi, dok sivo polje označava sekundarne proizvode destinacije.

Evaluacija se temelji na dva glavna kriterija:

Tržišna spremnost (ponuda)

- obuhvaća razinu razvijenosti infrastrukture i kapaciteta, stupanj organiziranosti i upravljanja proizvodom, dostupnost i oblikovanje tržišne ponude te kvalitetu i standardizaciju usluga

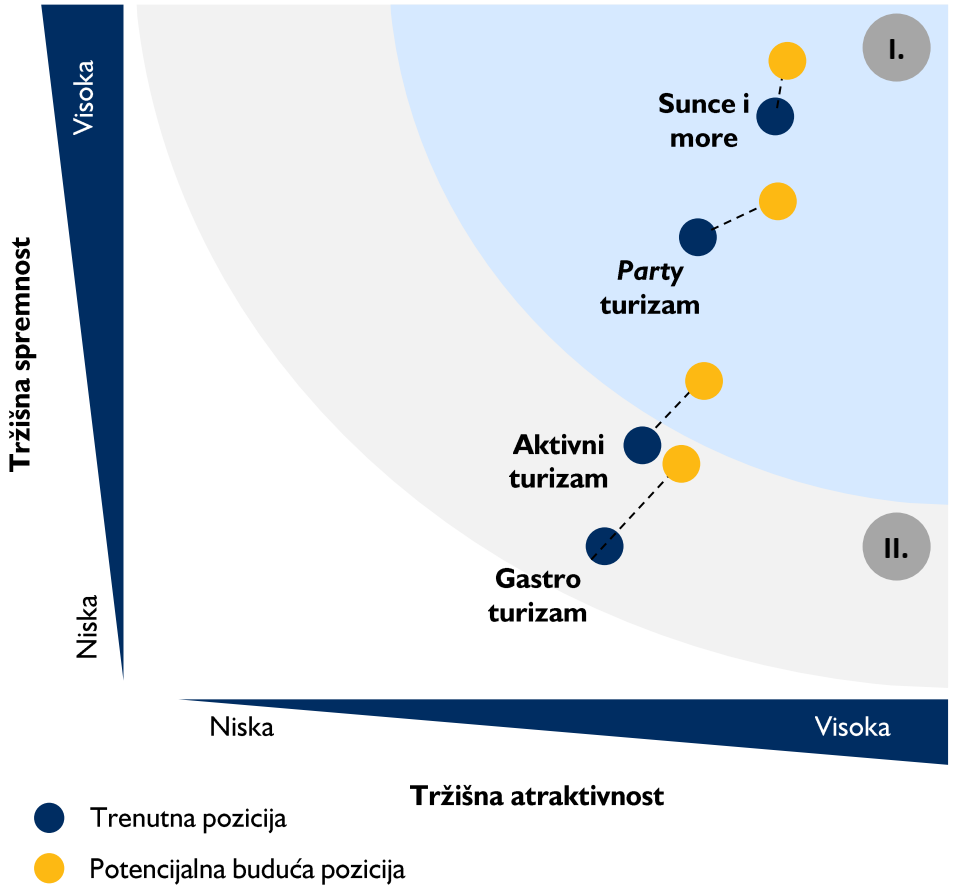
Tržišna atraktivnost (potražnja)

- odnosi na razinu postojeće i potencijalne potražnje, prepoznatljivost proizvoda na domaćem i inozemnom tržištu te ukupni potencijal rasta i diverzifikacije

Izvor: Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Aktivni turizam u nadolazećem četverogodišnjem razdoblju ima potencijal razviti se u jedan od primarnih turističkih proizvoda destinacije



Izvor: Horwath HTL, 2026.

Sunce i more nalazi se visoko na obje skale. Najzreliji je i najstabilniji proizvod destinacije. Iako postoji prostor za dodatno unaprjeđenje, njegov je razvojni potencijal najmanji jer već sada ostvaruje visoku razinu konkurentnosti.

Party turizam pokazuje visoku atraktivnost, ali nižu razinu spremnosti, što ukazuje na potrebu sofisticiranja ponude te boljeg upravljanja prostorom i imidžem proizvoda.

Aktivni turizam, iako trenutno sekundarni, u sljedeće četiri godine, u okviru trajanja Plana upravljanja, može evoluirati u primarni proizvod kroz nastavak ulaganja u infrastrukturu i nastavak snažne tržišne promocije.

Gastro turizam također ima značajan potencijal rasta, osobito kroz autentične gastro doživljaje i povezivanje s lokalnim proizvođačima, ali se suočava s većom konkurencijom drugih jadranskih destinacija, što ograničava njegovu mogućnost diferencijacije.

Ostali turistički proizvodi trenutno se nalaze izvan područja primarnih i sekundarnih proizvoda, jer imaju marginalan doprinos ukupnom turističkom prometu. Njihova budućnost ovisi o razini strateških ulaganja i prioritetima viših razvojnih politika, što znači da je njihov značajniji rast teže procijeniti u nadolazećem razdoblju.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.



7. Potencijal za razvoj i podizanje kvalitete turističkih proizvoda

7.1. Definicija primarnih i sekundarnih turističkih proizvoda

7.2. Ocjena razvojnog i marketinškog potencijala proizvoda

Sunce i more

Opis proizvoda

Turistički proizvod sunce i more obuhvaća skup doživljaja, usluga i sadržaja povezanih s boravkom uz obalu, kupanjem, odmorom i rekreacijom u priobalnom prostoru. To je temeljni oblik ljetnog odmora koji uključuje smještaj, ugostiteljstvo, plaže, aktivnosti na moru te prateće sadržaje (šetnice, *beach* barove, animaciju, događanja). U većini mediteranskih destinacija ovaj proizvod čini osnovu turističke ponude i polazišnu točku za razvoj drugih proizvoda.

Destinacijski kontekst

U Novalji je turistički proizvod sunce i more temeljni stup razvoja turizma i ključni element prepoznatljivosti destinacije. Plaže poput Zrća, Babe, Straška i Planjke definirale su različite identitete unutar istog proizvoda. Tijekom posljednjih godina vidljiv je proces kvalitativne diferencijacije, koji uključuje uređenje plaža, unaprjeđenje infrastrukture i razvoj pratećih sadržaja. Unatoč izraženoj sezonalnosti, sunce i more i dalje čini glavni izvor turističkog prometa i prihoda, te ostaje ključni pokretač destinacijskog razvoja oko kojeg se mogu nadograđivati komplementarni proizvodi.

Poluge rasta i razvoja

- Kvalitativna transformacija kroz diferencijaciju plaža prema ciljanim segmentima
- Unaprjeđenje prateće infrastrukture i usluga uz plaže (zelene zone, ugostiteljski sadržaji, sportsko-rekreacijski programi, povezanost s gradskim prostorom)
- Produženje sezone kroz nove motive boravka uz more, poput *wellbeing* i rekreativnih programa, gastronomskih događanja i koncepata koji potiču duži boravak
- Razvoj pametnog sustava upravljanja obalnim prostorom putem interaktivne platforme koja omogućuje uvid u gužve, parkirališta, kvalitetu mora i vremenske uvjete

Party turizam

Opis proizvoda

Party turizam obuhvaća ponudu i doživljaje temeljene na zabavi, noćnom životu i glazbenim događanjima. Ovaj proizvod primarno privlači mlađu populaciju, a karakteriziraju ga visoka potrošnja u kratkom razdoblju, snažan utjecaj društvenih mreža te važnost brenda destinacije kao čimbenika izbora. U suvremenom kontekstu, *party* turizam se razvija izvan okvira tradicionalne noćne scene, u kojem glazba, stil života i prostorni identitet zajedno oblikuju prepoznatljivo iskustvo destinacije.

Destinacijski kontekst

Novalja je među rijetkim destinacijama u Hrvatskoj koja je *party* turizam razvila do razine međunarodno prepoznatog brenda. Plaža Zrće etablirala se kao središte festivalske i klupske scene hrvatske obale, a ovaj proizvod donio je destinaciji visoku vidljivost i gospodarske koristi, ali i izazove izražene sezonalnosti, prostorne zasićenosti i narušene ravnoteže s lokalnim okruženjem. S obzirom na fazu zrelosti i početnog pada životnog ciklusa proizvoda, potrebno je redefinirati poslovni model i pozicioniranje proizvoda kako bi se očuvala njegova konkurentnost i održivi doprinos destinaciji.

Poluge rasta i razvoja

- Redefiniranje koncepta i pozicioniranja *party* turizma kroz razvoj održivog modela koji uravnotežuje gospodarske učinke, kvalitetu boravka i interese lokalne zajednice
- Diverzifikacija glazbene ponude radi privlačenja različitih ciljnih skupina
- Uvođenje standarda kvalitete i sigurnosti u području organizacije događanja i upravljanja prostorom Zrća, s naglaskom na reputacijski menadžment destinacije
- Jačanje integracije *party* segmenta s ostalim turističkim proizvodima (gastro, aktivni, kulturni) radi stvaranja cjelovitog i dugoročno konkurentnog turističkog iskustva

Izvor: Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Aktivni turizam

Opis proizvoda

Aktivni turizam obuhvaća skup aktivnosti i iskustava temeljenih na rekreaciji i boravku u prirodi, pri čemu se naglasak stavlja na doživljaj prostora kroz tjelesnu aktivnost i zdrav način života. Proizvod uključuje razne oblike aktivnosti – od pješačenja, biciklizma, penjanja i ronjenja, do *outdoor* manifestacija i sportskih događanja. U suvremenom turističkom kontekstu, aktivni turizam sve više postaje strateški alat za produženje sezone i povezivanje turizma s prirodnim i kulturnim resursima destinacije.

Destinacijski kontekst

Novalja raspolaže iznimnim prirodnim resursima pogodnim za razvoj aktivnog turizma, uključujući razvedenu obalu, krški reljef i staze uz more. Proizvod se sustavno razvija posljednjih godina, prvenstveno kroz brendirane *outdoor* projekte poput staze *Life on Mars*, morskih ferata, biciklističkh ruta i sportskih manifestacija. Titula Europski grad sporta dodatno je potvrdila strateški smjer Novalje prema sportu i aktivnom načinu života, a istodobno pružila okvir za daljnji razvoj infrastrukture i marketinga. Unatoč vidljivom napretku, proizvod je još uvijek u fazi konsolidacije, s prostorom za rast i razvoj.

Poluge rasta i razvoja

- Daljnji razvoj *outdoor* infrastrukture koja povezuje postojeće staze, rute i sportske zone
- Pozicioniranje Novalje kao vodeće destinacije aktivnog odmora na Jadranu kroz brendiranje, promotivne kampanje i međunarodne sportske događaje
- Povezivanje aktivnog turizma s drugim turističkim proizvodima (gastro, kulturni, obiteljski) radi stvaranja cjelovitih doživljaja i produljenja sezone

Gastro turizam

Opis proizvoda

Gastro turizam obuhvaća putovanja motivirana kulinarstvom, lokalnim namirnicama i gastronomskom kulturom destinacije. Temelji se na doživljaju hrane kao dijela identiteta prostora i kulture življenja te uključuje posjete restoranima, vinskim i maslinarskim cestama, manifestacijama i radionicama. U suvremenom turizmu, gastronomski doživljaj postao je ključan element ukupnog iskustva destinacije i snažan alat diferencijacije na međunarodnom tržištu.

Destinacijski kontekst

Gastro turizam u Novalji oslanja se na bogatu lokalnu tradiciju i iznimnu kvalitetu otočnih namirnica – osobito paškog sira, janjetine, maslinovog ulja i morske ribe. Restoranska scena se posljednjih godina kvalitativno razvija, s nekoliko objekata koji su prepoznati na nacionalnoj i međunarodnoj razini, poput Boškinac (Michelinova zvjezdica) i Starac i more (Gault & Millau). Uz ostvarivanje snažnije povezanosti s prirodnim resursima i lokalnim proizvođačima, Novalja ima potencijal pozicionirati se kao autentična gastronomska destinacija s modernim interpretacijama otočne kuhinje.

Poluge rasta i razvoja

- Jačanje prepoznatljivosti Novalje kao otočne gastronomske destinacije
- Diversifikacija gastro ponude kroz razvoj eno-gastro tura, edukativnih iskustava i suradnji s lokalnim proizvođačima (vina, maslinova ulja, sirevi, med)
- Kreiranje godišnjeg kalendara gastronomskih događanja koji potiču posjete izvan glavne sezone i stvaraju dodatnu motivaciju za dolazak
- Podizanje kvalitete ugostiteljske ponude kroz edukacije i poticanje održive upotrebe lokalnih namirnica u restoranima

Izvor: Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Sportski turizam

Opis proizvoda

Sportski turizam obuhvaća putovanja motivirana sportskim aktivnostima, natjecanjima i pripremama, pri čemu sport djeluje kao glavni motiv dolaska ili sastavni dio turističkog iskustva.

Potencijal razvoja

U Novalji se ovaj proizvod nalazi u ranoj fazi razvoja, s postojećom infrastrukturom koja uključuje sportsku dvoranu, nogometno igralište, teniske terene i novo vanjsko vježbalište, ali još bez jasne turističke valorizacije. Titula Europskog grada sporta 2025. potvrđuje stratešku usmjerenost destinacije, ali i ističe potrebu za daljnjim ulaganjima u infrastrukturu i događanja. Ključni potencijal leži u organizaciji sportskih priprema, kampova i manifestacija koje mogu produžiti sezonu.

Kultura

Opis proizvoda

Kulturni turizam obuhvaća putovanja motivirana upoznavanjem materijalne i nematerijalne baštine, umjetnosti, tradicije i lokalnog načina života.

Potencijal razvoja

U Novalji ovaj proizvod ima izražene potencijale, ali se nalazi u ranoj fazi razvoja. Grad raspolaže vrijednim resursima - antičkim ostacima poput naselja Cissa u uvali Caska, ranokršćanskim relikvijarima i kulturnim manifestacijama, no njihova je interpretacija i valorizacija ograničena. Sustavnom suradnjom s arheološkim institucijama i Ministarstvom kulture te razvojem odgovarajućeg prezentacijskog modela, kvalitetnom interpretacijom baštine moguće je oblikovati autentičan proizvod koji doprinosi produljenju sezone i jačanju identiteta destinacije.

MICE

Opis proizvoda

MICE obuhvaća poslovna putovanja i događanja čiji su glavni motiv sastanci, kongresi, edukacije i korporativne aktivnosti.

Potencijal razvoja

U Novalji je ovaj proizvod tek u začetku razvoja, s ograničenom infrastrukturom i manjkom specijaliziranih prostora za organizaciju poslovnih događanja. Potencijal leži u razvoju manjih *boutique* konferencijskih prostora i *incentive* programa povezanih s *outdoor* i gastro doživljajima, čime bi se Novalja mogla pozicionirati kao destinacija za neformalna poslovna okupljanja i *team buildinge* izvan glavne sezone.

Nautika

Opis proizvoda

Nautički turizam obuhvaća turistička kretanja i aktivnosti povezane s plovidbom i boravkom na moru, a karakterizira ga visoka potrošnja i snažan multiplikativni učinak na lokalno gospodarstvo.

Potencijal razvoja

U Novalji ovaj proizvod još nije razvijen jer marina ne postoji, no ideja njezine izgradnje prisutna je već dulje vrijeme i prepoznata je kao strateški prioritet za diversifikaciju turističke ponude. Postojeća luka trenutačno zadovoljava isključivo komunalne i sezonske potrebe, bez kapaciteta za prihvat većeg broja nautičara. Potencijal razvoja leži u izgradnji nove marine izvan središta postojeće luke, čime bi se omogućio pristup i stvorili uvjeti za razvoj komplementarnih sadržaja – servisnih, ugostiteljskih i smještajnih.

Izvor: Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.



8. Razvojni smjer s mjerama i aktivnostima

Metodologija strateškog dijela dokumenta

Ovo poglavlje predstavlja središnji dio Plana upravljanja turizmom Novalje, jer prikazuje proces kojim se od općih načela i vizije razvoja dolazi do konkretnih ciljeva, strateškog okvira i smjernica za ključne dionike. Na taj se način osigurava da se definirano pozicioniranje Novalje, i razvijena vizija prevedu u provedive i mjerljive ciljeve, uz jasno definirane nadležnosti i odgovornosti u provedbi.

Opća načela

- Definirana načela u *Smjernicama za izradu plana upravljanja destinacijom*
- Dugoročna polazišta za razvoj turizma
  - Održivost
  - Kvaliteta
  - Pristupačnost
  - Zadovoljstvo
  - Sigurnost

Postavljaju vrijednosni okvir i daju legitimitet svim sljedećim inicijativama

Strateški pravac i prioriteti

- Vizija i pozicioniranje destinacije
- Glavna uporišta pozicioniranja destinacije
- Podloga za razvoj diferencijacije

Usmjeravaju razvoj u željenom smjeru i određuju prepoznatljivost na tržištu

Kvalitativni i kvantitativni ciljevi

- Definiranje razvojnih ciljeva destinacije do 2029.
- Osnova za praćenje uspješnosti i evaluaciju razvoja

Povezuju strateški pravac s konkretnim ishodima

Strateški okvir

- Definira strateški okvir iz kojih proizlaze mjere i aktivnosti
- Uključuje mjere i aktivnosti koje su
  - Preuzete iz *Plana razvoja Grada Novalje 2023.–2029.* koje se odnose na turistički sektor
  - Novodefinirane za potrebe ovog *Plana upravljanja*

Osigurava koherenciju i koordinaciju svih dionika

Smjernice

- Usmjeravaju djelovanje ključnih dionika
  - Grad Novalja
  - TZ grada Novalje
  - Ostali destinacijski dionici
- Definiraju odgovornosti
- Osiguravaju operativnu provedbu mjera i aktivnosti
- Povezuju strategiju s praksom

Usmjeravaju djelovanje ključnih dionika

Izvor: Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.



8. Razvojni smjer s mjerama i aktivnostima

8.1. Opća načela

Opća načela

Prema metodologiji i Smjernicama za izradu Plana upravljanja u izradi su primijenjena načela koja definiraju dugoročni smjer razvoja destinacije i osiguravaju ravnotežu između gospodarskog učinka, kvalitete života i očuvanja prostora. Ova načela služe kao okvir za donošenje odluka, planiranje projekata i evaluaciju učinaka turizma:

01 Održivost

Razvoj turizma temelji se na racionalnom korištenju prostora, zaštiti prirodnih resursa i očuvanju identiteta destinacije. Održivost podrazumijeva odgovorno planiranje, uravnotežen odnos između posjetitelja i lokalne zajednice te smanjenje negativnih utjecaja turizma na okoliš i društvo.

02 Kvaliteta

Poboljšanje kvalitete turističkog doživljaja i usluga ključan je smjer razvoja destinacije. Kvaliteta se promatra kao ukupna vrijednost ponude, od uređenja prostora i smještaja do gostoljubivosti, sigurnosti i razine organizacije.

03 Pristupačnost

Turistički razvoj treba biti uključiv i omogućiti dostupnost sadržaja svim skupinama posjetitelja, uz posebnu pažnju na prometnu povezanost, digitalnu dostupnost informacija i fizičku pristupačnost javnih prostora.

04 Zadovoljstvo

Zadovoljstvo posjetitelja i lokalnog stanovništva temeljni su pokazatelji uspješnosti destinacije. Plan teži stvaranju pozitivnog iskustva boravka, ali i uravnoteženom suživotu turizma i zajednice.

05 Sigurnost

Sigurnost prostora, događanja i posjetitelja preduvjet je za razvoj turizma. U planiranju i provedbi projekata prednost se daje sustavima upravljanja rizicima, sigurnosti prometa, javnog reda i očuvanju osjećaja povjerenja među posjetiteljima i lokalnim stanovništvom.

Izvor: Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.



8. Razvojni smjer s mjerama i aktivnostima

8.1. Opća načela

8.2. Strateški pravac i prioriteti

Pozicioniranje

Novalja je *lako dostupna* otočna destinacija Jadrana koja nudi *ravnotežu svoja dva karaktera*. Tijekom ljeta, prepoznatljiva je po *atraktivnim plažama*, *visokoj energiji i razvijenoj party ponudi*, a izvan sezone postaje oaza za aktivno istraživanje *jedinstvenih prirodnih ljepota* i *autohtone, ali uzbudljive otočne gastronomije.*

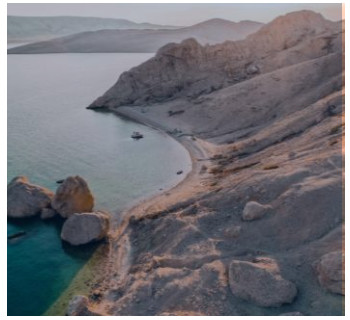


Glavna uporišta pozicioniranja



…lako dostupna otočna destinacija…

Novalja se nalazi u središnjem dijelu Jadrana, uz dobru cestovnu i trajektnu povezanost s kopnom i glavnim emitivnim tržištima. Lokacijska konkurentnost omogućuje destinaciji stabilan priljev posjetitelja i razvoj kratkih, tematskih i vikend boravaka.



…nudi ravnotežu svoja dva karaktera…

Tijekom ljeta orijentirana je na zabavni i *party* turizam, dok u pred i posezoni razvija ponudu aktivnog i mirnijeg odmora. Takav model omogućuje uravnotežen razvoj i učinkovitije korištenje turističke infrastrukture.



…atraktivnim plažama, visokoj energiji i razvijenoj *party* ponudi…

Mnogobrojne prostrane i privlačne plaže jedan su od najvrjednijih prirodnih resursa destinacije, dok se postojeći imidž zabavne destinacije razvija prema kontroliranom i profesionaliziranom modelu *party* turizma, s naglaskom na kvalitetu, sigurnost i višu razinu usluge.



…istraživanje jedinstvenih prirodnih ljepota…

Razvoj proizvoda temelji se na korištenju prirodnih resursa i specifičnosti prostora – mreže biciklističkih i pješačkih staza, krajobraznih atrakcija i lokalne gastronomije. Takva diversifikacija omogućuje veću otpornost destinacije i smanjenje sezonalnih oscilacija.



…autohtona, ali uzbudljiva otočka gastronomija…

Temeljena na autentičnim lokalnim proizvodima poput paške janjetine, paškog sira i maslinovog ulja, i prepoznatljivim ugostiteljskim objektima visoke kvalitete, te manifestacijama inovativnog formata pozicioniraju Novalju kao destinaciju uzbudljive otočke gastronomije i suvremenih interpretacija tradicije.

Izvor: Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Vizija

Aktivni odmor prisutan je kroz cijelu godinu - u predsezoni i posezoni uz biciklizam, trčanje, planinarenje i vožnju kajakom, a tijekom ljeta, ponuda zabavnih iskustava u kombinaciji s morem, plažom i energijom Zrća stvara jedinstven doživljaj destinacije

Gastronomija Novalje temelji se na jednostavnim, ali karakterističnim otočnim okusima – paškome siru, janjetini, maslinama i svježoj ribi - uz sve prisutnije suvremene interpretacije lokalnih jela. Kombinacija tradicije i kreativnosti obogaćuje boravak u destinaciji i postaje sve važniji motiv dolaska izvan ljetnog vrhunca

Novalja je *destinacija aktivnog odmora, suvremene zabave* i *kvalitetne gastronomije*, koja spaja *visoki standard doživljaja* s *odgovornim odnosom prema okolišu i zajednici* te očuvanim *prepoznatljivim paškim krajolikom*.

Svaki boravak u Novalji donosi osjećaj lakoće i kvalitete – od uređenih plaža i ukusne hrane do pažljivo oblikovanih događanja i smještaja u kojem se osjeća autentičnost destinacije

Kameniti pejzaž otoka Paga, oblikovan vjetrom, soli i morem, stvara prizore koji djeluju gotovo nadrealno. Krajolik, koji je istodobno surov i smirujući, čini prepoznatljivo obilježje Novalje i prostor jedinstvenog doživljaja

Razvoj Novalje temelji se na uravnoteženom odnosu prema prostoru, prirodnim resursima i lokalnoj zajednici. Održivo planiranje, racionalno korištenje obale, očuvanje krajobraza i uvažavanje potreba lokalne zajednice predstavljaju temeljne smjernice daljnjeg razvoja destinacije



8. Razvojni smjer s mjerama i aktivnostima

8.1. Opća načela

8.2. Strateški pravac i prioriteti

8.3. Identificiranje ciljeva

Kvalitativni i kvantitativni razvojni ciljevi

Kvalitativni ciljevi

01 Snažniji razvoj turizma izvan ljetne sezone

02 Repozicioniranje destinacije na turističkom tržištu

03 Unaprjeđenje kvalitete i diverzifikacija smještajne ponude

04 Jačanje upravljačkih i organizacijskih kapaciteta destinacije

Kvantitativni ciljevi

01 Realizacija 2,2 milijuna noćenja do 2029. godine*

02 Smanjenje udjela ostvarenih noćenja u razdoblju lipanj – kolovoz na 79% ukupnih ostvarenih noćenja*

Izvor: Horwath HTL, 2026. *Ciljevi se temelje na scenarijima projekcije rasta turističkog prometa, koji su razrađeni u sklopu poglavlja 1.5. Analiza scenarija

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Kvalitativni ciljevi

01 Snažniji razvoj turizma izvan ljetne sezone

Prioritet je postupno smanjenje ovisnosti o *party* turizmu i preusmjeravanje ulaganja u razvoj proizvoda koji mogu potaknuti turistički promet u predsezoni i posezoni. Potrebno je razvijati sadržaje i događanja vezana uz aktivni odmor i gastronomiju, uz paralelno ulaganje u njihovu infrastrukturu i promociju. Ključ je u kontinuitetu ponude – i tijekom glavne sezone treba stvarati sadržaj koji promovira aktivni i gastro turizam, čime se dugoročno gradi prepoznatljivost i stabilnost turističke potražnje.

02 Repozicioniranje destinacije na turističkom tržištu

Turistički proizvod Novalje trenutno je u fazi zasićenja i zahtijeva strateški zaokret prema održivijem i kvalitetnijem modelu. Destinaciju je potrebno usmjeriti prema gostima više platežne moći i razvoju autentičnih proizvoda poput aktivnog, gastro, *incentive* i nautičkog turizma. Cilj je oblikovati novi identitet destinacije – suvremen, sadržajno bogat i usklađen s trendovima potražnje, koji Novalju pozicionira izvan okvira isključivo *party* turizma.

03 Unaprjeđenje kvalitete i diverzifikacija smještajne ponude

U sljedećem razdoblju razvoja potrebno je osigurati širu strukturu smještaja više kvalitete, kako bi destinacija postala atraktivnija za goste veće platežne moći. Prioritet je poticanje ulaganja u hotele, difuzne i integralne koncepte, *glamping* te rekonstrukciju privatnog smještaja više kategorije. Time se povećava konkurentnost i vrijednost smještajne ponude, a Novalja se profilira kao destinacija uravnotežene kvalitete i raznovrsnih doživljaja.

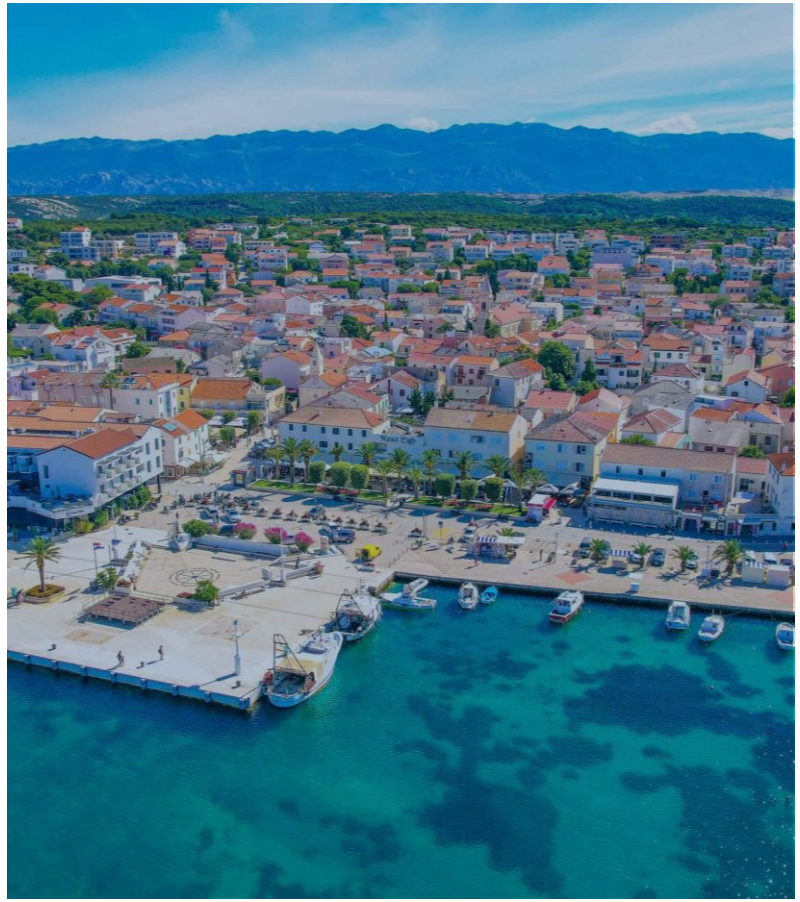
04 Jačanje upravljačkih i organizacijskih kapaciteta destinacije

Za provedbu strateškog zaokreta nužno je ojačati upravljačke i operativne kapacitete turističke zajednice. Potrebno je dodatno zapošljavanje i formiranje specijaliziranih timova (npr. za gastro, aktivni turizam), koji bi mogli u budućnosti prerasti u proizvodne klubove. Cilj je stvoriti snažan i koordiniran sustav upravljanja destinacijom koji okuplja ključne dionike i usmjerava razvoj prema dugoročno održivim prioritetima.

Izvor: Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Kvantitativni ciljevi



Izvor: Horwath HTL, 2026.

01 **Realizacija 2,2 milijuna noćenja do 2029. godine**

Cilj ostvarivanja 2,2 milijuna noćenja do 2029. godine predstavlja važan smjerokaz za praćenje razvoja turizma u Novalji tijekom razdoblja provedbe Plana. Ovaj rast ne temelji se primarno na povećanju volumena u vršnim ljetnim mjesecima, nego na postupnom produljenju sezone, jačanju potražnje u predsezoni i posezoni te poboljšanju kvalitete smještaja kroz razvoj hotelskih, difuznih i integralnih kapaciteta i poboljšanju ponude turističkih proizvoda. Doprinos cilju očekuje se i kroz privlačenje tržišnih segmenata više platežne moći te ravnomjerniju prostornu i vremensku distribuciju turističkih tokova. Dostizanje 2,2 milijuna noćenja stoga nije samo kvantitativni porast, već odraz uravnoteženog i održivog modela rasta, koji potvrđuje poziciju Novalje kao konkurentne otočne destinacije usmjerene kvaliteti i diversifikaciji ponude.

02 **Smanjenje udjela ostvarenih noćenja u razdoblju lipanj – kolovoz na 79% ukupnih ostvarenih noćenja**

Cilj smanjenja udjela noćenja ostvarenih u razdoblju lipanj – kolovoz na 79% ukupnog prometa usmjeren je na postizanje uravnoteženijeg sezonskog profila turizma u Novalji. Umjesto daljnjeg intenziviranja ljetnog opterećenja, naglasak se stavlja na jačanje turističke aktivnosti u predsezoni i posezoni, kroz razvoj aktivnog, sportskog i gastro turizma te poticanje smještajnih kapaciteta više kategorije koji generiraju potražnju izvan vrhunca sezone. Time se nastoji stabilizirati poslovanje lokalnih dionika, unaprijediti kvaliteta doživljaja, smanjiti pritisak na prostor i infrastrukturu te povećati ukupnu ekonomsku korist tijekom većeg dijela godine. Postizanje ciljanog udjela od 79% predstavlja pomak prema otpornijem modelu sezonalnosti.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.



8. Razvojni smjer s mjerama i aktivnostima

8.1. Opća načela

8.2. Strateški pravac i prioriteti

8.3. Identificiranje ciljeva

8.4. Mjere i aktivnosti

Definicija mjera i aktivnosti

U okviru važećeg *Plana razvoja Grada Novalje za razdoblje 2023.–2029.* definiran je niz mjera i aktivnosti, od kojih se dio odnosi na razvoj turizma. Budući da je taj dokument i dalje na snazi, inicijative koje su u njemu predviđene i relevantne za ovaj Plan upravljanja turizmom bit će preuzete i ovdje radi osiguranja kontinuiteta strateškog djelovanja.

Preuzete mjere:

1.1. Razvoj kvalitetnih sportskih programa i infrastrukture

1.2. Valorizacija materijalne i nematerijalne kulturne baštine

1.3. Razvoj održivog turizma uz proširenje turističke ponude

1.5. Jačanje konkurentnosti lokalnog poljoprivrednog sektora

1.6. Izgradnja i uređenje cestovne infrastrukture i povezanog sadržaja

1.7. Izgradnja i uređenje šetnica

1.8. Izgradnja i uređenje biciklističke infrastrukture

1.9. Uređenje infrastrukture za pomorski i zračni promet

1.10. Poticanje izgradnje i korištenja elektroničkih komunikacijskih mreža vrlo velikih kapaciteta

1.11. Uređenje javnih površina i zapuštenih javnih objekata

1.12. Unaprjeđenje upravljanja prirodnim resursima

Budući da *Plan razvoja Grada Novalje za razdoblje 2023.–2029.* nije isključivo usmjeren na turizam, bilo je potrebno definirati dodatne mjere i aktivnosti koje će nadopuniti postojeće te osigurati usmjeren razvoj destinacije prema stvaranju konkurentske prednosti na turističkom tržištu.

Ovaj dio Plana obuhvaća novo definirane mjere i aktivnosti koje izravno doprinose strateškom razvoju turizma te su organizirane unutar strateškog područja Upravljanje destinacijom i razvoj turističkog proizvoda. Ukupno je razvijeno 5 mjera i 25 aktivnosti.

Novo dodane mjere:

2.1. Nova era plaže Zrće

2.2. Ambijentalno i funkcionalno unaprjeđenje prostora destinacije

2.3. Poticanje diverzifikacije smještajne ponude

2.4. Mjera: Razvoj sustava destinacijskog upravljanja

2.5. Upravljanje razvojem turističkim proizvodima

Izvor: *Plan razvoja Grada Novalje za razdoblje 2023.-2029.*, Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

1.1. Mjera: Razvoj kvalitetnih sportskih programa i infrastrukture

Opis mjere:

Na području Novalje potrebno je ulagati u kvalitetu sporta i rekreacije. Ovom mjerom planirane su aktivnosti kojima će se osigurati revitalizacija postojeće te izgradnja nove lokalna sportske infrastrukture. Uz razvoj sportske infrastrukture, poticati će se bolja koordinacija sportskih klubova i udruga te razvoj novih sportskih programa. Istovremeno, potrebno je jačati vidljivost sportskih programa među lokalnim stanovništvom te ih poticati na zdrave navike i bavljenje rekreacijom.

Nadležno tijelo:	Grad Novalja, Zajednica sportova Novalja
Procijenjeni proračun:	3.000.000,00 EUR
Izvor financiranja:	Sredstva gradskog proračuna, namjenska sredstva iz državnog proračuna, fondovi Europske unije

Aktivnosti:

- Proširenje i uređenje sportskog centra Cissa
- Izgradnja i uređenje vanjskih vježbališta
- Sufinanciranje lokalne sportske zajednice
- Bolja koordinacija sportskih klubova i udruga
- Poticanje razvoja dodatnog sportskog sadržaja
- Jačanje vidljivosti sportskih udruga i programa među lokalnim stanovništvom
- Izgradnja gradskih bazena
- Poticanje obrazovanja i osposobljavanja stručnog kadra u sportu
- Razmotriti mogućnost izgradnje klizališta u centru grada (Ruža vjetrova, riva ili dr. odgovarajuća lokacija) u vrijeme adventa

Izvor: *Plan razvoja Grada Novalje za razdoblje 2023.-2029.*, Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

1.2. Mjera: Valorizacija materijalne i nematerijalne kulturne baštine

Opis mjere:

Na području Novalje postoji niz kulturnih materijalnih i nematerijalnih znamenitosti, koje su temelj za daljnji kulturni, ali i gospodarski razvoj. U nadolazećem razdoblju fokus je na kontinuiranoj revitalizaciji postojećih arheoloških nalazišta te izgradnji nove kulturne infrastrukture, a što je preduvjet za jačanje postojeće kulturne ponude i stvaranje novih programa i sadržaja.

Aktivnosti:

- Sanacija i rekonstrukcija arheološke baštine (npr. uređenje povijesne jezgre itd.)
- Sanacija Rimskih zidova i uređenje arheološke plaže u naselju Caska
- Implementacija projekta Interpretacijskog centra Navalia
- Izgradnja Muzeja kamena
- Izgradnja Muzeja ribarstva / centar ribarstva
- Izgradnja Muzeja maslinarstva (unutar centra za maslinarstvo)
- Izgradnja Muzeja rukotvorja
- Unaprjeđenje stalnog postava gradskog muzeja
- Poticanje sustavnih istraživanja na području Grada
- Poticanje korištenja kulturne baštine kao inspiracije za nove proizvode i usluge u kulturnoj industriji

- Na prijedlog dionika, kao potencijalne buduće aktivnosti unutar ove mjere identificirani su sljedeći dodatni projekti: rekonstrukcija utvrde Svetojanj (procijenjeno trajanje 10-ak godina), rekonstrukcija utvrde Kaštel te uređenje lokaliteta ostataka crkve sv. Petra i Pavla u Petriki. Navedeni projekti zahtijevaju prethodnu provjeru izvodljivosti i usklađivanje s prostorno-planskom dokumentacijom te nisu uvršteni u procjenu proračuna.

Nadležno tijelo:	Grad Novalja, Gradski muzej Novalja
Procijenjeni proračun:	4.624.126,22 EUR
Izvor financiranja:	Sredstva gradskog proračuna, namjenska sredstva iz državnog proračuna, fondovi Europske unije

Izvor: *Plan razvoja Grada Novalje za razdoblje 2023.-2029.*, Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

1.3. Mjera: Razvoj održivog turizma uz proširenje turističke ponude

Opis mjere:

S ciljem razvoja održivog turizma, ovom mjerom predviđeno je ulaganje u kulturnu i društvenu infrastrukturu u funkciji turizma, kao što je interpretacijski centar i biciklističke staze. Uz razvoj infrastrukture, važan element ove mjere je i razvoj turističke ponude, odnosno sadržaja i proizvoda. Stoga su ovom mjerom predviđene aktivnosti za razvoj selektivnih oblika turizma, kao što su cikloturizam, nautički turizam i zdravstveni turizam. Nadalje, poticati će se razvoj kvalitetnih smještajnih kapaciteta, a kako bi se spriječila pretjerana apartmanizacije lokalnog prostora provest će se revizija urbanističkih planova.

Aktivnosti:

- Izgradnja interpretacijskog centra Novalja
- Poticanje razvoja cikloturizma kroz izgradnju popratne infrastrukture i pratećeg sadržaja (financijska sredstva za izgradnju heliodroma predviđena su mjerom 6.3. Izgradnja i uređenje biciklističke infrastrukture)
- Poticanje razvoja nautičkog turizma izgradnjom marine te uređenjem ostalih pomorskih luka, uz zadovoljene strogih preduvjeta za zaštitu prirode i očuvanje okoliša
- Poticanje razvoja specijaliziranih usluga zdravstvenog turizma, kao i ostalih selektivnih oblika turizma (npr. gastroturizam, kulturni, adrenalinski, konferencijski)
- Revizija urbanističkih planova s ciljem sprječavanja pretjerane apartmanizacije lokalnog prostora, odnosno poticanja razvoja kvalitetnih smještajnih turističkih kapaciteta (npr. hotela i sl.)
- Promocija autentičnih i lokalnih turističkih proizvoda
- Digitalizacija vodiča kroz Novalju
- Strateško upravljanje razvojem turizma revizijom postojećeg te, prema potrebi, izradom novog Master plana razvoja lokalnog turizma

Nadležno tijelo:	Grad Novalja, Turistička zajednica grada Novalje
Procijenjeni proračun:	3.981.684,25 EUR
Izvor financiranja:	Sredstva gradskog proračuna, namjenska sredstva iz državnog proračuna, fondovi Europske unije

Izvor: *Plan razvoja Grada Novalje za razdoblje 2023.-2029.*, Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

1.4. Mjera: Jačanje konkurentnosti lokalnog poljoprivrednog sektora

Opis mjere:

Ulaganjem u bolje tržišno pozicioniranje lokalnih poljoprivrednika stvorit će se preduvjeti za konkurentni plasman proizvoda, a što će se omogućiti i boljom integracijom poljoprivrednih proizvoda u turistički lanac vrijednosti. Nadalje, podrškom u osnivanju organizacija lokalnih poljoprivrednika, unaprijedit će se njihova suradnja za zajednički tržišni nastup i doprinijeti uspostavi dugoročnih kanala distribucije, a također će doprinijeti stvaranju prepoznatljivosti kvalitete i izvornosti proizvoda. Osim jačanja tržišnog nastupa lokalnih poljoprivrednika, potrebno je osigurati veće obradive površine, odnosno njihovu manju fragmentiranost. Programom poticanja poljoprivrede, ulaganjem u tehnološku modernizaciju te poticanjem ekološke poljoprivrede doprinijeti će se podizanju konkurentnosti lokalne poljoprivrede. Aktivnosti u sklopu ove mjere potiču ekološku proizvodnju, ali i prerade ekoloških poljoprivrednih proizvoda.

Aktivnosti:

- Poticanje integracije poljoprivrednih proizvoda u turističku ponudu
- Poticanje objedinjavanja poljoprivrednih zemljišta
- Podrška osnivanju poljoprivredne zadruge ili drugog odgovarajućeg modela proizvođačke organizacije
- Podrška manifestacijama koje promoviraju poljoprivrednu proizvodnji (Dani meda, poljoprivredni sajam i sl.)
- Izgradnja Centar za maslinarstvo
- Izgradnja Centra paške ovce
- Izgradnja Centra ribarstva
- Poticanje ekološke poljoprivrede i uzgoja autohtonih sorti kroz program „Hrvatski otočni proizvodi" te kroz otkup lokalnih ekoloških proizvoda za potrebe javnih ustanova
- Poticanje implementacije IKT alata u poljoprivrednu proizvodnju organizacijom edukacija za poljoprivrednike i subvencijama za ulaganja u digitalizaciju radi efikasnijeg planiranja i nadzora poljoprivredne proizvodnje

Nadležno tijelo:	Grad Novalja
Procijenjeni proračun:	2.163.381,78 EUR
Izvor financiranja:	Sredstva gradskog proračuna, namjenska sredstva iz državnog proračuna, fondovi Europske unije

Izvor: *Plan razvoja Grada Novalje za razdoblje 2023.-2029.*, Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

1.5. Mjera: Izgradnja i uređenje cestovne infrastrukture i povezanog sadržaja

Opis mjere:

Aktivnosti u sklopu ove mjere unaprjeđuju povezanost na lokalnoj razini izgradnjom nove cestovne infrastrukture, kao što je nova gradska obilaznica, ali i unaprjeđenjem postojeće cestovne infrastrukture, kao što je rekonstrukcija primorske ulice. Važan element za lokalnu povezanost je javni gradski prijevoz, međutim potrebno je ulaganje u modernizaciju voznog parka javnog gradskog prijevoza, a pri čemu će prednost imati vozila na prirodni plin, hibridna i/ili električna vozila koja smanjuju potrošnju fosilnih goriva i emisiju štetnih plinova u atmosferu. Također, uvođenjem park & ride sustava cilj je rasteretiti prometnice unutar grada, posebice tijekom turističke sezone.

Aktivnosti:

- Izgradnja nove gradske obilaznice
- Uređenje prometnica – Poduzetnička zona Prozor – Zaglava
- Izgradnja rotora Zrće – Gajac
- Uređenje prometnice DC106- Škuncini stani – Gajac
- Izgradnja prometnice DC106-Dabo Peranići-Kamp Straško
- Rekonstrukcija Primorske ulice
- Izgradnja / uređenje / rekonstrukcija ostalih prometnica na području Novalje
- Ulaganje u modernizaciju voznog parka Javnog gradskog prijevoza
- Uvođenje „Park & ride" sustava
- Izgradnja rotora Novalja – Caska – Barbati

Nadležno tijelo:	Grad Novalja
Procijenjeni proračun:	20.864.025,48 EUR
Izvor financiranja:	Sredstva gradskog proračuna, namjenska sredstva iz državnog proračuna, fondovi Europske unije

Izvor: *Plan razvoja Grada Novalje za razdoblje 2023.-2029.*, Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

1.6. Mjera: Izgradnja i uređenje šetnica

Opis mjere:

Cilj ove mjere je unaprijediti sigurnost pješaka u prometu, ali i unaprijediti društveni sadržaj te ga staviti u funkciju turizma, posebice izgradnjom tracking staza i poučno – edukativnih šetnica. Aktivnosti u sklopu ove mjere unaprjeđuju pješačku infrastrukturu na lokalnoj razini izgradnjom novih šetnica i nogostupa, ali i uređenjem postojeće pješačke infrastrukture.

Nadležno tijelo:	Grad Novalja
Procijenjeni proračun:	2.521.733,36 EUR
Izvor financiranja:	Sredstva gradskog proračuna, namjenska sredstva iz državnog proračuna, fondovi Europske unije

Aktivnosti:

- Izgradnja pješačke staze uz DC106
- Izgradnja trekking staza
- Sanacija klizišta i odrona na pješačkoj stazi Zubovići – Dražica - aktivnost je u potpunosti dovršena
- Uređenje poučno – edukativnih šetnica na području Novalje
- Evidencija i digitalizacija pješačkih staza
- Prilagodba nogostupa za osobe s invaliditetom

Izvor: *Plan razvoja Grada Novalje za razdoblje 2023.-2029.*, Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

1.7. Mjera: Izgradnja i uređenje biciklističke infrastrukture

Nadležno tijelo:	Grad Novalja
Procijenjeni proračun:	1.924.480,72 EUR
Izvor financiranja:	Sredstva gradskog proračuna, namjenska sredstva iz državnog proračuna, fondovi Europske unije

Opis mjere:

Biciklistička infrastruktura na području Novalje kontinuirano se održava, no postoji prostor za njezino daljnje unapređenje i bolje funkcionalno umrežavanje. Iako su postojeće staze atraktivne i većinom smještene u prirodnom okruženju, izazov predstavlja rješavanje imovinsko-pravnih odnosa na privatnim parcelama, što otežava formiranje cjelovitih i logičnih ruta. Stoga će se ovom mjerom ulagati u izgradnju, prilagodbu i modernizaciju biciklističke infrastrukture. Osim bolje povezanosti na lokalnoj razini i uređenja prostora za svakodnevnu rekreaciju, unaprjeđenjem biciklističke infrastrukture doprinosi se proširenju i podizanju kvalitete turističke ponude.

Aktivnosti:

- Izgradnja biciklističke staze uz DC106
- Izgradnja i uređenje biciklističkih staza na području Zaglava (funkcionalno se odnosi i na područje Stare Novalje)
- Izgradnja i opremanje punktova za e-bicikle

Izvor: *Plan razvoja Grada Novalje za razdoblje 2023.-2029.*, Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

I.8. Mjera: Uređenje infrastrukture za pomorski i zračni promet

Opis mjere:

Na području Novalje postoji nekoliko luka za pomorski promet, međutim njihovi trenutni kapaciteti ne zadovoljavaju trenutne potrebe i standarde. Stoga, ovom mjerom su za srednjoročno razdoblje predviđena ulaganja u dogradnju postojećih luka. Uz pomorski promet važan čimbenik za društveni, ali i gospodarski razvitak lokalnog područja je i zračni promet. Ovom mjerom poticati će se izgradnja heliodroma koji će se koristiti u komercijalne svrhe, kao što je transport i razgledavanje za turiste, ali i nekomercijalne svrhe, u hitnim medicinskim situacijama.

Nadležno tijelo:	Grad Novalja
Procijenjeni proračun:	11.281.438,72 EUR
Izvor financiranja:	Sredstva gradskog proračuna, namjenska sredstva iz državnog proračuna, fondovi Europske unije

Aktivnosti:

- Izgradnja i uređenje luke Novalja
- Uređenja luke Metajna
- Rekonstrukcija i dogradnja trajektnog pristaništa Žigljen – aktivnost je u potpunosti dovršena
- Izgradnja heliodroma za komercijalne i nekomercijalne svrhe
- Poticanje povezivanja otoka putem hidroaviona te izgradnja pristaništa

Izvor: *Plan razvoja Grada Novalje za razdoblje 2023.-2029.*, Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

1.9. Mjera: Poticanje izgradnje i korištenja elektroničkih komunikacijskih mreža vrlo velikih kapaciteta

Opis mjere:

Dostupnost elektroničkih komunikacijskih mreža vrlo velikih brzina osnova je za cjelokupni društveni i gospodarski razvoj Novalje u suvremeno doba. Kako bi se potaknula daljnja digitalizacija javnog i privatnog sektora, ovom mjerom predviđene su aktivnosti donošenja plana razvoja širokopojasnog internate na lokalnom području te poticanja razvoja nove i unaprjeđenje postojeće komunikacijske i širokopojasne infrastrukture, uz regulaciju izgradnje infrastrukture kako ona vizualno ne bi narušavala krajolik. U tom kontekstu, postavljanje optičke infrastrukture na području Novalje trenutačno je u fazi provedbe.

Nadležno tijelo:	Grad Novalja
Procijenjeni proračun:	7.000.000,00 EUR
Izvor financiranja:	Sredstva gradskog proračuna, namjenska sredstva iz državnog proračuna, fondovi Europske unije

Aktivnosti:

- Izrada Plana razvoja mreže širokopojasnog interneta
- Regulacija izgradnje IKT infrastrukture kako ona vizualno ne bi narušavala krajolik
- Uz suradnju s teleoperaterima poticanje razvoja komunikacijske i širokopojasne infrastrukture

Izvor: *Plan razvoja Grada Novalje za razdoblje 2023.-2029.*, Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

1.10. Mjera: Uređenje javnih površina i zapuštenih javnih objekata

Opis mjere:

Ova mjera obuhvaća aktivnosti kojima će se ulagati u obnovu i revitalizaciju javnih objekata, a kako bi se iste mogle staviti u funkciju društvenog i gospodarskog razvoja. Predmetnom mjerom od aktivnosti je predviđeno uređenje dječjih igrališta i mediteranskog parka, prilagodba infrastruktura za nepokretne i teže pokretljive osobe kao bi javni sadržaj bio dostupan za sve stanovnike. Također, poticati će se *brownfield* investicije, odnosno ulaganja u prenamjenom postojećih, uglavnom derutnih i zapuštenih, objekata s ciljem pružanja usluga i infrastrukture za opće dobro.

Aktivnosti:

- Uređenje dječjih igrališta na području Novalje
- Uređenje mediteranskog vrta – Novalja (gradski park)
- Prilagodba infrastruktura za nepokretne i teže pokretljive osobe
- Nabava nove urbano-komunalne opreme
- Poticanje *brownfield* investicija prenamjenom postojećih, uglavnom derutnih i zapuštenih objekata
- Kontinuirano ulaganje u javnu infrastrukturu za društveni sadržaj

Nadležno tijelo:	Grad Novalja, Arburoža d.o.o.
Procijenjeni proračun:	2.000.000,00 EUR
Izvor financiranja:	Sredstva gradskog proračuna, namjenska sredstva iz državnog proračuna, fondovi Europske unije

Izvor: *Plan razvoja Grada Novalje za razdoblje 2023.-2029.*, Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

1.11. Mjera: Unaprjeđenje upravljanja prirodnim resursima

Opis mjere:

Bolje upravljanje prirodnim resursima podrazumijeva preventivne aktivnosti radi zaštite okoliša te održivo upravljanje prirodnim resursima. Aktivnosti predviđene ovom mjerom odnose se na sadnju drvoreda, uređenje park šume, ulaganje u zelenu infrastrukturu, ali i donošenje dokumenata prostornog planiranja kako bi se osigurali mehanizmi za zaštitu lokalnog krajolika i prirode.

Nadležno tijelo:	Grad Novalja
Procijenjeni proračun:	729.975,45 EUR
Izvor financiranja:	Sredstva gradskog proračuna, namjenska sredstva iz državnog proračuna, fondovi Europske unije

Aktivnosti:

- Sadnja drvoreda uz gradsku obilaznicu
- Uređenje park šume Straško
- Ulaganje u zelenu infrastrukturu, odnosno mrežu prirodnih i poluprirodnih područja koja pružaju usluge ekosustava
- Osigurati mehanizme zaštite lokalnog krajolika donošenjem relevantnih dokumenata prostornog planiranja
- Poticanje provođenje aktivnosti za zaštitu i očuvanje prirode

Izvor: *Plan razvoja Grada Novalje za razdoblje 2023.-2029.*, Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

2.1. Mjera: Nova era plaže Zrće

Aktivnost: Redefinicija sustava upravljanja plažom Zrće

Aktivnost podrazumijeva uspostavu novog modela upravljanja područjem plaže Zrće kroz formiranje upravljačkog tijela koje bi koordiniralo razvoj, održavanje i promociju ovog prostora u skladu sa strateškim smjerom razvoja destinacije. Novi model trebao bi omogućiti bolju usklađenost gospodarskih aktivnosti s javnim interesom te osigurati da se plaža Zrće razvija kao održiv i kvalitetno vođen turistički prostor. Upravljanje bi se temeljilo na partnerstvu Grada Novalje i poduzetnika koji djeluju na Zrću, uz jasno definirane uloge i odgovornosti.

Ključni ciljevi uključuju:

- usklađivanje ponude s vizijom razvoja destinacije i trendovima željene potražnje
- unaprjeđenje standarda kvalitete, sigurnosti i održivosti
- razvoj diverzificiranih sadržaja i aktivnosti tijekom cijele sezone
- jačanje koordinacije i transparentnosti upravljanja između javnog i privatnog sektora

Ovaj model predstavlja temelj za dugoročno očuvanje konkurentnosti i reputacije Zrća kao ključnog turističkog prostora Novalje.

Nadležno tijelo:	Grad Novalja
Izvor financiranja:	Sredstva gradskog proračuna

Aktivnost: Izrada Master plana razvoja plaže Zrće

Aktivnost podrazumijeva izradu cjelovitog poslovnog i prostornog Master plana razvoja plaže Zrće, kojim se definira dugoročna vizija i razvojni okvir ključnog turističkog prostora u skladu s novim modelom upravljanja i strateškim smjerom razvoja destinacije. Master plan se izrađuje kao logičan korak koji slijedi nakon uspostavljanja upravljačkog tijela te predstavlja početak nove razvojne ere Zrća.

Plan će obuhvatiti prostorne, programske i poslovne aspekte razvoja plaže: od zoniranja i arhitektonsko-oblikovnih smjernica do poslovnih modela, standarda kvalitete i definicije ciljnih tržišnih segmenata. Na taj način, Master plan postaje strateška platforma koja osigurava usklađen i koordiniran razvoj Zrća kao mondene i međunarodno prepoznatljive *party* destinacije, ali i višenamjenskog obalnog prostora s ponudom izvan festivalske sezone.

Ključni koraci uključuju:

- definiranje prostornih zona prema namjeni, sadržajima i ciljnim segmentima posjetitelja
- izradu poslovnog modela upravljanja koji odražava dioničke odnose i nove standarde kvalitete
- definiranje vizualnih, arhitektonskih i oblikovnih smjernica za uređenje prostora

Nadležno tijelo:	Grad Novalja kroz novoosnovano upravljačko tijelo
Izvor financiranja:	Sredstva gradskog proračuna, partneri iz privatnog sektora

Izvor: Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

2.1. Mjera: Nova era plaže Zrće

Aktivnost: Repozicioniranje party turizma

Aktivnost podrazumijeva usmjeravanje komunikacije i promocije *party* ponude Novalje prema tržištima i gostima više platežne moći, uz postupno oblikovanje prepoznatljivog imidža boutique i mondene *party* destinacije. Cilj nije radikalna promjena proizvoda, već evolucija postojećeg imidža kroz kvalitetnije programe, jasniju komunikaciju i pažljiviji odabir sadržaja. Novalja i plaža Zrće raspolažu iznimnom globalnom prepoznatljivošću u segmentu festivalskog i *party* turizma, no taj potencijal nije u potpunosti iskorišten za privlačenje zahtjevnijeg i platežno sposobnijeg segmenta posjetitelja koji traže kombinaciju zabave, stila, sigurnosti i kvalitete doživljaja.
Aktivnost će uključivati razradu marketinškog identiteta *party* turizma, definiciju ključnih poruka i vizualnog standarda te usmjeravanje digitalnih kampanja na tržišta koja traže takvu kombinaciju. Posebna pažnja posvetit će se konceptualizaciji događanja i suradnji s organizatorima festivala u kreiranju raznovrsnije i sadržajno bogatije ponude, uz uvođenje operativnih standarda koji osiguravaju ravnotežu između dinamičnog noćnog programa i kvalitete boravka za sve segmente gostiju prisutne u destinaciji.

Ključni koraci uključuju:

- uvođenje operativnih standarda koji definiraju "tihi režim" do 16:00 sati kao svakodnevnu praksu u sezoni, kojim se uspostavlja ravnoteža između odmora i dinamičnog večernjeg i noćnog programa te smanjuju konflikti s gostima obiteljskog i drugih tržišnih segmenata
- razvoj komunikacijskog plana s jasnim pozicioniranjem Novalje kao *party* destinacije višeg standarda, uključujući definiciju ciljnih tržišta i profila poželjnih posjetitelja
- definiranje vizualnih i sadržajnih smjernica za međunarodnu promociju, s naglaskom na festivale i brendove koji privlače zahtjevniju publiku
- usmjeravanje promocije na prioritetna tržišta i segmente koji preferiraju kvalitetna iskustva i dulji boravak
- strukturiranje festivalskog kalendara u suradnji s organizatorima događanja, s ciljem postizanja optimalnog balansa između volumena posjetitelja i kvalitete doživljaja, uz aktivno privlačenje međunarodnih partnerstava i brendova koji potvrđuju globalnu relevantnost destinacije

Nadležno tijelo:	Grad Novalja u suradnji s Turističkom zajednicom grada Novalje i dionicima privatnog sektora
Izvor financiranja:	Sredstva gradskog proračuna, sredstva proračuna turističke zajednice

Izvor: Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

2.1. Mjera: Nova era plaže Zrće

Aktivnost: Implementacija noćnog gradonačelnika

Aktivnost podrazumijeva uvođenje funkcije noćnog gradonačelnika kao posredničkog mehanizma između javnog sektora, ugostitelja, organizatora događanja i lokalne zajednice. Cilj je poboljšati koordinaciju i komunikaciju između dionika uključenih u noćni život te osigurati uravnotežen razvoj *party* ponude, sigurnosti i kvalitete života stanovnika. Noćni gradonačelnik djelovao bi kao nezavisni operativni koordinator, zadužen za praćenje aktivnosti u *party* zonama, predlaganje mjera za sigurnost, te promicanje odgovornog ponašanja posjetitelja. Uloga bi bila savjetodavna, ali s mandatom za iniciranje konkretnih mjera i koordinaciju relevantnih službi.

Operativno, noćni gradonačelnik djelovat će kao stalna kontaktna točka dostupna tijekom noćnih sati u špici sezone, s jasno definiranim protokolima za eskalaciju problema prema komunalnim i sigurnosnim službama. Uz reaktivnu ulogu, obavljat će i proaktivne zadatke: redovito obilaziti *party* zone, pratiti razinu buke i prometnih opterećenja, te komunicirati s organizatorima događanja u stvarnom vremenu. Model se temelji na iskustvima gradova koji su uveli sličnu funkciju (Amsterdam, Bristol), prilagođen specifičnostima manjih obalnih destinacija sezonskog karaktera.

Ključni koraci uključuju:
- definiranje mandata, modela imenovanja i nadležnosti funkcije noćnog gradonačelnika
- uspostavu radne skupine koja će pratiti provedbu i predlagati mjere poboljšanja noćne ekonomije
- organizaciju redovitih sastanaka s klubovima, komunalnim službama i policijom
- izradu izvještaja i preporuka za unaprjeđenje noćne ponude i smanjenje konflikata između turizma i lokalne zajednice

Nadležno tijelo:	Grad Novalja u suradnji s Turističkom zajednicom grada Novalje
Izvor financiranja:	Sredstva gradskog proračuna, sredstva proračuna turističke zajednice

Izvor: Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

2.1. Mjera: Nova era plaže Zrće

Aktivnost: Osnivanje Fonda za razvoj Zrća

Aktivnost podrazumijeva uspostavu namjenskog neprofitnog financijskog mehanizma koji bi omogućio sustavno reinvestiranje dijela prihoda od turizma u unaprjeđenje infrastrukture, sigurnosti i marketinga plaže Zrće. Fond bi funkcionirao kao transparentna zajednička platforma javnog i privatnog sektora, u koji bi se slijevala sredstva iz više izvora: dio prihoda od povišene turističke pristojbe, namjenska javna sredstva Grada Novalje i dobrovoljne uplate dionika koji djeluju na Zrću. Upravljanje Fondom povjeravalo bi se upravljačkom tijelu Zrća uz nadzor Grada, a sredstva bi bila namjenski usmjeravana prema prioritetima koji se godišnje usuglašavaju s dionicima.

Ključni koraci uključuju:

- definiranje pravnog oblika i upravljačke strukture Fonda (statut, upravljačko tijelo, nadzorni mehanizmi)
- utvrđivanje izvora punjenja Fonda i minimalnih godišnjih doprinosa po kategoriji dionika
- izradu godišnjeg plana namjenskog ulaganja s prioritetnim kategorijama (infrastruktura, sigurnost, marketing, digitalizacija)
- uspostavu mehanizma javnog izvještavanja o prikupljenim i utrošenim sredstvima

Nadležno tijelo:	Grad Novalja u suradnji s upravljačkim tijelom plaže Zrće
Izvor financiranja:	sredstva gradskog proračuna, privatni partneri

Aktivnost: Suradnja sa širim krugom dionika

Aktivnost podrazumijeva uspostavu sustavne suradnje i koordinacije između Grada Novalje, Zadarske županije i Općine Kolan radi usuglašavanja politika upravljanja *party* turizmom i razvoja projekata od zajedničkog interesa. Cilj je ojačati međuinstitucionalnu suradnju i postići usklađeno djelovanje u planiranju, regulaciji i promociji turističkih aktivnosti koje prelaze administrativne granice. Poseban naglasak bit će na komunalnoj infrastrukturi, sigurnosti, prometu i zaštiti okoliša.

Ključni koraci uključuju:

- formiranje međuinstitucionalne radne skupine za *party* turizam i prostorno upravljanje
- definiranje zajedničkih razvojnih i komunalnih prioriteta
- uspostavu redovitih koordinacijskih sastanaka radi praćenja provedbe dogovorenih mjera

Nadležno tijelo:	Grad Novalja
Izvor financiranja:	Sredstva gradskog proračuna

Izvor: Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

2.2. Mjera: Ambijentalno i funkcionalno unaprjeđenje prostora destinacije

Aktivnost: Tematizacija plaža i ulaganje u razvoj sadržaja više dodatne vrijednosti

Aktivnost podrazumijeva sustavno uređenje, diferencijaciju i tematsko pozicioniranje plaža na području Novalje, s ciljem podizanja razine kvalitete i stvaranja prepoznatljivog identiteta obalnog prostora. Plaže, kao ključna infrastruktura proizvoda ljetnog odmora, imaju presudnu ulogu u oblikovanju ukupnog doživljaja destinacije te predstavljaju jedan od najvažnijih elemenata percepcije kvalitete ponude. Jasna prostorna segmentacija prema namjeni i ciljnim skupinama istovremeno smanjuje konflikte između različitih profila posjetitelja i doprinosi kvaliteti doživljaja za sve segmente. Na području Novalje potrebno je razviti koncept tematiziranih plaža (npr. obiteljska, sportsko-rekreativna, mirna, *party* plaža) te sukladno tome ulagati u uređenje, opremanje i oblikovanje sadržaja u skladu s ciljnim tržišnim segmentima. Ulaganja trebaju biti usmjerena na stvaranje uređenih, estetski prepoznatljivih i funkcionalnih prostora, s naglaskom na pristupačnost, sigurnost, održivost i ugodnost boravka.

Kroz razvoj i tematizaciju plaža potrebno je omogućiti veće uključivanje privatnog sektora kroz model koncesija i partnerstava, uz jasno definirane kriterije kvalitete i održivosti. Time bi se osigurala raznolikost sadržaja i dodatna vrijednost za posjetitelje, uz kontrolirano i usklađeno upravljanje javnim prostorom.

Ključni koraci uključuju:
- izradu Plana tematizacije plaža s kategorizacijom prema funkciji i ciljnom tržištu
- definiranje standardiziranih elemenata uređenja i opreme (sjenila, zelene zone, urbani mobilijari, pristupačnost)
- otvaranje prostora za koncesioniranje usluga i partnerstva s privatnim sektorom
- sustavno praćenje zadovoljstva korisnika i standarda kvalitete kroz redovite evaluacije

Nadležno tijelo:	Grad Novalja
Izvor financiranja:	Sredstva gradskog proračuna

Izvor: Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

2.2. Mjera: Ambijentalno i funkcionalno unaprjeđenje prostora destinacije

Aktivnost: Razvoj pametnog sustava upravljanja obalnim prostorom

Aktivnost podrazumijeva razvoj digitalne platforme koja integrira podatke o stanju obalnog prostora, uključujući razinu zauzetosti plaža i parkirališta, kvalitetu mora te vremenske uvjete, s ciljem poboljšanja informiranosti posjetitelja i učinkovitijeg upravljanja. Pametni sustav upravljanja obalnim prostorom omogućuju praćenje i vizualizaciju pokazatelja u realnom vremenu, čime se doprinosi boljem iskustvu, ali i rasterećenju najopterećenijih zona. Sustav objedinjava podatke iz različitih izvora (senzori, kamere, meteorološke i prometne baze) te ih prikazivati putem interaktivne web i mobilne platforme.

Glavni koraci i sadržaj aktivnosti:

- analiza postojećeg stanja i identifikacija lokacija za ugradnju senzora i mjernih točaka
- razvoj digitalne platforme s integriranim prikazom ključnih podataka (gustoća posjetitelja, parkirališta, kvaliteta mora, vremenski uvjeti, jačina vjetra)
- uspostava sustava za prikupljanje i obradu podataka
- promocija platforme prema posjetiteljima i lokalnom stanovništvu putem digitalnih kanala i info-točaka

Nadležno tijelo:	Grad Novalja
Izvor financiranja:	Sredstva gradskog proračuna, fondovi Europske unije

Aktivnost: Definicija standarda uređenja urbanih prostora

Aktivnost podrazumijeva izradu standarda i smjernica kojima se uređuje vizualni identitet i funkcionalni oblik urbanih prostora. Standardi će obuhvatiti pravila i preporuke za izgled ulica, nogostupa, urbane opreme, terasa, šetnica i pročelja. Poseban naglasak stavlja se na uređenje i revitalizaciju starogradske jezgre, s uvjetima za obnovu objekata i prihvatljivim oblicima intervencije, uz zabranu elemenata koji narušavaju autentičnost i identitet prostora. Primjena standarda osigurat će usklađeni vizualni identitet destinacije, uključujući skulpturalne i instalacijske intervencije u ključnim javnim prostorima, podići percipiranu kvalitetu boravka i stvoriti koherentnu sliku Novalje prema posjetiteljima.

Ključni koraci uključuju:

- analizu postojećeg stanja i pregled primjera dobre prakse
- izradu vodiča za uređenje urbanih prostora i smjernica za vizualni identitet (ulice, javni mobilijari, terase, pročelja)
- definiranje posebnih standarda za obnovu i uređenje starogradske jezgre (dopušteni i zabranjeni zahvati, prihvatljiva materijalizacija i oblikovanje)
- usklađivanje standarda s prostornim planovima i procedurama izdavanja dozvola

Nadležno tijelo:	Grad Novalja u suradnji s Turističkom zajednicom grada Novalje
Izvor financiranja:	Sredstva gradskog proračuna, fondovi Europske unije

Izvor: Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

2.2. Mjera: Ambijentalno i funkcionalno unaprjeđenje prostora destinacije

Aktivnost: Definicija standarda uređenja ruralnih prostora

Aktivnost podrazumijeva izradu smjernica za uređenje infrastrukture I okoliša na području izvan urbanog pojasa. Poseban naglasak stavlja se na pješačke i biciklističke puteve koji prolaze kroz maslinike, klance, polja i uz morsku obalu, te na definiranje lokacija i standarda za izgradnju vidikovaca i odmorišta. Smjernice će obuhvatiti i pravila o postavljanju putokaza i interpretativnih ploča, vizualni identitet takve opreme te raspodjelu odgovornosti dionika za izgradnju i redovito održavanje. Cilj je stvoriti koherentan i prepoznatljiv sustav uređenja ruralnog prostora koji odražava karakter paškog krajobraza te povećava atraktivnost destinacije.

Glavni koraci i sadržaj aktivnosti:

- analizu postojećeg stanja ruralne infrastrukture i mapiranje ključnih nedostataka
- Izrada smjernica za uređenje puteva, staza, vidikovaca i mjesta za odmor (izgled, materijalizacija, oprema)
- definiranje vizualnog standarda putokaza, signalizacije i interpretativnih ploča
- utvrđivanje nadležnosti za izgradnju i održavanje ruralne infrastrukture, uz model sufinanciranja između javnih dionika

Nadležno tijelo:	Grad Novalja
Izvor financiranja:	Sredstva gradskog proračuna, fondovi Europske unije

Aktivnost: Definicija lokacija i načina uređenja klimatski otpornih zona destinacije

Aktivnost podrazumijeva identifikaciju i prostorno planiranje namjenskih zona unutar destinacije koje pružaju zaštitu od toplinskog stresa i pridonose klimatskoj otpornosti. U kontekstu sve izraženijih ljetnih vrućina i povećane osjetljivosti obalnih destinacija na klimatske promjene, cilj je sustavno uvesti zasjenjene površine, zelene otoke, vodene elemente i rješenja temeljena na obnovljivim izvorima energije kao integralni dio javnog prostora. Aktivnost uključuje definiranje kriterija za odabir lokacija, standarda opreme i uređenja klimatski otpornih zona, te modela odgovornosti za njihovo upravljanje i održavanje. Rezultat aktivnosti je plan koji osigurava da ulaganja u destinaciji sustavno uvažavaju klimatsku prilagodbu kao jedan od temeljnih razvojnih parametara.

Ključni koraci uključuju:

- identifikaciju lokacija za klimatski otporne zone (središta naselja, šetnice, plaže)
- izradu smjernica za uređenje zasjenjenih površina, zelenih površina i vodenih elemenata u javnom prostoru
- definiranje tehnoloških rješenja i primjena obnovljivih izvora energije primjerenih kontekstu Novalje

Nadležno tijelo:	Grad Novalja
Izvor financiranja:	Sredstva gradskog proračuna, fondovi Europske unije

Izvor: Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

2.3. Mjera: Poticanje diverzifikacije smještajne ponude

Aktivnost: Poticanje investicija u hotelske kapacitete

Aktivnost podrazumijeva mjere za poticanje ulaganja u hotelske kapacitete više kategorije, kao i transformaciju dijela privatnog smještaja u difuzne i integralne hotele. Cilj aktivnosti je unaprijediti strukturu smještajnih kapaciteta, povećati kvalitetu usluge i produljiti sezonu kroz razvoj smještaja više dodane vrijednosti.

U području klasičnih hotelskih oblika, treba djelovati proaktivno prema potencijalnim investitorima, osiguravajući transparentne prostorne uvjete, ubrzanu administraciju i podršku u pripremi projekata. Prioritet je privlačenje ulaganja u hotele visoke kategorije koji doprinose cjelogodišnjem poslovanju, diversifikaciji tržišta i zapošljavanju lokalne radne snage.

Drugi razvojni pravac odnosi se na okrupnjavanje i prenamjenu privatnog smještaja u difuzne i integralne hotele, osobito u područjima povijesne jezgre i naselja pogodnih za prostornu integraciju, primjerice u Novalji i Lunu. Takav model omogućuje vlasnicima objekata povećanje prihoda i profesionalizaciju poslovanja, a destinaciji donosi uređeniju, standardiziranu i tržišno konkurentniju ponudu. Kroz zajednički upravljački model moguće je osigurati pružanje dodatnih usluga (npr. doručak, catering, vođene ture).

Ključni koraci uključuju:

- izradu investicijske mape potencijalnih hotelskih zona i aktivno predstavljanje projekata investitorima
- definiranje lokalnih poticajnih mjera (npr. smanjenje komunalnog doprinosa, brža procedura izdavanja dozvola)
- izradu modela poticanja difuznih i integralnih hotela kroz tehničku i savjetodavnu podršku vlasnicima objekata
- pokretanje pilot-projekta integralnog hotela koji bi demonstrirao održivost i prednosti tog koncepta

Nadležno tijelo:	Grad Novalja u suradnji s privatnim investitorima
Izvor financiranja:	Sredstva gradskog proračuna

Izvor: Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

2.3. Mjera: Poticanje diverzifikacije smještajne ponude

Aktivnost: Poticanje razvoja glamping turizma

Aktivnost podrazumijeva poticanje ulaganja u *glamping* objekte i kampove više kvalitete. U kontekstu Novalje, razvoj *glampinga* nadovezuje se na postojeće prirodne resurse te može postati most između tradicionalnog kampinga i modernog iskustvenog turizma. *Glamping* bi također mogao doprinijeti ravnomjernijem prostornom razvoju turizma, otvarajući mogućnosti ulaganja u manje iskorištenim područjima te jačajući povezanost s lokalnim poljoprivrednim gospodarstvima i gastronomijom.

Ključni koraci uključuju:
- identifikaciju potencijalnih lokacija za razvoj *glampinga* u skladu s prostornim planom i ekološkim kriterijima, u ovom smislu prioritet su postojeći kampovi
- izradu modela poticanja ulaganja (npr. savjetodavna podrška, brža procedura izdavanja dozvola)
- definiranje standardiziranih smjernica dizajna i uređenja *glamping* objekata
- promociju *glampinga* kao dijela održive i *eco-luxury* ponude Novalje kroz destinacijski marketing

Nadležno tijelo:	Grad Novalja u suradnji s privatnim investitorima
Izvor financiranja:	Sredstva gradskog proračuna

Aktivnost: Poticanje razvoja ruralnog smještaja i kuća za odmor

Aktivnost podrazumijeva poticanje ulaganja u ruralni i obiteljski smještaj u manje razvijenim zonama i područjima destinacije, s ciljem ravnomjernijeg prostornog razvoja turizma i diverzifikacije ponude izvan obalnog pojasa. Fokus je na razvoju kuća za odmor, manjih agroturizama i tradicionalnih kamenih kuća koje odražavaju lokalnu arhitekturu i način života. Ovaj oblik smještaja ima potencijal povezati turizam s lokalnom poljoprivredom, gastronomijom i *outdoor* aktivnostima, stvarajući autentičan doživljaj prostora i potičući cjelogodišnje poslovanje.

Ključni koraci uključuju:
- identifikaciju ruralnih zona pogodnih za razvoj smještaja
- poticanje obnove i prenamjene tradicionalnih objekata
- razvoj paketa podrške investitorima i vlasnicima zemljišta
- promociju ruralnog smještaja kao dijela autentične i mirnije strane destinacije

Nadležno tijelo:	Grad Novalja u suradnji s Turističkom zajednicom grada Novalje
Izvor financiranja:	Sredstva gradskog proračuna

Izvor: Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

2.3. Mjera: Poticanje diverzifikacije smještajne ponude

Aktivnost: Podizanje kvalitete privatnog smještaja

Aktivnost podrazumijeva sustavno unaprjeđenje kvalitete i standarda privatnog smještaja kroz edukaciju i poticanje ulaganja u modernizaciju objekata. Privatni smještaj čini najveći udio kapaciteta u Novalji te ima ključnu ulogu u ukupnom doživljaju destinacije, ali je često neujednačene kvalitete i tržišne prepoznatljivosti. Cilj aktivnosti je profesionalizacija i diferencijacija ponude, uz poticanje vlasnika na primjenu održivih rješenja i stvaranje dodane vrijednosti kroz dodatne usluge (npr. doručak, transfer, lokalni doživljaji).

Ključni koraci uključuju:
- pokretanje programa edukacije i savjetovanja za iznajmljivače
- izradu vodiča za unaprjeđenje i standardizaciju objekata
- poticanje udruživanja iznajmljivača radi zajedničkog marketinga i učinkovitijeg poslovanja

Nadležno tijelo:	Turistička zajednica grada Novalje
Izvor financiranja:	Sredstva proračuna turističke zajednice

Aktivnost: Podizanje turističke pristojbe

Aktivnost podrazumijeva prilagodbu sustava turističke pristojbe s ciljem osiguravanja dodatnih sredstava za razvoj destinacije, podizanja kvalitete usluge i jačanja održivog turizma. U okviru aktivnosti predviđa se utvrđivanje novih kategorija i iznosa turističke pristojbe koje bolje odražavaju razinu ponude, sezonalnost i tržišnu poziciju destinacije. Također se planira jačanje mehanizama praćenja i naplate pristojbe kako bi se osigurala pravedna raspodjela obveze i transparentnost u razvoju turističke infrastrukture.

Ključni koraci uključuju:
- analiza postojeće visine i strukture turističke pristojbe
- izrada prijedloga nove strukture pristojbe (po kategorijama objekata, kvaliteti, sezoni) u suradnji s lokalnim dionicima
- donošenje odluke o visine turističke pristojbe od strane Županijske skupštine temeljem prijedloga Turističke zajednice grada Novalje
- informiranje i edukacija pružatelja smještaja o novim pravilima te uspostava sustava praćenja izvršenja i utroška sredstava

Nadležno tijelo:	Turistička zajednica grada Novalje i Županijska skupština
Izvor financiranja:	/

Izvor: Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

2.4. Mjera: Razvoj sustava destinacijskog upravljanja

Aktivnost: Jačanje kapaciteta Turističke zajednice grada Novalje

Aktivnost podrazumijeva jačanje institucionalnih i stručnih kapaciteta Turističke zajednice grada Novalje radi učinkovitijeg upravljanja razvojem turizma, provedbe strateških projekata i unaprjeđenja promocije destinacije. U kontekstu rastuće kompleksnosti turističkog sustava, potrebno je osigurati da turistička zajednica raspolaže adekvatnim kadrovskim, organizacijskim i tehničkim resursima za provedbu svih razvojnih i operativnih funkcija. Aktivnost uključuje ulaganje u edukaciju zaposlenika, razvoj specijaliziranih znanja u područjima digitalnog marketinga, održivog turizma, menadžmenta događanja i tržišne analitike, te modernizaciju internih procesa kroz digitalizaciju i unapređenje komunikacijskih alata. Poseban naglasak stavlja se na dodatno zapošljavanje i formiranje tematskih timova unutar turističke zajednice, uključujući stručne suradnike za pojedine turističke proizvode (npr. gastro, *party*, aktivni, kulturni turizam). Takva struktura stvorila bi temelje za osnivanje budućih proizvodnih klubova i jačanje suradnje s privatnim sektorom.

Ključni koraci uključuju:

- izradu plana razvoja kompetencija i kadrovskih potreba TZ-a
- zapošljavanje stručnjaka za ključne turističke proizvode i segmentirano tržišno pozicioniranje
- uspostavu operativnih timova zaduženih za provedbu strateških mjera po proizvodima
- ulaganje u digitalne alate koji podupiru koordinaciju i upravljanje destinacijom

Nadležno tijelo:	Grad Novalja, Turistička zajednica grada Novalje
Izvor financiranja:	Sredstva gradskog proračuna, sredstva proračuna turističke zajednice

Izvor: Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

2.4. Mjera: Razvoj sustava destinacijskog upravljanja

Aktivnost: Razvoj integrirane digitalne platforme destinacije

Aktivnost podrazumijeva razvoj integrirane digitalne platforme koja posjetiteljima Novalje osigurava centraliziran i intuitivan pristup svim ključnim informacijama i uslugama destinacije. Fragmentiranost digitalnih kanala jedan je od prepoznatih nedostataka trenutne turističke ponude: informacije o programima, prijevozu, smještaju i događanjima rasute su po različitim izvorima, što negativno utječe na korisničko iskustvo i percipiranu organiziranost destinacije. Integrirana platforma, dostupna kao mobilna aplikacija i web sučelje, rješava ovaj problem objedinjavanjem svih relevantnih sadržaja na jednom mjestu. Platforma će posjetiteljima u realnom vremenu pružati informacije o festivalima i manifestacijama, mogućnostima prijevoza (taxi, javni prijevoz, *shuttle* prema Zrću), raspoloživosti smještaja i kupnji ulaznica, te aktualnom stanju na plažama i parkiralištima. Uz informativnu funkciju, platforma može uključivati i sustav nagrađivanja lojalnih posjetitelja i dionika koji aktivno sudjeluju u razvoju destinacije. Na taj način platforma postaje ne samo komunikacijski alat prema posjetiteljima, već i instrument upravljanja tokovima posjetitelja i jačanja suradnje s privatnim sektorom. Posebna pažnja posvetit će se integraciji s već planiranim sustavima u okviru mjera ovog Plana, osobito s pametnim sustavom upravljanja obalnim prostorom koji pruža podatke o zauzetosti plaža i parkirališta u realnom vremenu, te s destinacijskim kalendarom događanja.

Ključni koraci uključuju:

- definiranje funkcionalnih zahtjeva i sadržajne arhitekture platforme u suradnji s ključnim dionicima (TZG Novalja, Grad, prijevoznici, organizatori događanja, smještajni sektor)
- razvoj ili nabavu tehničkog rješenja s modulima za događanja, prijevoz, smještaj, upravljanje tokovima posjetitelja i sustav nagrađivanja
- integraciju podataka iz postojećih i planiranih sustava (pametni sustav upravljanja obalnim prostorom, kalendar događanja, prijevoznici, *booking* platforme)
- pilot testiranje platforme u sezoni s odabranom skupinom korisnika i dionika te iterativno unaprjeđenje na temelju povratnih informacija
- promociju platforme prema posjetiteljima kroz digitalne kanale i fizičke info-točke u destinaciji

Nadležno tijelo:	Turistička zajednica grada Novalje
Izvor financiranja:	Sredstva proračuna turističke zajednice

Izvor: Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

2.5. Mjera: Upravljanje razvojem turističkim proizvodima

Aktivnost: Razvoj OPG kušaonica

Aktivnost podrazumijeva poticanje uređenja i stavljanja u funkciju kušaonica unutar obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava koja proizvode autentične lokalne proizvode, poput sira, maslinovog ulja, vina ili meda. Cilj aktivnosti je povezati poljoprivredu i turizam te omogućiti posjetiteljima neposredan doživljaj lokalne proizvodnje i tradicije. Uređenjem kušaonica, vlasnicima se omogućuje direktna prodaja i interpretacija vlastitih proizvoda, čime se povećava dodana vrijednost i potiče održivi razvoj ruralnih područja. Za destinaciju, ovakvi sadržaji predstavljaju autentičan gastronomski doživljaj koji doprinosi prepoznatljivosti i kvaliteti ponude, osobito u predsezoni i posezoni.

Ključni koraci uključuju:
- identifikaciju postojećih i potencijalnih OPG-ova koji mogu razviti kušaonice
- izradu smjernica i poticajnih mjera za uređenje prostora i brendiranje proizvoda
- pružanje savjetodavne i tehničke podrške za dobivanje potrebnih dozvola
- uključivanje kušaonica u gastro itinerare i promotivne kampanje destinacije

Nadležno tijelo:	Grad Novalja u suradnji s dionicima iz privatnog sektora
Izvor financiranja:	Sredstva gradskog proračuna, namjenska sredstva iz državnog proračuna, fondovi Europske unije

Aktivnost: Uspostava food marketa

Aktivnost podrazumijeva uređenje i pokretanje manjeg prodajno-interpretacijskog prostora, s ciljem promocije, distribucije i bolje tržišne vidljivosti domaćih proizvoda. Takav *food market* omogućio bi direktan kontakt posjetitelja s lokalnim ugostiteljima i brendovima te osigurao dodatnu vrijednost destinacijskoj gastronomskoj ponudi. Prostor bi se mogao urediti u okviru postojećeg javnog objekta ili kroz izgradnju manjeg namjenskog paviljona. Market bi funkcionirao kao stalna točka promocije paških proizvoda, ali i kao kulturno-gastronomski punkt u kojem se povremeno mogu održavati degustacije i manji događaji.

Ključni koraci uključuju:
- odabir lokacije i modela upravljanja (javna ustanova, partnerstvo s OPG-ovima ili komunalno poduzeće)
- izradu projekta uređenja i brendiranja prostora
- definiranje kriterija za uključivanje lokalnih proizvođača i ugostitelja i standarda kvalitete
- promociju *food marketa* kroz destinacijsku komunikaciju i gastro događanja

Nadležno tijelo:	Grad Novalja u suradnji s dionicima iz privatnog sektora
Izvor financiranja:	Sredstva gradskog proračuna, namjenska sredstva iz državnog proračuna, fondovi Europske unije

Izvor: Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

2.5. Mjera: Upravljanje razvojem turističkim proizvodima

Aktivnost: Izrada konceptualne studije razvoja turističkog proizvoda Novaljskog polja

Aktivnost podrazumijeva izradu konceptualne studije kojom se definiraju strateške, prostorne i organizacijske osnove za dugoročni razvoj Novaljskog polja kao prepoznatljivog turističkog prostora koji spaja lokalnu poljoprivrednu proizvodnju, ruralni krajolik i autentične turističke doživljaje. Novaljsko polje predstavlja jedinstven resurs destinacije koji do sada nije sustavno valoriziran u turističkom smislu, a raspolaže značajnim potencijalom za razvoj ruralnog i gastro turizma, *outdoor* aktivnosti te interpretacijskih programa temeljenih na tradicijskoj kulturi i načinu života. Studija će obuhvatiti sveobuhvatnu analizu prostora i dioničkog ekosustava, s ciljem razgraničenja komercijalnih i nekomercijalnih komponenti projekta te jasnog definiranja uloga i odgovornosti javnog i privatnog sektora. Posebna pažnja posvetit će se identifikaciji lokalnih OPG-ova, udruga i poduzetnika koji mogu biti nositelji pojedinih segmenata ponude, kao i definiranju infrastrukturnih preduvjeta koje treba osigurati javni sektor. Na temelju provedene analize izradit će se konceptualni okvir turističkog proizvoda s prioritetnim intervencijama i sadržajima koji čine osnovu prve razvojne faze, integrirajući biciklističke i pješačke staze kroz polje, interpretacijske sadržaje vezane uz tradicijsku poljoprivredu i autohtone proizvode, te manje ugostiteljske i prodajne točke, uključujući tipizirana prodajna mjesta u kamenu karakteristična za paški krajolik u kojima bi lokalni OPG-ovi mogli plasirati vlastite proizvode.

Ključni koraci uključuju:

- analizu prostornih, krajobraznih i poljoprivrednih resursa Novaljskog polja te pregled komparativnih primjera srodnih ruralnih turističkih zona u mediteranskim destinacijama
- mapiranje postojećih i potencijalnih dionika (OPG-ovi, udruge, privatni poduzetnici, javne institucije) i definiranje njihovih mogućih uloga u razvoju proizvoda
- razgraničenje komercijalnih i nekomercijalnih komponenti projekta te utvrđivanje odgovornosti javnog i privatnog sektora
- definiranje konceptualnog okvira turističkog proizvoda s prioritetnim sadržajima, infrastrukturnim intervencijama i modelima upravljanja prostorom
- izradu preporuka za prvu razvojnu fazu s okvirnim vremenskim planom i smjernicama za osiguranje financiranja

Nadležno tijelo:	Grad Novalja u suradnji s dionicima iz privatnog sektora
Izvor financiranja:	Sredstva gradskog proračuna, fondovi Europske unije

Izvor: Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

2.5. Mjera: Upravljanje razvojem turističkim proizvodima

Aktivnost: Uspostava radne skupine za razvoj gastro proizvoda	***Aktivnost: Uspostava radne skupine za razvoj aktivnog turizma***
Aktivnost podrazumijeva osnivanje i operacionalizaciju radne skupine za razvoj gastronomskog proizvoda. Radna skupina okupit će ključne dionike gastro sektora destinacije, s ciljem koordiniranog razvoja gastro ponude, planiranja gastronomskog kalendara događanja i zajedničke promocije na domaćem i inozemnom tržištu. Osnivanje skupine je odgovor na potrebu za strukturiranom suradnjom između javnog i privatnog sektora, a u okviru svog mandata radna skupina bavit će se i razvojem novih inicijativa poput proširenja MarsOvce na višednevni program i pokretanja ulične gastro manifestacije u dijelovima destinacije (npr. Susestvo). Radna skupina djelovat će kao savjetodavni i koordinacijski mehanizam, s definiranom strukturom, mandatom i dinamikom rada, a u budućnosti može prerasti u gastro klaster ili proizvodni klub. **Ključni koraci uključuju:** • definiranje mandata, sastava i načina rada radne skupine • uspostavu redovitih koordinacijskih sastanaka i tematskih radionica • izradu godišnjeg plana razvoja gastro proizvoda i prateće destinacijske promocije • praćenje provedbe dogovorenih mjera i evaluaciju rezultata	Aktivnost podrazumijeva osnivanje i operacionalizaciju skupine za razvoj proizvoda aktivnog turizma. Radna skupina okupit će ključne dionike sektora: DMC-eve, sportske udruge i klubove, organizatore manifestacija, smještaj, Grad Novalju I TZ Novalja. Cilj je koordinirani razvoj infrastrukture, programske ponude i marketinga proizvoda, uz jačanje suradnje, osiguravanje kontinuirane ponude kroz duži dio godine te razvoj kalendara manifestacija, od rekreativnih događanja poput cikloturističkih i cestovnih utrka do privlačenja međunarodno prepoznatih natjecanja. Osnivanje radne skupine podupire strateški cilj razvoja aktivnog turizma u primarni turistički proizvod destinacije u nadolazećem četverogodišnjem razdoblju. Radna skupina djelovat će kao savjetodavni i koordinacijski mehanizam, a u budućnosti može prerasti u formalni klub aktivnog turizma. **Ključni koraci uključuju:** • definiranje mandata, sastava i načina rada radne skupine • uspostavu redovitih koordinacijskih sastanaka i tematskih radionica • izradu godišnjeg plana razvoja gastro proizvoda i prateće destinacijske promocije • praćenje provedbe dogovorenih mjera i evaluaciju rezultata
Nadležno tijelo: Turistička zajednica grada Novalje u suradnji s dionicima iz privatnog sektora	***Nadležno tijelo:*** Turistička zajednica grada Novalje u suradnji s dionicima iz privatnog sektora
Izvor financiranja: Sredstva proračuna turističke zajednice	***Izvor financiranja:*** Sredstva proračuna turističke zajednice

Izvor: Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

2.5. Mjera: Upravljanje razvojem turističkim proizvodima

Aktivnost: Izrada konceptualne studije outdoor transverzale Zaglava

Aktivnost podrazumijeva izradu konceptualne studije kojom se definiraju osnove za razvoj linearne *outdoor* rute kroz prirodni krajolik Zaglave, koja bi povezala plažu Jadra s Beritnicom u dužini od oko 40 km. Ruta ima potencijal postati okosnica *outdoor* turističke ponude destinacije, integrirajući pješačke i biciklističke dionice, vidikovce, odmorišta i interpretacijske točke, uz niz inovativnih sadržaja koji odražavaju autentični karakter paškog krajolika: kajaking u Paškim vratima, tematske lokacije za sigurno iskustvo bure ("Izazov buri"), labirinti od suhozida te robinzonske konobe bez karbonskog otiska.
Studija će razgraničiti komercijalne i nekomercijalne komponente rute, mapirati dionike te definirati model upravljanja kao preduvjet dugoročne održivosti proizvoda.

Ključni koraci uključuju:

- analizu trase i mapiranje dionika s razgraničenjem komercijalnih i nekomercijalnih komponenti
- definiranje infrastrukturnih preduvjeta, standarda opreme i inovativnih sadržajnih elemenata rute
- izradu modela upravljanja i preporuka za prvu razvojnu fazu

Nadležno tijelo:	Grad Novalja u suradnji s dionicima iz privatnog sektora
Izvor financiranja:	Sredstva gradskog proračuna, fondovi Europske unije

Aktivnost: Studija predizvodljivosti tematskog zabavnog parka za djecu

Aktivnost podrazumijeva izradu studije predizvodljivosti kojom se procjenjuje ekonomska osnovanost izgradnje tematskog zabavnog parka za djecu i obitelji na području Novalje. Ideja o izgradnji većeg tematskog parka prisutna je u javnoj raspravi, a studija predizvodljivosti nudi stručno utemeljenu podlogu za donošenje informirane odluke o opravdanosti takvog projekta. Analiza će obuhvatiti pregled potražnje i tržišnih segmenata, usporedbu s komparativnim primjerima u regiji, procjenu investicijskih i operativnih troškova, te ocjenu poslovne izvedivosti u kontekstu specifičnosti turističkog tržišta Novalje. Cilj aktivnosti nije unaprijed determinirati zaključak, već osigurati da eventualna investicijska odluka počiva na transparentnim i stručnim pokazateljima.

Ključni koraci uključuju:

- definiranje opsega studije i metodologije analize tržišta i financijske izvedivosti
- pregled komparativnih primjera tematskih parkova u srodnim obalnim i otočnim destinacijama
- procjenu potražnje, investicijskih troškova i operativnog modela
- izradu zaključaka i preporuka za daljnje postupanje

Nadležno tijelo:	Grad Novalja
Izvor financiranja:	Sredstva gradskog proračuna

Izvor: Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.



9. Smjernice i preporuke za dionike razvoja

9.1. Smjernice i preporuke za Grad Novalju

Smjernice i preporuke za Grad Novalju

Grad Novalja ima ključnu razvojnu i koordinacijsku ulogu u provedbi Plana upravljanja turizmom. Kao jedinica lokalne samouprave, Grad je odgovoran za uspostavu uravnoteženog odnosa između turističkog razvoja, zaštite prostora i interesa lokalne zajednice, kao i za poticanje ulaganja koja pridonose održivosti i diversifikaciji destinacije. Poseban naglasak stavlja se na upravljanje obalnim prostorom, transformaciju smještajne ponude i jačanje javne infrastrukture.

Kroz planiranje, prostornu regulativu i komunalnu politiku, Grad ima ključnu ulogu u stvaranju uvjeta za nova ulaganja u hotelske kapacitete te u redefiniranju turističkih zona na način koji osigurava uravnotežen prostorni razvoj. Istodobno je potrebno poticati razvoj novih i održivih oblika turizma – aktivnog, sportskog, ruralnog i gastronomskog – koji doprinose produljenju sezone i ravnomjernijoj raspodjeli turističkih koristi. Uz to, Grad treba osigurati organizacijsko jačanje turističke zajednice kroz nova zapošljavanja, ciljanu edukaciju i razvoj stručnih kompetencija, kako bi destinacija raspolagala adekvatnim operativnim kapacitetima za provedbu strateških mjera i kvalitetno upravljanje razvojem turizma.

- Uskladiti prostorne i infrastrukturne planove s prioritetima Plana upravljanja, osobito u području obale, plaža, sportskih zona i javnih prostora
- Provoditi aktivnu politiku poticanja investicija u hotele više kategorije, difuzne i integralne hotele, *glamping* i ruralni smještaj
- Redefinirati model upravljanja plažom Zrće i razviti održive standarde korištenja obalnog prostora, uključujući tematizaciju i uređenje ostalih plaža
- Ulagati u sportsku i rekreativnu infrastrukturu kao podlogu za razvoj aktivnog i sportskog turizma, uključujući sportske sadržaje poput padel terena, odbojkaških terena i *outdoor fitness* zona te hortikulturno uređenje zelenih oaza
- Podupirati razvoj gastro turizma kroz integraciju lokalnih proizvođača, autohtonih eko proizvoda, razvoj OPG kušaonica i stvaranje mini gastro marketa kao stalnih točaka promocije lokalnih proizvoda te raditi na smanjenju broja ugostiteljskih objekata koji nisu u skladu s pozicioniranjem i razvojem gastronomskog proizvoda destinacije (npr. objekti brze prehrane), uz poseban naglasak na uređenje jezgre naselja i poticanje ugostiteljskih sadržaja koji grade autentični identitet destinacije
- Osigurati institucionalnu podršku turističkoj zajednici – jačanje kadrovskih i stručnih kapaciteta
- Unaprijediti prometnu povezanost destinacije, uključujući regulaciju transparentnosti cijena taxi prijevoza i unaprjeđenje javnog prijevoza u pred i posezoni
- Jačati suradnju s drugim jedinicama lokalne samouprave i Zadarskom županijom u projektima od zajedničkog interesa
- Uspostaviti kriterije održivosti u planiranju i provedbi svih razvojnih projekata, s naglaskom na očuvanje prirodnog krajolika i kontrolu nosivog kapaciteta prostora
- Promicati ravnotežu između turizma i života lokalne zajednice kroz planiranje javnih sadržaja, socijalnu infrastrukturu i mehanizme sudjelovanja građana u odlučivanju, uz pojačanu primjenu komunalnog reda u stambenim zonama i sustavno usmjeravanje gostiju željnih zabave prema za to namijenjenim lokacijama
- Razmotriti primjenu zakonskih mogućnosti ograničenja prodaje alkohola u maloprodajnim objektima i na benzinskim postajama u večernjim satima, s ciljem smanjenja konflikata u stambenim zonama i usmjeravanja konzumacije prema licenciranim ugostiteljskim objektima
- Istražiti model po kojem maloprodajni sektor može doprinositi namjenskom marketinškom fondu destinacije, čime se dio prihoda od turističke potrošnje reinvestira u brendiranje i promociju Novalje i Zrća

Izvor: Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.



9. Smjernice i preporuke za dionike razvoja

9.1. Smjernice i preporuke za Grad Novalju

9.2. Smjernice i preporuke za Turističku zajednicu grada Novalje

Smjernice i preporuke za Turističku zajednicu grada Novalje

Turistička zajednica grada Novalje djeluje kao koordinacijsko i operativno tijelo destinacije, zaduženo za razvoj, promociju i upravljanje turističkom ponudom i potražnjom u skladu sa strateškim ciljevima Plana upravljanja turizmom. U narednom razdoblju potrebno je dodatno usmjeriti aktivnosti turističke zajednice prema profesionalizaciji, razvoju proizvoda i redefiniranju tržišnog pozicioniranja destinacije.

Turistička zajednica treba razviti ulogu aktivnog nositelja razvoja destinacijskih proizvoda, osobito u segmentima aktivnog, gastro i kulturnog turizma, koji mogu doprinijeti produljenju sezone i većoj raznolikosti ponude. Istodobno, ključno je osigurati organizacijsko jačanje i stručni razvoj – kroz nova zapošljavanja, edukacije i formiranje specijaliziranih timova koji će preuzeti provedbu pojedinih razvojnih i promotivnih zadataka. Time će turistička zajednica dobiti operativnu snagu za provedbu strateških mjera, sustavniju komunikaciju s tržištem i bolju suradnju s ključnim dionicima. Također, treba se razvijati i analitičku funkciju, kroz sustavno praćenje tržišnih trendova, profila posjetitelja i učinaka turizma na prostor i zajednicu, kao temelj za donošenje odluka.

- Profesionalizirati organizacijsku strukturu turističke zajednice kroz nova zapošljavanja
- Preuzeti aktivnu ulogu u razvoju i koordinaciji destinacijskih proizvoda, osobito u segmentima aktivnog, gastro i kulturnog turizma
- Nastaviti implementaciju komunikacijske i brend strategije
- Unaprijediti digitalne alate i kanale promocije, uključujući destinacijsku web platformu i društvene mreže
- Uspostaviti sustav prikupljanja, analize i interpretacije podataka o turističkom prometu, profilima posjetitelja i tržišnim trendovima
- Razvijati partnerstva s Gradom, županijom i susjednim JLS-ovima, osobito u projektima koji nadilaze administrativne granice destinacije
- Podupirati edukaciju privatnog sektora i iznajmljivača kroz programe kvalitete, standardizacije i održivog poslovanja
- Koordinirati i promovirati gastro inicijative (OPG kušaonice, mini gastro market) i povezivati ih s cjelokupnim identitetom destinacije
- Poticati inovacije u događanjima – od manjih kulturnih i sportskih manifestacija do selektivno razvijenih festivalskih programa
- Promicati održivost i ravnotežu između turističkog razvoja i života lokalne zajednice kroz komunikaciju, interpretaciju i obrazovne inicijative

Izvor: Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.



9. Smjernice i preporuke za dionike razvoja

9.1. Smjernice i preporuke za Grad Novalju

9.2. Smjernice i preporuke za Turističku zajednicu grada Novalje

9.3. Smjernice i preporuke za Turističku zajednicu mjesta Stara Novalja

Smjernice i preporuke za Turističku zajednicu mjesta Stara Novalja

Turistička zajednica mjesta Stara Novalja djeluje kao operativno tijelo zaduženo za promociju i razvoj turističke ponude na području Stare Novalje.

Njezina primarna uloga je u području turističkog razvoja kroz slijedeće komponente: aktivacija kulturnog i *outdoor* potencijala zone, razvoj lokalnih turističkih doživljaja i komunikacija prema posjetiteljima, uvijek u usklađenosti s ukupnom destinacijskom strategijom i smjernicama TZG Novalja. Kulturna baština zone i nedirnuti prirodni krajolik posebna su komparativna prednost koju TZM treba pozicionirati kao tematsku priču unutar šireg destinacijskog narativa.

U narednom razdoblju ključan zadatak je jačanje organizacijskih kapaciteta, razvoj interpretacijskih programa i aktivno sudjelovanje u destinacijskim razvojnim procesima koje koordinira TZG Novalja i Grad Novalja.

- Razvijati turističku priču zone Stare Novalje u usklađenosti s ukupnim destinacijskim pozicioniranjem koje vodi TZG Novalja, s naglaskom na kulturnu baštinu, *outdoor* doživljaje i autentični otočni karakter
- Aktivirati kulturnu infrastrukturu zone kroz interpretacijske programe i tematske ture vezane uz utvrde Svetojanj i Kaštel te lokalitet ostataka crkve sv. Petra i Pavla u Petriki, u suradnji s relevantnim institucijama
- Podupirati razvoj *outdoor* ponude (pješačke i biciklističke rute, vidikovci) u koordinaciji s TZG Novalja i Gradom Novaljom, s naglaskom na integraciju u širu *outdoor* transverzalu destinacije
- Unaprijediti digitalnu prisutnost i komunikacijsku strategiju destinacije kroz aktivaciju video sadržaja i tematskih itinerara koji ciljaju segmente gostiju zainteresiranih za kulturni i aktivni turizam
- Uspostaviti suradnju s OPG-ovima i lokalnim proizvođačima (maslinovo ulje, janjetina, autohtoni sir) s ciljem razvoja gastro doživljaja kao faktora produženja trajanja turističke sezone
- Koordinirati promociju lokalnih manifestacija kao instrumenata jačanja lokalnog identiteta i produljenja sezone, u skladu s destinacijskim kalendarom događanja

Izvor: Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.



9. Smjernice i preporuke za dionike razvoja

9.1. Smjernice i preporuke za Grad Novalju

9.2. Smjernice i preporuke za Turističku zajednicu grada Novalje

9.3. Smjernice i preporuke za Turističku zajednicu mjesta Stara Novalja

9.4. Smjernice i preporuke za druge dionike u turizmu i upravljanju turizmom u destinaciji

Smjernice i preporuke za druge dionike u turizmu i upravljanju turizmom u destinaciji

Razvoj i upravljanje turizmom u Novalji zahtijevaju usuglašeno djelovanje svih dionika – od javnih institucija i komunalnih poduzeća do privatnog sektora, lokalnih proizvođača i udruga. Uloga ovih aktera nije samo operativna, već i partnerska i razvojna, jer njihov angažman izravno utječe na kvalitetu doživljaja, održivost prostora i prepoznatljivost destinacije.

U narednom razdoblju naglasak treba biti na unaprjeđenoj koordinaciji i zajedničkom djelovanju. Privatni sektor, osobito u području smještaja, ugostiteljstva i događanja, treba biti aktivno uključen u razvoj proizvoda i standarda kvalitete, dok komunalne službe i javna poduzeća trebaju osigurati da infrastruktura i usluge prate rast i diversifikaciju ponude. Suradnja između Grada, turističke zajednice i ostalih dionika treba se temeljiti na stalnoj komunikaciji, razmjeni podataka i usklađenim prioritetima, kako bi se izbjegla fragmentacija aktivnosti i postigla sinergija u provedbi Plana upravljanja turizmom.

- Privatni sektor treba preuzeti aktivniju ulogu u razvoju proizvoda i standardizaciji usluga
- Ugostiteljski i smještajni sektor trebaju poticati profesionalizaciju i ulaganja u kvalitetu
- Organizatori događanja i festivala trebaju usklađivati programe s vizijom destinacije i načelima održivosti, te doprinositi reputaciji destinacije
- Lokalni OPG-ovi i proizvođači trebaju se aktivno uključivati u turističke lance vrijednosti kroz razvoj kušaonica, tržišta i integraciju proizvoda u ugostiteljsku ponudu
- Javna i komunalna poduzeća trebaju usklađivati svoje planove i ulaganja s prioritetima destinacijskog razvoja, osobito u području prometne protočnosti, čistoće, komunalne infrastrukture i uređenja obale
- Kulturne i civilne udruge imaju važnu ulogu u očuvanju identiteta i lokalnih običaja, te u stvaranju programa koji povezuju zajednicu i posjetitelje
- Edukacijske institucije i stručne organizacije trebaju surađivati u području edukacije, inovacija i stručne podrške za razvoj ljudskih resursa u turizmu, uključujući razmatranje suradnje s visokoškolskim ustanovama na razvoju specijaliziranih programa i organizaciji prakse u lokalnim ugostiteljskim, smještajnim i turističkim objektima, s posebnim naglaskom na specifičnosti Novalje kao destinacije - upravljanje događanjima i *party* turizmom, čime bi se stvorila lokalna stručna baza i smanjila ovisnost o uvozu sezonske radne snage
- Lokalna zajednica treba biti aktivno informirana i uključena u odluke o razvoju turizma, čime se jača povjerenje i društvena podrška turističkim politikama
- Lučka uprava Novalja, kao upravitelj luka Žigljen, Novalja, Tovarnele, Drljanda, Metajna i Stara Novalja, treba se tretirati kao strateški infrastrukturni partner u razvoju turizma, budući da gotovo sav kopneno-pomorski turistički promet destinacije prolazi kroz njezine objekte. Planovi ulaganja u lučku infrastrukturu trebaju biti usklađeni s prioritetima i dinamikom Plana upravljanja, a Lučka uprava treba biti redovito uključena u koordinacijske mehanizme destinacijskog upravljanja.

Izvor: Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.



10. Popis projekata

10.1. Popis projekata za provedbu mjera potrebnih za ostvarenje pokazatelja održivosti

Popis projekata za provedbu mjera potrebnih za ostvarenje pokazatelja održivosti

U razdoblju do 2029. godine Novalja ima osigurano financiranje svih projekata usmjerenih na postizanje ciljeva održivog razvoja i jačanje pokazatelja održivosti.

Izvor: Horwath HTL, 2026.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.



10. Popis projekata

10.1. Popis projekata za provedbu mjera potrebnih za ostvarenje pokazatelja održivosti

10.2. Popis projekata od posebnog značaja za razvoj destinacije

Popis projekata od posebnog značaja za razvoj destinacije

Naziv projekta	Interpretacijski centar Navalia
Kratki opis	Osim atraktivnog arhitektonskog rješenja i povoljne lokacije, Interpretacijski centar Navalia kroz suvremene prezentacijske i digitalne alate interpretirat će prirodnu i kulturnu baštinu područja te doprinijeti obogaćivanju turističke ponude destinacije. Planirani interpretativni sadržaji tematski su utemeljeni na vrijednim povijesnim, kulturnim i tradicijskim osnovama prostora i života lokalnih žitelja.
Opis svrhe	Provedbom predloženog projekta doprinosi se zelenoj i digitalnoj tranziciji, smanjenju prekomjernog turizma u najrazvijenijem turističkom području te se unapređuje javna turistička infrastruktura koja će potaknuti održivi razvoj turizma tijekom cijele godine, povećati raznovrsnost turističke ponude, te potaknuti gospodarski oporavak.

Nositelj	Grad Novalja	***Trajanje***	2028. – 2029.
Ukupna procijenjena vrijednost	3.000.000,00 EUR	***Iznos vlastitog financiranja***	15%
Imovinsko pravni odnosi	Riješeni	***Napravljena studija predizvodljivosti / studija izvedivosti***	DA

Izvor: Horwath HTL, 2026. Ostale informacije o projektu se nalaze u priloženoj tablici Popis projekata, prema *Pravilniku o metodologiji izrade plana upravljanja destinacijom* Ministarstva turizma i sporta Republike Hrvatske.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Popis projekata od posebnog značaja za razvoj destinacije

Naziv projekta	Sportski centar Cissa
Kratki opis	Projekt obuhvaća rekonstrukciju i dogradnju Sportskog centra Cissa kroz modernizaciju objekta, unaprjeđenje unutarnjih prostora te izgradnju i uređenje dodatnih sportprogramaskih terena i pripadajuće infrastrukture radi cjelodnevnog korištenja centra. Projekt se planira financirati kroz treću fazu Integriranog teritorijalnog za otoke (ITP).
Opis svrhe	Svrha projekta je proširenje i uređenje sportskog centra radi osiguranja adekvatnih standarda i kapaciteta za bavljenje sportom među lokalnim stanovništvom te poticanja većeg uključivanja građana u sportske aktivnosti, uz mogućnost duljeg dnevnog korištenja kroz rasvjetu sportskih terena.

Nositelj	Grad Novalja	***Trajanje***	2026. – 2027.
Ukupna procijenjena vrijednost	5.000.000,00 EUR	***Iznos vlastitog financiranja***	-
Imovinsko pravni odnosi	-	***Napravljena studija predizvodljivosti / studija izvedivosti***	-

Izvor: Horwath HTL, 2026. Ostale informacije o projektu se nalaze u priloženoj tablici Popis projekata, prema *Pravilniku o metodologiji izrade plana upravljanja destinacijom* Ministarstva turizma i sporta Republike Hrvatske.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Popis projekata od posebnog značaja za razvoj destinacije

Naziv projekta	Sportsko-rekreacijska zona Vrtić
Kratki opis	Projekt obuhvaća izgradnju košarkaškog igrališta u okviru sportsko-rekreacijske zone Vrtić - Straško u Novalji u suradnji s partnerom Hadria d.o.o., čime se dodatno uređuje i funkcionalno nadopunjuje postojeći sportski prostor.
Opis svrhe	Svrha projekta je povećanje kvalitete i dostupnosti sportske infrastrukture kroz omogućavanje organiziranja službenih turnira u košarci i drugih rekreativnih sportskih događanja, uz dopunu postojeće sportske zone Vrtić te poticanje aktivnog načina života građana i povećanje atraktivnosti destinacije izvan glavne turističke sezone.

Nositelj	Grad Novalja u suradnji sa Hadria d.o.o.	***Trajanje***	2026.
Ukupna procijenjena vrijednost	267.200,00 EUR	***Iznos vlastitog financiranja***	-
Imovinsko pravni odnosi	-	***Napravljena studija predizvodljivosti / studija izvedivosti***	-

Izvor: Horwath HTL, 2026. Ostale informacije o projektu se nalaze u priloženoj tablici Popis projekata, prema *Pravilniku o metodologiji izrade plana upravljanja destinacijom* Ministarstva turizma i sporta Republike Hrvatske.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Popis projekata od posebnog značaja za razvoj destinacije

Naziv projekta	Dekarbonizacija luke Žigljen
Kratki opis	Projekt se odnosi na izgradnju testnog polja u luci Žigljen za proizvodnju električne energije iz obnovljivih izvora uz primjenu tehnologije iskorištavanja energije morskih valova. Projekt je povezan s proizvodnjom zelenog vodika kroz elektrolizu kao dijelom šire inicijative dekarbonizacije i energetske održivosti na području Novalje i otoka Paga.
Opis svrhe	Svrha projekta je jačanje energetske samoodrživosti i smanjenje ovisnosti o fosilnim gorivima uz doprinos zaštiti okoliša i očuvanju morskog ekosustava, uz očekivane učinke na lokalno gospodarstvo, zapošljavanje i turističku atraktivnost.

Nositelj	Grad Novalja i Lučka uprava Novalja	***Trajanje***	2024. – 2027.
Ukupna procijenjena vrijednost	5.400.000,00 EUR	***Iznos vlastitog financiranja***	-
Imovinsko pravni odnosi	Riješeni	***Napravljena studija predizvodljivosti / studija izvedivosti***	-

Izvor: Horwath HTL, 2026. Ostale informacije o projektu se nalaze u priloženoj tablici Popis projekata, prema *Pravilniku o metodologiji izrade plana upravljanja destinacijom* Ministarstva turizma i sporta Republike Hrvatske.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

Popis projekata od posebnog značaja za razvoj destinacije

Naziv projekta	Projekt održivosti zelena Novalja – Solarni park Zaglava		
Kratki opis	Projekt obuhvaća izgradnju solarne elektrane snage 21 MWp na lokaciji Zaglava uz Novalju, čime se stvara fotonaponski park sastavljen od 35.776 solarnih panela za proizvodnju obnovljive električne energije. Solarni park bit će jedan od najvećih takve vrste u Hrvatskoj, posebno na otocima, doprinoseći smanjenju emisija i energetskoj održivosti lokalne zajednice.		
Opis svrhe	Svrha projekta je povećanje udjela obnovljivih izvora u energetskoj bilanci područja Grada Novalje i otoka Paga, smanjenje ovisnosti o fosilnim gorivima i emisija CO_2 te poticanje zelene tranzicije. Solarni park će osigurati stabilan izvor čiste energije za lokalnu i širu potrošnju, doprinijeti zaštiti okoliša i klimatskim ciljevima te dugoročno osnažiti energetsku neovisnost i održivi razvoj regije.		
Nositelj	RP Global Novalja d.o.o., podružnica austrijske tvrtke RP Global Energy GmbH	***Trajanje***	2025. – 2026.
Ukupna procijenjena vrijednost	14.000.000,00 EUR	***Iznos vlastitog financiranja***	-
Imovinsko pravni odnosi	Riješeni	***Napravljena studija predizvodljivosti / studija izvedivosti***	-

Izvor: Horwath HTL, 2026. Ostale informacije o projektu se nalaze u priloženoj tablici Popis projekata, prema *Pravilniku o metodologiji izrade plana upravljanja destinacijom* Ministarstva turizma i sporta Republike Hrvatske.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.



Siniša Topalović, ISHC
Partner i Direktor Horwath HTL Hrvatska | Globalni direktor turističkog savjetovanja
Email: stopalovic@horwathhtl.com

Matko Marohnić
Partner | Voditelj odjela turističkog savjetovanja
Email: mmarohnic@horwathhtl.com

Horwath HTL Croatia
Slavonska avenija 1b, Matrix Business Park, Building B, 5th floor
10000 Zagreb – CROATIA

Tel. +385 (0)1 4877 200
www.horwathHTL.com