



Godišnji izvještaj o društveno odgovornom poslovanju za 2019.

Biograd na Moru, prosinac 2020. godine



Godišnji izvještaj o društveno odgovornom poslovanju za 2019.

I. Izjava predsjednika Uprave 5

Godišnji izvještaj o društveno odgovornom poslovanju za 2019. 8

II. O Iliriji

1. Osnovni podaci	11
2. Ilirija u brojkama	12
3. Kronološki pregled povijesnog razvoja Ilirije	15
4. Vrijednosti, načela, standardi i norme ponašanja	18
5. Vizija i misija kompanije	19
6. Vanjske inicijative i članstvo u udruženjima	19
7. Pregled portfelja, proizvoda i usluga	21
8. Pregled tržišta, kupaca i dobavljača	41
9. Značajni događaji	58
10. Dodijeljena priznanja, standardi i certifikati	60
11. Korporativno upravljanje	62
12. Ključni utjecaji, rizici i prilike	68
13. Dionici	73

III Ekonomske teme

1. Upravljanje ekonomskim aspektom poslovanja	79
2. Rezultati poslovanja u 2019. godini	80
3. Neizravni utjecaji kompanije i zajednica	104
4. Doprinos razvoju i prepoznatljivosti destinacija	115

IV Okolišne teme

1. Upravljanje okolišem	122
2. Edukacija	124
3. Ulaganje u okoliš	126
4. Energija	127
5. Voda	132
6. Otpadne vode i otpad	135
7. Pridržavanje propisa zaštite okoliša	138
8. Hortikulturno uređenje i oblikovanje u skladu sa mediteranskim okruženjem	139

V Društvene teme

1. Zapošljavanje	141
2. Raznolikost i jednake mogućnosti	155
3. Obuka i obrazovanje	161
4. Zdravlje i sigurnost na radnom mjestu	163
5. Marketing i označavanje	173



I. Izjava predsjednika Uprave

I. Izjava predsjednika Uprave



Poštovani dionici,

sa zadovoljstvom predstavljam još jedan nefinancijski izvještaj Ilirije d.d., peti po redu, za poslovnu 2019. do sada najuspješniju godinu kompanije bilo sa aspekta ostvarenih rezultata poslovanja, dostignutih standarda razvoja i aktivnosti na području društveno odgovornog poslovanja.

Kompanija je u 2019. godini imala za cilj postizanje uravnoteženosti i dugoročne održivosti opravdanih i realnih interesa svih dioničkih skupina, potom i uravnoteženosti njenog razvoja i rasta uz uvažavanje realnih i opravdanih očekivanja naših ključnih dionika, što smatramo uspješno ostvarenim posebno uzevši u obzir izazovne okolnosti poslovanja.

Preusmjeravanjem dijela dodane vrijednosti, realizirane kroz prihodovnu stavku prema ključnim dioničkim skupinama, a posebno prema zaposlenicima kroz kontinuiranu, svjesnu i ciljanu politiku poboljšanja njihova materijalnog položaja, i gostima, kroz kontinuirano podizanje razine kvalitete i standarda postojećih usluga i razvoj novih,

osigurali smo rast poslovanja i stabilnost poslovne godine. Ovo se u manjoj mjeri odrazilo na ostale pokazatelje uspješnosti poslovanja posebno pokazatelje profitabilnosti u odnosu na prethodnu godinu.

Okolnosti u kojima se odvijala poslovna godina, koja je u pojedinim dijelovima bila i više nego izazovna odnosno zahtjevna, posebno u dijelu prodaje s posebnim naglaskom na izrazitu zastupljenost last minute prodaje, kao i zbog nedostatka kvalificiranih sezonskih zaposlenika, daju nam za pravo da ostvarene rezultate smatramo uspješnim, posebno u dijelu realizacije ukupnih, odnosno poslovnih prihoda kojim je kompanija nastavila primjeren i ciljan kontinuirani rast.



I u 2019. godini nastavili smo sa stvaranjem očekivane i planirane dodane vrijednosti za sve ključne skupine naših dionika s posebnim naglaskom na goste, kao ključne kupce usluga i proizvoda, potom na zaposlenike i dioničare.

Ukupni prihodi realizirani su u iznosu od 167.797.556,86 kuna i ostvarili su rast od 4,19% u odnosu na 2018. godinu kao rezultat rasta poslovnih prihoda odnosno i prihoda od prodaje na domaćem i međunarodnom tržištu. U ključnim turističkim sektorima kompanije (hotelijerstvo, kampingu i nautika) prihodi su unatoč okolnostima u kojima se odvijala poslovna godina rasli po stopi od 5% u svakom od navedenih sektora dok je destinacijska menadžment kompanija Ilirija Travel ostvarila rast prihoda od preko 16%. Također, i u nekretninskom sektoru prihodi su rasli za 1%. S naslova prihoda, ukupnih i poslovnih, ovo je bilo daleko najbolja poslovna godina kako na razini kompanije tako i svih njenih sektora pojedinačno sa ostvarenim kontinuitetom rasta prihodovne stavke poslovanja.

Nautički sektor u svim njegovim poslovnim jedinicama: Marini Kornati (smještaj plovila), nautičkom sajmu (Biograd Boat Show) i ugostiteljstvu (restoran „Marina Kornati“) ostvario je daleko najbolje rezultate poslovanja odnosno rekordnu poslovnu godinu. Poslovni rezultati najviše su generirani rezultatima ostvarenim u dijelu smještaja plovila odnosno Marini Kornati. Ostvareno je 250.999 noćenja u charteru, što je rast od 16,88% u odnosu na prethodnu poslovnu godinu, koja čini 34% ukupnih charter noćenja u Zadarskoj županiji, odnosno 83% charter noćenja u Biogradu na Moru.



Poslovna godina 2019. za kompaniju u dijelu stjecanja poslovnih prihoda je daleko najbolja na razini svih njenih sektora, čime je Ilirija nastavila s kontinuiranim procesom rasta i razvoja s aspekta stjecanja prihoda. Ostvareni rezultati potvrdili su da Ilirija, kao kompanija sa širokim spektrom gospodarskih djelatnosti, nastavlja s uspješnim, profitabilnim i odgovornim poslovanjem.

ziranje i u ostalim profitnim centrima, u odnosu na 2018. godinu, pružena je usluga za 54.749 osoba.

Sektor nekretnina, Poslovno-trgovački centar City Galleria, sa popunjenošću kapaciteta od 99,77% ostva-

rio je poslovne prihode u iznosu od 14.255.205,21 kuna, što predstavlja rast od 1%.

U dijelu naših aktivnosti društveno odgovornog poslovanja posebno ističemo odnos prema zaposlenicima, promicateljima naših vrijednosti i nositeljima cjelokupnog poslovnog procesa, ponosimo se činjenicom da je 99% naših zaposlenika iz naše lokalne zajednice, odnosno sa područja gradova i općina Zadarske županije. Kao kompanija uspjeli smo osigurati redovnu djelatnost i svoje poslovanje bez radne snage iz inozemstva odnosno stranih zaposlenika, što smatramo svojom odgovornošću prema zajednici u kojoj djelujemo.

U dijelu razvoja ljudskih kadrova primili smo u radni odnos devet pripravnika, mladih visoko-obrazovanih osoba različitih profesija, koje se sustavnom rotacijom poslova upoznaju i educiraju o svim aspektima naše djelatnosti. Također, značajne su aktivnosti na području edukacije zaposlenika s ciljem unaprjeđenja njihovih kompetencija, podizanja postojeće razine osposobljenosti i kvalificiranosti, kontinuiranog upoznavanja s novim globalnim trendovima i postignućima te podizanje kvalitete i standarda usluga kompanije, njene konkurentnosti i održivosti.

I u 2019. godini nastavili smo s kontinuiranom politikom unaprjeđenja materijalnog položaja zaposlenika izdvajajući za trošak bruto plaće 10% više sredstava u odnosu na prethodnu godinu dok su i ostali troškovi odnosno naknade vezane uz zaposlenje rasle za 13%, što je svje-

sna i ciljana politika kompanije u dijelu odnosa prema zaposlenicima.

Za nas je od posebnog značaja što smo unatoč zahtjevnoj i neizvjesnoj poslovnoj godini, kako u dijelu prodaje tako i po pitanju zapošljavanja, ostvarili značajan iskorak s naslova rasta, odnosno povećanja obujma cjelogodišnjeg poslovanja ali i daljnjih aktivnosti u razvoju novih proizvoda i usluga u razdoblju pred i posezone. Ponosni smo i što kroz svoje poslovanje doprinosimo razvoju turističke ponude destinacije kroz pomno osmišljenu ponudu i sadržaje koji imaju za cilj razvoj cjelogodišnje turističke ponude kroz organizaciju 609 događaja za 54.749 osoba.

Značajan doprinos Ilirije održavao se i kroz sustav korporativne filantropije u iznosu od 662.238,81 kuna.

U dijelu zaštite okoliša aktivnosti su bile fokusirane na podizanju mjera i standarda okoliša izgradnjom novog

dvorišta za otpad. Sukladno tome, unaprjeđenje i još bolje upravljanje na svim lokacijama kompanije poboljšano je i kroz daljnje tehnološko unaprjeđenje procesa gospodarenja otpadom.

Poštovani dionici, u poslovnoj 2019. godini uspješno smo ostvarili poslovne ciljeve, uz ostvarene primjerene stope rentabilnosti i profitabilnosti bez povećanja ukupne zaduženosti kompanije, investirajući istovremeno u objekte preko 24 milijuna kuna i osiguravajući za isplatu dividende dioničarima 8,4 milijuna kuna. Zadržan je kontinuirani rast poslovanja na razini svih sektora uz pokazatelje uspješnosti poslovanja koji su očekivano manji obzirom na okolnosti u kojima se odvijala poslovna godina. Nadalje, ostvarena je ravnoteža i održivost poslovnog sustava među našim ključnim dionicima i uz odgovorno i održivo investiranje značajno su rasle poslovne aktivnosti u pred i posezoni.

Nastavili smo sa daljnjim učvršćivanjem vlastite konkurentnosti u turističko-ugostiteljskoj grani djelatnosti kroz

uravnoteženost poslovanja i daljnji razvoj strateškog cilja kompanije – cjelogodišnjeg poslovanja u našim turističkim sektorima osiguravajući kontinuirani rast poslovanja uz daljnje jačanje tržišne prepoznatljivosti i konkurentnosti na domaćem i međunarodnom turističkom tržištu.

Goran Ražnjević
predsjednik Uprave



Godišnji izvještaj o društveno odgovornom poslovanju za 2019.

Godišnji izvještaj o društveno odgovornom poslovanju za 2019. obuhvaća vremensko razdoblje od 01. siječnja do 31. prosinca 2019. godine, a naslanja se jednim dijelom na Godišnji izvještaj o poslovanju za 2019. godinu javno objavljen, u hrvatskoj i engleskoj jezičnoj verziji, na web stranicama kompanije, www.ilirijabiograd.com, Zagrebačkoj burzi i Hrvatskoj agenciji za nadzor financijskih usluga (HANFA) u mjesecu travnju 2019. godine.

Ovaj je izvještaj peti nefinancijski izvještaj Ilirije d.d. i predstavlja kontinuirano strateško opredjeljenje kompanije u dijelu transparentnog izvještavanja o svim aspektima kako poslovanja (financijski i operativni rezultati), a ujedno i svih ostalih aktivnosti kompanije s ciljem cjelovitog uvida u njeno poslovanje.

Molimo da vaše komentare kao i prijedloge za unapređenje dostavite na adresu elektronske pošte: jasminak@ilirijabiograd.com.

Kontakt osoba:

Jasmina Kulaš Stojanov, koordinatorica Stručnog tima,
Tina Ujevića 7, 23 210 Biograd na Moru.



Hotelierstvo



Nautika



Ilirija Travel



Kamping



Real estate



II. O Iliriji

II. O Iliriji



1. Osnovni podaci

Naziv: Ilirija dioničko društvo za ugostiteljstvo i turizam

Lokacija sjedišta organizacije: Tina Ujevića 7, Biograd na Moru,
Republika Hrvatska

Telefon: +385 23/383 165

Fax: +385 23/384 564

Web: www.ilirijabiograd.com

OIB: 05951496767

Matični broj: 3311953

IBAN: HR5824020061100097324

Swift: ESBCHR 22

Iznos temeljnog kapitala: 229.146.480,00

Ukupan broj dionica: 2.413.488, bez nominalnog iznosa

Uprava: Goran Ražnjević, predsjednik

Nadzorni odbor: Goran Medić, predsjednik

2. Ilirija u brojkama

Ilirija je **turistička kompanija** koja **62 godine** djeluje na hrvatskom turističkom tržištu čiji se objekti nalaze na sljedećim lokacijama: **Biograd na Moru, Zadar, Sv. Filip i Jakov i Polača**.

Svoje poslovanje tržištu predstavlja kroz sljedećih **5 segmenata** ponude:



(I) **Hotelijerstvo** (4 hotela) – 922 kreveta, 443 sobe



(II) **Nautika** – 805 vezova, 2.000 osoba,



(III) **Kamping** – 1.220 parcela, 3.660 osoba,



(IV) **Destinacijska menadžment kompanija/DMK Ilirija Travel - komplementarni i integrirani proizvod** kroz koji razvijamo **cjelogodišnje poslovanje**. U 2019. godini kroz sustav destinacijske menadžment kompanije Ilirija Travel organizirano je **609** posebnih događaja za više od **54.749 gostiju**,



(V) **Real-estate segment** – Poslovno-trgovački centar City Galleria u Zadru jedan od dva najveća trgovačka centra u zadarskoj regiji ukupne bruto površine veće od 28.500m².



U srcu sezone u objektima Ilirije **boravi više od 6.000 gostiju dnevno**.

Vodeći je poslodavac na području biogradske regije koji zapošljava **279** zaposlenika, u sezoni više od **466** zaposlenika dok s osnove poslovne suradnje u našim objektima osiguravamo posao za oko **1.000 osoba**.

Dva puta dobitnica priznanja za društveno odgovorno poslovanje **INDEKS DOP** za **2011.** i **2012.** godinu, a ujedno i **prva turistička kompanija** u Republici Hrvatskoj dobitnica priznanja za društvenu odgovornost.

Poslovna ostvarenja u 2019. godini u ključnim pokazateljima poslovanja najbolja su od osnivanja kompanije:

Ukupni prihodi 167.797.556,86 kn	+4,19%	Poslovni prihodi 167.711.919,32 kn	+5,16%
Dobit 31.333.913,66 kn	-15,39%	EBITDA 50.310.254,21 kn	-7,20%
Vrijednost imovine 485.278.090,92 kn	+4,95%	Kapital 346.783.374,38 kn	+6,90%
Isplaćena dividenda 8.417.962,00 kn	+16,58%	Prosječna cijena dionice 187,78 kn	+3,18%
Broj zaposlenika (31. 12.) 279	+13,41%	Noćenja 688.301	+3,92%



3. Kronološki pregled povijesnog razvoja Ilirije



1957. godine

Ilirija d.d. je osnovana sa sjedištem u Biogradu na Moru, gdje i danas posluje, iako počeci kompanije sežu u 1934. godinu kada je i izgrađen prvi hotel pod nazivom ILIRIJA. To su ujedno i prvi počeci organiziranog turizma na cijeloj Biogradskoj rivijeri čime kompanija postaje začetnik i predvodnik cjelokupne turističke djelatnosti destinacije.



1969. - 1972. godine

Izgradnja novih hotelskih objekata (hotela Kornati**** i hotela Adriatic***), cjelokupna rekonstrukcija odnosno izgradnja hotela Ilirija**** i dogradnja hotela Villa Donat****/** u Sv. Filip i Jakovu.



1976. godine

Početak izgradnje prve luke nautičkog turizma u Hrvatskoj, Hotelske lučice Ilirija-Kornati, smještene u Biogradu na Moru, sa ukupno 100 vezova i nabavka prve charter flote od 40 plovila čime kompanija postaje pionir razvoja nautičkog turizma.



1986. godine

Prošireni nautički kapaciteti izgradnjom Luke nautičkog turizma Marina Kornati, smještene u Biogradu na Moru, ukupne lučke površine (akvatorija) 131.600 m² ukupnog kapaciteta 705 vezova na moru i kopnu.

1988. godine

Izgradnja Aquatic Centra kao kupališnog, plažnog, sportskog, zabavnog i ugostiteljski objekt sa tribinama kapaciteta 4.000 mjesta i terasom od 1.000 m² koji predstavlja centar održavanja gotovo svih sportskih, zabavnih i plesnih manifestacija u destinaciji. Izgradnja Tenis centra, na površini od 48.000 m², sa 20 teniskih igrališta (14 zemljanih i 6 color-set tenis terena).

1991. godine

Pripajanje autokampa „Soline“, smještenog u Biogradu na Moru, poslije preimenovanog u kamp „Park Soline“, čime je kompanija svom poslovanju uključila i kamping kao treći segment turističke ponude.

1999. godine

Ilirija d.d. je privatizirana i nalazi se u većinskom vlasništvu Arsenal Holdingsa d.o.o. iz Zadra.

Pokrenut nautički sajam Biograd Boat Show, organiziran prvotno kao proljetni Otvoreni dani, koji se od 2004. godine organizira se kao prvi jesenski nautički sajam u Hrvatskoj.

2002. godine

Državni ured za reviziju izvršio je reviziju pretvorbe i privatizacije Ilirije d.d. i izdao je pozitivno Mišljenje o postupku pretvorbe i privatizacije u cijelosti s naglaskom da je postupak izvršen u skladu sa zakonskim propisima i da nisu utvrđene nepravilnosti.



1989. godine

Izgradnja aneksa hotela Kornati**** i upravne zgrade Društva.



1991. - 1992. godine

Dovršetak uređenja preostalog dijela lučkog područja odnosno kapaciteta Luke nautičkog turizma Marina Kornati izgradnjom gatova u južnom i zapadnom akvatoriju.

1993. godine

Hrvatski fond za privatizaciju donosi rješenje o pretvorbi HTP Ilirija u dioničko društvo.

1999. – 2019. godine

Razdoblje intezivnog investicijskog ciklusa u izgradnju, rekonstrukciju, proširenje, dogradnju, obnovu i adaptaciju smještajnih kapaciteta i objekata kompanije te razvoja novih proizvoda s ciljem stvaranja kvalitetnog, prepoznatljivog i konkurentnog turističkog proizvoda kao i povećanja kvalitete ponude same destinacije. Zaključno do 31.12.2019. godine kompanija je investirala 617.136.750,20 kuna što je rezultiralo značajnim rastom ukupnih prihoda i novostvorenom vrijednošću u navedenom razdoblju u iznosu od 899.659.355.36 kuna.

2003. godine

Dionice Ilirije uvrštene su na Zagrebačku burzu na Kotaciju javnih dioničkih društava.



2005. godine

U okviru poslovnog sustava Ilirije d.d. posluje multimedijalni centar Arsenal u Zadru, sagrađen u 17. stoljeću, nakon provedene revitalizacije i obnove prema konceptu „gradskog trga u zatvorenom“, počeo je sa obavljanjem poslovne djelatnosti.



2014. godine

Predstavljena event jahta „Nada“ multifunkcionalni ploveći kongresni centar dužine 36 m i kapaciteta 180 osoba.

U okviru poslovnog sustava kompanije u mjestu Polača otvoren prvi hrvatski difuzni hotel Ražnjevića dvori AD 1307.

2015. godine

Villa Primorje****, izgrađena u drugoj polovici 19. stoljeća, obnovljena i luksuzno uređena te opremljena prema najnovijim standardima objekata takve vrste i kategorije.

Dokapitalizacija kompanije od strane Allianz ZB d.o.o., društva za upravljanje obveznim mirovinskim fondom, sa sjedištem u Zagrebu, koji je stekao 10% udjela u vlasništvu.

2015. - 2017. godine

Uglavnom je završen investicijski ciklus u Marinu Kornati kroz unapređenje kvalitete smještaja plovila modernizacijom gotovo sedamdeset posto nadgradnje i podgradnje marine odnosno gatova što pridonosi daljnjem jačanju tržišne pozicije Marine Kornati među tri vodeće luke nautičkog turizma na Jadranu.



2009. godine

Uvrštenje dionica na Redovito tržište Zagrebačke burze.

2015. godine

Dionice kompanije prelaze sa Redovitog na Službeno tržište Zagrebačke burze što je doprinjelo još većoj transparentnosti i otvorenosti kompanije prema svim njenim dionicima posebice investicijskoj javnosti, domaćem i međunarodnom tržištu kapitala.

2016. godine

Druga dokapitalizacija uspješno je izvršena povećanjem temeljnog kapitala uložima u novcu i to izdanjem Novih redovnih dionica kompanije javnom ponudom. Osnovna svrha dokapitalizacije bila je prikupljanje sredstava za kupnju Poslovno-trgovačkog centra City Galleria u Zadru. Kupnjom (akvizicijom) nekretnine Poslovno-trgovačkog centra City Galleria u Zadru stvorena je kompanija sa širokim spektrom gospodarskih djelatnosti.

2018. godine

Izgradnja zatvorenog bazena korisne površine cca 500m² zajedno sa pratećim sadržajima.



4. Vrijednosti, načela, standardi i norme ponašanja

Ilirija d.d. u svom poslovanju djeluje u skladu s načelima i praksom dobrog korporativnog upravljanja uz visoku razinu transparentnosti svih podataka o poslovanju svim državnim, financijskim i ostalim ustanovama, udruženjima, partnerima i građanima. Kompanija primjenjuje Kodeks korporativnog upravljanja Zagrebačke burze i Hrvatske agencije za nadzor financijskih usluga. Također, kompanija primjenjuje i Kodeks etike u poslovanju Hrvatske gospodarske komore djelujući u svom poslovanju u skladu s načelima etičnosti, odgovornosti, transparentnosti i poštivanja dobrih poslovnih običaja

prema svim dionicima u poslovnom procesu kompanije. Ilirija se o korporativnom upravljanju detaljno očituje u Upitniku o usklađenosti sa Kodeksom korporativnog upravljanja javno objavljenom na web stranicama kompanije www.ilirijabiograd.com te isti dostavlja Zagrebačkoj burzi, HANFA-i i Središnjem registru propisanih informacija. Korporativna strategija Ilirije d.d. svoje uporište pronalazi u temeljnim principima društveno odgovornog poslovanja koji su sastavni dio korporativnih vrijednosti kompanije, ugrađeni su u dugoročnu poslovnu praksu i procese prema njenim dionicima.

Temeljne vrijednosti



Poštovanje i integritet – jednakost postupanja i odnosa prema svim našim dionicima osnovne su vrijednosti poslovanja naše kompanije. Dugogodišnje međusobno povjerenje, uzajamno poštovanje i zakonito poslovanje ključ su uspjeha Ilirije d.d.



Kvaliteta – stalno poboljšavanje kvalitete usluge koja se pruža. Vrhunski proizvod, profesionalna usluga, uvođenje i provođenje standarda s ciljem postizanja izvrsnosti usluge te individualan pristup klijentima temelj su odnosa prema gostu koji je u srcu usluge kompanije.



Inovativnost - biti pokretač, kreator i inicijator novih proizvoda i usluga koje pridonose boljim rezultatima kompanije, destinacije i hrvatskog turizma.



Održivost i odgovornost – u poslovanju, investiranju, odnosu prema svojim zaposlenicima, poslovnim partnerima, klijentima (gostima), lokalnoj i regionalnoj zajednici, dioničarima i svakodnevnom operativnom djelovanju kroz integraciju ekonomskih, društvenih aspekata i aspekata zaštite okoliša u procese odlučivanja i korporativnu strategiju kompanije. Odgovornim poslovanjem stvara se nova vrijednost za dioničare vodeći brigu o održivom razvoju, brizi za zaposlenike te pruža podrška društvenoj zajednici. Uravnoteženje ovih aspekata temelj je uspjeha i održivog razvoja kompanije.



Transparentnost – u poslovanju i komuniciranju sa svim dionicima kompanije uz poštivanje načela pravovremenog i istinitog informiranja kao preduvjetu jačanja tržišne pozicije kompanije i njenog daljnjeg rasta.

5. Vizija i misija kompanije

Vizija je trajno zadržati mjesto među 3 vodeće turističke kompanije na području Sjeverne Dalmacije i među **15** vodećih turističkih kompanija u Republici Hrvatskoj u ključnim segmentima hrvatske turističke ponude (hotelijerstvo, nautika i kamping). Biti lider u odmorišnom turizmu i partner turističkim destinacijama u kreiranju autentičnih doživljaja. Ostati **nositelj turističkog i gospodarskog razvoja naše regije i destinacija** Biograda na Moru, Zadra i Sv. Filip i Jakova s razvojem cjelogodišnjeg poslovanja kroz ponudu komplementarnih i selektivnih oblika turističke ponude.

Misija kompanije je osigurati dugoročnu optimalnu razinu kvalitete i konkurentnosti u poslovanju na razini ukupne hrvatske turističke ponude kroz povećanje imovine i ostvarenje financijskih rezultata poslovanja kojim će osigurati dugoročnu poslovnu i financijsku stabilnost, uz konstantno **ulaganje u ljudske kadrove i osiguranje optimalne razine zaposlenosti, osiguranje i poštivanje načela održivog razvoja** koji se očituje u prepoznavanju i zadovoljavanju potreba turista, zaštititi i obnovi prirodne i kulturne baštine te očuvanju okoliša odnosno **stvaranju odgovorne i održive turističke ponude**. Izgradnjom vlastitog proizvoda (branda) ostati prepoznatljivi kao kompanija visoke kvalitete sadržaja i usluga na hrvatskom i europskom turističkom tržištu, pružanjem kvalitetne i vrhunske usluge i turizma doživljaja.

6. Vanjske inicijative i članstvo u udruženjima

Društvo je član 14 poslovnih i strukovnih udruženja kroz koja aktivnim sudjelovanjem artikulira interese turističke industrije posebno u dijelu regulative koji u značajnoj mjeri utječu na razvoj turističke ponude i razvoj turizma kao industrije uključujući Zakon o neprocijenjenom građevinskom zemljištu, Zakon o pomorskom dobru, Zakon o prostornom uređenju, Zakon o koncesijama itd. od iznimnog značaja za turističku industriju u Republici Hrvatskoj, njen daljnji održivi i dugoročni razvoj, razvoj konkurentne i prepoznatljive turističke ponude. Također, znatan dio aktivnosti u oblikovanju javnih politika Ilirija d.d. provodi direktnim komentarima i prijedlozima mjerodavnim tijelima te značajne napore posebno ulažemo u promociju društveno odgovornog poslovanja i održivog razvoja u turističkom sektoru.

Ilirija je članica sljedećih domaćih i međunarodnih poslovnih i strukovnih udruženja:



4 poslovna udruženja



10 strukovnih udruženja



3 kodeksa i povelje

Poslovna udruženja:

- Hrvatska gospodarska komora (HGK)
Udruženje hrvatskih marina
Zajednica za društveno odgovorno poslovanje
Zajednica za zaštitu okoliša
Gospodarsko vijeće Hrvatske gospodarske komore Zadarske županije

- Hrvatska udruga poslodavaca (HUP)
- Hrvatski poslovni savjet za održivi razvoj (HR PSOR)
- Hrvatsko udruženje menadžera i poduzetnika (HUM-CROMA)

Strukovna udruženja:

- Udruga poslodavaca u hotelijerstvu Hrvatske (UPUHH)
- Kamping udruženje Hrvatske (KUH)
- Top Camping Pool
- Udruga hrvatskih putničkih agencija (UHPA)
- Udruga nezavisnih hrvatskih putničkih agencija (UNHPA)
- Hrvatska udruga profesionalaca kongresnog turizma
- Turističke zajednice na regionalnoj i lokalnoj razini
- Međunarodna udruga organizatora nautičkih sajмова (IFSBO)
- Udruga Lijepa naša
- LAG LAURA

Predsjednik Uprave Ilirija u osobi g. Gorana Ražnjevića član je u slijedećim tijelima poslovnih i strukovnih udruženja:

- Skupštine Hrvatske gospodarske komore
- Turističkog vijeća Turističke zajednice Zadarske županije
- Član Upravnog vijeća Hrvatskog poslovnog savjeta za održivi razvoj

Povelje, kodeksi i inicijative koje kompanija primjenjuje:

- Kodeks korporativnog upravljanja Hrvatske agencije za nadzor financijskih usluga i Zagrebačke burze,
- Kodeks etike u poslovanju Hrvatske gospodarske komore
- Povelja raznolikosti Hrvatska

7. Pregled portfelja, proizvoda i usluga



Portfelj Ilirije d.d. obuhvaća sve ključne segmente jadranske mediteranske turističke ponude odnosno: **hotelijerstvo** (hoteli: Ilirija****, Kornati****, Adriatic***, Villa Donat****/***), **nautiku** (Marina Kornati i Hotelska lučica Ilirija-Kornati), **kamping** (kamp „Park Soline“****), **destinacijska menadžment kompanija/DMK Ilirija Travel** (Arsenal, difuzni hotel Ražnjevića dvori AD 1307., event brod „Nada“, Vila Primorje), **sportsko-rekreacijski i zabavni centri** (Tenis centar Ilirija s 20 tenis terena i Aquatic centar s ugostiteljski objektom) i **real-estate segment** (Poslovno-trgovački centar City Galleria u Zadru). Sastavni dio ponude unutar turističkog sektora kompanije su i ugostiteljski objekti s ponudom i uslugom hrane i pića (restoran „Marina Kornati“, restoran „Park Soline“, Aquatic centar, Lavender lounge bar i Beach bar „Donat“). Svoje poslovanje temelji na pružanju usluga korištenjem svojih kapaciteta (hotelskih, nautičkih, kamping) pružajući istovremeno dodatne sadržaje i usluge čime je stvoren visoko kvalitetan integriran i komplementaran turistički proizvod na domaćem i međunarodnom turističkom tržištu predstavljen pod brendom Ilirija Travel. Destinacijska menadžment kompanija nastala je zbog potrebe suvremene turističke potražnje, a uvjetovane tehnološkim, društvenim, tržišnim čimbenicima i trendovima sve zahtjevnijeg gosta odnosno tržišta.



 *Ilirija d.d.*



4 hotela



Dvije destinacije
Biograd na Moru i Sv. Filip i Jakov



443 sobe



922 kreveta

Hotelijerstvo

Hotelski sektor kompanije okupljen je pod brendom ILIRIJA RESORT kojeg čine četiri hotela ukupnog kapaciteta **922 kreveta i 443 sobe**:

Hotel Ilirija najveći je hotel Ilirija Resorta kategoriziran s četiri zvjezdice, kapaciteta 165 soba i 338 kreveta, koji sadrži restoran s 200 sjedala, terasu sa 70 i aperitiv bar s 50 mjesta. Smješten je uz samu obalu mora, tik uz staru gradsku jezgru, a okružen je prekrasnom prirodom, morem i borovom šumom, kao i brojnim sadržajima. O kvaliteti mora i hoteli pripadajućih plaža govori i Plava zastava koja krasi sve obližnje plaže.

Hotel Kornati kategoriziran s četiri zvjezdice, kapaciteta 106 soba i 230 kreveta, s restoranom kapaciteta 220 osoba, terasom za 50 i barom za 40 osoba, svojim dizajnom i atmosferom veže se i asocira na najljepši hrvatski nacionalni park – Kornati. Hotel Kornati jedinstven je i zbog povezanosti na hotelsku marinu koja je smještena uz staru gradsku jezgru Biograda, a odmah do samog hotela nalazi se i plaža.

Hotel Adriatic kategoriziran s tri zvjezdice, kapaciteta 100 soba i 210 kreveta, s restoranom kapaciteta 230 osoba, terasom kapaciteta 300 osoba i barom kapaciteta 110 osoba. Smješten je u borovoj šumi, gotovo na samoj plaži, a odmah pokraj njega je Aquatic centar koji je idealan za obiteljsku zabavu te za mnoštvo atraktivnih ljetnih morskih aktivnosti. Hotel Adriatic je modernog dizajna čije je uređenje inspirirano tipičnom biljkom mediteranskog podneblja - lavandom.

Hotel Villa Donat smješten u mjestu Sv. Filip i Jakov sastoji se od Ville sa 16 vrhunski i moderno opremljenih soba, kategoriziran s četiri, dok je depandansa kategorizirana s tri zvjezdice. Ukupni kapacitet iznosi 72 sobe i 144 kreveta, restoranom kapaciteta 120 sjedala, terasom za 50 i aperitiv barom za 20 osoba i od 2017. ima i otvoreni bazen. Hotel je smješten nedaleko od glavne plaže i centra mjesta te podsjeća na bogatu povijest ovog kraja. Uz moderno uređenu vilu te uz sačuvanu starinsku atmosferu, restoran i bar s terasom u okruženju mediteranskog raslinja, ovaj hotel prilagođen je pravom obiteljskom odmoru.

U sklopu Ilirija Resorta nalazi se konferencijski centar koji se sastoji od 8 dvorana, ukupnog kapaciteta od 30 do 250 osoba, a tu je i raskošni vrt s terasama idealnim za bankete, prijeme i zabavu, otvoreni bazeni, plaža te zatvoreni bazen.



192-TG

JEANNEAU
MEDITEERRANEE

JEANNEAU

BG 5317



Pioniri razvoja nautičkog
turizma u Hrvatskoj



Među Top 3 marine



805 vezova



do 2.000 nautičara
dnevno



Preko 60.000 nautičara
godišnje

Nautika

Prepoznavši izniman potencijal Biograda na Moru kao nautičkog grada smještenog u neposrednoj blizini kornatskog arhipelaga, Ilirija d.d. je davne 1974. godine izgradila prvu nautičku luku u Hrvatskoj, današnju hotelsku luku iz koje se sustavno započeo razvijati nautički turizam po cijelom Jadranu, i prvu vlastitu charter flotu od četrdeset Elanovih plovila, te je s punim pravom ponijela naziv pionira nautičkog turizma, dok je grad Biograd postao kolijevka nautičkog turizma.

Današnji nautički sektor kompanije čine **Marina Kornati i Hotelska lučica Ilirija-Kornati**, s ukupno **805 vezova** na moru i kopnu, koje mogu u jednom danu prihvatiti i do **2000 nautičara**, a po broju vezova, modernoj tehničkoj opremljenosti, kvaliteti usluga, čistoći i urednosti, Marina Kornati je jedna od tri vodeće hrvatske marine koju godišnje posjeti više od 60.000 nautičara.

Marina Kornati, ukupne morske površine (akvatorija) 91.912 m² i kopnene površine od 39.688 m², zasigurno je jedna od najvećih nautičkih luka u Hrvatskoj i jedini istinski pokretač razvoja nautičkog turizma biogradske rivijere. Akvatorij Marine Kornati sastoji se od: (I) centralnog akvatorija s 365 vezova u moru i 70 na kopnu, (II) zapadnog akvatorija sa 190 vezova u moru i (III) južnog akvatorija s 80 vezova u moru.

Osim vlastite servisne zone za popravke, održavanje plovila i suhi vez s istezalištem i travel liftom, marina ima cjelodnevnu uslugu mornarsko-čuvarske službe, osiguran i čuvan parking s 500 parkirnih mjesta kao i ugostiteljske sadržaje. U sklopu marine djeluje i tridesetak vanjskih tvrtki, koje u okvirima poslovne suradnje, nude servisne usluge i opskrbu nautičara potrebnom opremom.

U akvatoriju Marine Kornati održava se godišnje preko 30-tak domaćih i međunarodnih regata svih klasa i preko 30 floti na kojima sudjeluje i do 10.000 jedriličara iz cijelog svijeta, stoga je i regatni centar Sjeverne Dalmacije.

Hotelska lučica Ilirija-Kornati, čija je izgradnja započela prije četrdeset godina kao prva luka nautičkog turizma, nalazi se u samom središtu grada Biograda na Moru ispred hotela Kornati i hotela Ilirija, ima ukupno 100 vezova za prihvata plovila do 8,50 m i dodatne sadržaje u sklopu hotelskog resorta.



Marina Kornati - regatni centar



Nositelj međunarodnih
certifikata



Preko 30-tak vanjskih tvrtki sa
preko 150 zaposlenika

U Marini Kornati se i kontinuirano već 21. godinu zaredom održava „Biograd Boat Show“ – vodeći nautički sajam u Hrvatskoj u organizaciji Ilirije d.d.

Zahvaljujući investicijskim ulaganjima posljednjih godina u modernu tehničku opremljenost, servisne usluge i eko sustave s posebnim naglaskom na uređenje prališta, izgradnju tehnološkog pročišćivača voda kao i izgradnju eko skladišta što ukazuje na činjenicu da je Marina Kornati ne samo zadovoljila najstrože međunarodne standarde zaštite okoliša već i da je zaštita okoliša jedan od njenih najvećih prioriteta o čemu već 16 godina za redom svjedoči i Plava zastava kao simbol visokog standarda u zaštiti mora i priobalja.

Značaj za ukupni gospodarski razvoj grada vidljiv je i u broju od više od 150 osoba koje zapošljava marina i tvrtke koje u njoj obavljaju nautičku djelatnost.







20,00 Ha površine



1.220 smještajnih
jedinica



3.660 osoba



Hortikulturno uređenje
do razine arboretuma

Kamping

Kamp „Park Soline“, smješten također u Biogradu na Moru, kategoriziran je s četiri zvjezdice te se prostire se na 20,00Ha površine i sadrži 1.220 smještajnih jedinica ukupnog kapaciteta do 3.660 osoba. Osim potpuno opremljenih parcela (parcele Standard Mare i Comfort), kamp sadrži i parcele s osnovnom infrastrukturom (parcele Standard) te zone s mobilnim kućicama Shelbox-Tavolara, Premium, Comfort Plus, Tavolara Plus, Comfort Family veličine 32m² i zonu s glamping šatorima.

Unutar kampa gostima su na raspolaganju moderno uređeni sanitarni prostori, strojevi za pranje i sušenje rublja, mjenjačnica, internet caffè i supermarket i ugostiteljske sadržaje. Posebna pozornost pridaje se hortikulturnom uređenju kampa-parka do razine arboretuma što predstavlja jedinstven primjer hortikulturnog uređenja kampa u Hrvatskoj kao vrhunskog turističkog proizvoda koji objedinjuje kvalitetnu turističku ponudu s brigom za očuvanje okoliša.

Kamp „Park Soline“ je idealan izbor za obiteljski odmor, uz bogatu ponudu restorana, novosagrađenu šetnicu koja se proteže duž cijelog kampa i plažu koja vodi do samog centra Biograda na Moru. Uz večernju zabavu, aktivan odmor i atraktivne sportove, opuštanje se može uz duge šetnice i rekreacijske staze u zdravom okolišu te je kamp odličan izbor za sve zaljubljenike u prirodu.

Za aktivni odmor u blizini kampa mogućnosti su neograničene: tereni za tenis, stolni tenis, mali nogomet, skijanje na vodi, ronjenje, jedrenje, iznajmljivanje bicikla, jogging, rolanje, odbojka na pijesku, boćanje, pješčačenje i organiziranje izleta u atraktivne nacionalne parkove i parkove prirode (NP Krka, NP Kornati, NP Paklenica, PP Telašćica, PP Vransko jezero) ili povijesne gradove (Zadar, Šibenik, Split).



Ilirija Travel



Integriran i komplementaran
turistički proizvod



Razvoj cjelogodišnje
turističke ponude



4 vlastita objekta



609 događaja
54.749 osoba

Destinacijska menadžment kompanija Ilirija Travel predstavlja integriran i komplementaran turistički proizvod nastao kao reakcija na potrebe suvremene turističke potražnje, a uvjetovane tehnološkim, društvenim, tržišnim čimbenicima i trendovima sve zahtjevnijeg tržišta. Među najznačajnijim okosnicama nuđenja i provedbe tih posebnih programa i proizvoda jest poslovanje u vlastitim dodatnim kapacitetima kao što su:

Arsenal spomenik nulte kategorije, multimedijalni centar smješten u Zadru, sagrađen u 17. stoljeću, revitaliziran 2005. godine kao gradski trg u zatvorenom odnosno kao središte javnog, kulturnog i zabavnog života regije. Prosječno godišnje organizira se preko 100 manifestacija javnog i privatnog karaktera. Danas je mjesto prožimanja povijesti, modernog dizajna i urbane kulture življenja. Ovaj jedinstven proizvod mediteranske kulture revitaliziran u funkcionalni spoj kulturne, ugostiteljske i event ponude, uspješno njeguje ulogu mjesta susreta ljudi različitih interesa započetu prije nekoliko stotina godina.

Difuzni hotel Ražnjevića dvori A.D. 1307. smješten je u povijesnoj jezgri naselja Polača, u povijesno agrarnom prostoru Ravnih kotara u Sjevernoj Dalmaciji i predstavlja cjelinu koju danas čini pet funkcionalno povezanih građevina na prostoru tradicijske ruralne strukture te je i prvi je objekt takve kategorije u Republici Hrvatskoj. Ovakav turistički sklop predstavlja ogledni primjerak inovativnog turističkog proizvoda koncipiranog na spoju tradicija i suvremenosti. U šest samostalno uređenih apartmana, autentične dalmatinske kamene kuće prenamijenjene su u konobu i restoran, a gosti mogu uživati i u otvorenom bazenu, kamenim terasama i vinoteci u sklopu hotela. Prostor je namijenjen i opremljen i kao mjesto za održavanje sastanaka, seminara, team buildinga, gala večera i banketa koja se mogu odvijati na otvorenom i natkrivenim prostorima kapaciteta do 200 osoba, ili zatvorenim prostorima od minimalno šest pa do stotinjak osoba.

Villa Primorje izgrađena u drugoj polovici 19. stoljeća, predstavlja tipičnu tradicionalnu dalmatinsku kamenu vlastelinsku kuću s gospodarskom zgradom. Novo obnovljena, luksuzno uređena i opremljena prema najnovijim standardima objekata takve vrste i kategorije, posjeduje vlastiti restoran koji nudi mogućnost organizacije brojnih evenata, mediteranski vrt sa šetnicom i otvoreni bazen.

Event brod „Nada“ multifunkcionalna jahta, veličine 36m i kapaciteta 180 osoba, s cjelovitim restoranom, kuhinjom i barom koja pruža izvrsnu ugostiteljsku uslugu za vrijeme plovidbe. Organizatorima poslovnih događanja na raspolaganju je niz „tailor made“ programa sačinjenih po njihovim željama, od plovidbene rute do ponude menija, dodatne zabave, ali i opreme za konferencije s projekcijama. Ovaj kongresni proizvod i posebna ponuda prepoznata je od niza istaknutih hrvatskih partnerskih agencija, kao i institucija i tvrtki, kao ponuda ostvariva u svim dijelovima hrvatskog Jadrana.



Arsenal



Ražnjevića dvori A.D. 1307.



Villa Primorje



Event brod "Nada"

Real-estate segment - City Galleria



Jedan od dva najveća trgovačka centra u Zadarskoj županiji



Površina veća od 28.500m² na 6 etaža



Otvorena gradska tržnica



Jedino multiplex kino u Zadarskoj županiji

Poslovno - trgovački centar City Galleria jedan je od dva najveća trgovačka centra u gradu Zadru i široj zadarskoj regiji. Otvoren je za javnost u listopadu 2008. godine s ukupnom bruto površinom većom od 28.500 m² rasprostranjenih na ukupno šest etaža (dvije etaže podzemne garaže i četiri etaže s poslovno-prodajnim prostorima). Neto iznajmljiva površina objekta iznosila je u 2019. godini 9.897,60 m², dok ostatak površine objekta sačinjavaju komunikacije, tehnički i zajednički prostori. Podzemna garaža centra, ukupne površine 10.863,50 m² s 410 označenih parkirnih mjesta, servis je svim zakupnicima i posjetiteljima centra 24 sata na dan s uvijek raspoloživim dežurnim djelatnicima i sustavom video nadzora. Kvalitetna lokacija objekta, smještenog u visoko rezidencijalnom području u blizini stare jezgre grada s velikim brojem novih stambenih projekata uz planiranih više od 250 pojedinačnih stambenih jedinica koji su trenutno u realizaciji, osigurava Poslovno-trgovačkom centru City Galleria iznimnu vidljivost i laku dostupnost velikom broju lokalnih stanovnika u radijusu od 5 minuta hoda.

Sama trgovačka i uslužna ponuda centra sastoji se od mnoštva raznovrsnih sadržaja kao što su otvorena gradska i unutarnja tržnica, specijalizirane prodavaonice hrane i pića, supermarket, modne trgovine odjećom, obućom i sportskom opremom, uslužne i servisne djelatnosti, sportski sadržaji, ugostiteljski objekti, te prvo i jedino multiplex kino u gradu sa 6 dvorana. Ponuda je konceptualno podijeljena po etažama s podzemnom garažom otvorenom za sve korisnike na razinama -2 i -1 centra, trgovačkim i uslužnim sadržajima na prizemlju i prvom katu, sportskim i zabavnim sadržajima na drugom katu, te uredskim prostorima na trećem katu objekta.

Zahvaljujući jedinstvenom arhitektonskom konceptu i raznolikoj ponudi sadržaja, City Galleria je postalo mjesto na kojem se odvija svakodnevni život građana, te na kojem mogu zadovoljiti većinu dnevnih potreba.

Jedinstvene značajke Poslovno-trgovačkog centra City Galleria prepoznate su i na međunarodnoj razini kada je 2010. godine na dodjeli nagrade 'International Property Award', najprestižnijem svjetskom natjecanju u poslovanju nekretninama, Poslovno-trgovačkom centru City Galleria Zadar uručena prestižna nagrada s pet zvjezdica u kategoriji „Best Retail Development“.





420 osoba, Kapetanski klub,
92 događaja s 9.021
osobom



280 osoba, Dalmatinska konoba,
Vinski podrum



280 osoba



140 osoba, Zgrada upisana
u registar kulturnih dobara

Ugostiteljstvo

Restoran „Marina Kornati“ je smješten u Marini Kornati, nekoliko minuta hoda od centra Biograda. S terase restorana, pruža se pogled na Biograd okružen jadranskim plavetnilom. Novom salom restorana dominira veliki akvarij i konoba uređena u tradicionalnom dalmatinskom stilu s velikim kominom. Ponuda hrane se temelji na mediteranskoj kuhinji, sa specijalitetima iz mora, ali je prilagođena i ukusu gostiju iz različitih dijelova svijeta. Kapaciteta preko 350 osoba, koji zajedno s nedavno obnovljenim Kapetanskim klubom kapaciteta 70 osoba, ima kapacitet 420 osoba zadovoljava potrebe nautičara za održavanjem raznih i mnogobrojnih manifestacija u Marini Kornati. Kapetanski klub osim ugostiteljskih usluga, pruža i usluge za mnogobrojne prezentacije nautičkih proizvoda, te služi kao idealno mjesto za održavanje manjih konferencija i evenata.

Restoran „Park Soline“ nalazi se unutar kampa Park Soline, smješten neposredno uz plažu s čije se terase pruža pogled na pašmanski kanal. Restoran kapaciteta 280 osoba nudi mogućnost organizacije različitih događanja, od domjenaka, banketa, obiteljskih svečanosti, pa do poslovnih sastanaka. U sklopu restorana nalazi se i dalmatinska konoba s kominom, caffe bar i točionica vina uređena kao vinski podrum koji nudi mogućnost kupnje i degustacije najkvalitetnijeg crnog i bijelog vina proizvedenog od autohtonih hrvatskih vrsta.

“Lavender” lounge bar, smješten u sklopu hotela Adriatic uz samu plažu, je poznat po svom mediteranskom dizajnu u znaku lavande, potpuno prilagođen opuštanju u hladu borova na udobnim ležaljka. Nudi mogućnost organizacije brojnih događaja različitog karaktera - MICE, vjenčanja, banketi, cocktail bed bar, noćni klub itd.

Beach bar “Donat” nalazi se na jedinstvenoj lokaciji – zgradi (magazinu) smještenoj u zaštićenoj kulturno-povijesnoj cjelini naselja Sv. Filip i Jakov, koja je ujedno i upisana u registar kulturnih dobara Republike Hrvatske. Kapaciteta 140 osoba, kategoriziran je kao plažni ugostiteljski objekt beach bar/koktel bar.



Kongresni kapaciteti Ilirije d.d. namijenjeni su klijentima koji traže autentičan ambijent u kojem se istovremeno odražava povijest, kultura i tradicija mjesta, destinacije i regije te nudi kompletnu uslugu organizacije događaja (logističku, tehničku, ugostiteljsku itd.) za 2.492 osobe. Razmješteni su kroz sve sektore kompanije počevši od kongresnih kapaciteta Ilirija Resorta, Kapetanskog kluba u Marini Kornati, a za klijente koji žele poseban i nezaboravan doživljaj nudimo organizaciju M.I.C.E. događaja na event brodu „Nada“, plovećem kongresnom centru, ili prvom hrvatskom difuznom hotelu Ražnjevića dvorima AD 1307. ili povijesnom ambijentu zadarskog Arsenala, spomenika kulture nulte kategorije sagrađenog u 17. stoljeću u doba Mletačke Republike smještenom u samom srcu stare gradske jezgre Zadra. Sve su dvorane opremljene modernom audio-vizualnom opremom za održavanje prezentacija, seminara i konferencija, uz stalnu potporu našeg stručnog tima i kompletnu ugostiteljsku uslugu. Organizatorima evenata Ilirija Resort nudi i različite pakete usluga prilagođene potrebama današnjih poslovnih ljudi s naglaskom na individualni pristup svakom događaju. Pružanje ovakvih paketa usluga svrstava Ilirija Resort među vodeće hrvatske kongresne destinacije.

Objekt	Soba	Maksimalni kapacitet	Površina m ²	PROJEKCIJSKA DVORANA	PREDAVAONICA	U-OBLIK	KONFERENCIJA	BANKET	KOKTEL
HOTEL ILIRIJA	RESTORAN	300	350				70	200	300
	ILIRIJA	100	215	100	80	30	30	50	100
HOTEL KORNATI	RESTORAN	220	300			60	70	220	300
	KORNATI	30	45	30	20	20	20		
HOTEL ADRIATIC	ADRIATIC 1	230	250	230	160	70	70	180	250
	ADRIATIC 2	60	80	60	40	30	30	40	50
	ADRIATIC 3	30	45	30	20	20	20		
	ADRIATIC 4	20	30	20	12	10	10		
	ADRIATIC 5	60	100	60	30	30	30	50	100
	LAVENDER	90	200	90	50	20	20	40	100
AGRITOURIZAM ILIRIJA	KONFERENCIJSKA SOBA	50	50	50	35	30	30	65	70
	TAVERN A	20	40	40	15		16	20	25
	TAVERN B	14	30				14	14	14
	TAVERN C	18	35	18	12	12	12	18	20
ARSENAL ZADAR		1000	1000	500	200	150	150	700	1000
EVENT BROD "NADA"	PALUBA 1	150	50	30	40			90	90
	PALUBA 2		60	60	35			46	60
MARINA KORNATI	CAPTAIN'S CLUB	100	120	100	60	60	60	80	100





Sportski, zabavni i ugostiteljski objekt
kapaciteta 4.000 osoba



20 tenis terena



Među 36 vodećih svjetskih nautičkih sajmova
Pokrenut Croatia Charter Expo

BBS
u brojkama

400 ugovorenih izlagača,
350 plovila,
18.500 posjetitelja,
600 poslovnih sastanaka

Sportsko-rekreacijski i zabavni sadržaji:

Aquatic centar - nalazi se na glavnoj gradskoj plaži okrunjenom Plavom zastavom te je izgrađen kao sportski, zabavni i ugostiteljski objekt s otvorenim olimpijskim bazenom. **Sadrži tribine sa 4.000 mjesta i terasu površine 1.000 m² te predstavlja centar održavanja gotovo svih sportskih, zabavnih i glazbenih manifestacija u destinaciji.** U sklopu centra nalaze se caffe bar i restoran brze hrane kapaciteta 350 osoba i kao takav nudi mogućnost organizacije brojnih događaja javnog i privatnog karaktera. Aquatic centar je idealno mjesto za organizaciju raznih događanja poput vjenčanja, team-buildinga, banketa, M.I.C.E. događaja i drugih.

Tenis centar „Ilirija“, se prostire na površini od **48.000m²** i sastoji se od **20 tenis terena** te višenamjenskih igrališta (14 zemljanih i 6 color-set igrališta) s noćnim osvjetljenjem. Unutar centra se nalazi ugostiteljski objekt, svlačionice te prateći kapaciteti.

Manifestacije:

Biograd Boat Show - najveća izložba plovila ne samo u Hrvatskoj već i na području Srednje Europe. Svake godine sajam privlači posjetitelje i izlagače iz susjednih zemalja i šire, uključujući i mnoge inozemne vlasnike plovila u Hrvatskoj, ali i tisuće sudionika regata održanih u Biogradu tijekom cijele godine. U listopadu 2019. godine održan je 21. Biograd Boat Show na kojem je sudjelovalo više od 400 ugovorenih izlagača s više od 350 plovila, 18.500 posjetitelja i 2.000 ostvarenih poslovnih posjeta, čime je sajam prerastao nacionalne okvire postavši najveći sajam na moru među zemljama srednje Europe. Za vrijeme sajma odvijaju se i popratna predavanja i seminari s temama iz poslovnog svijeta, obrazovanja, društva, sporta i rekreacije. Biograd Boat Show nosi status zlatnog člana IFBSO (International Federation of Boat Show), međunarodne udruge organizatora nautičkih sajmova. Biograd Boat Show je 2019. godine predstavio svoju novu uslugu **Croatia Charter Expo – dvodnevni poslovni događaj nautičkog umrežavanja koji ima za cilj povezivanje hrvatskih charter tvrtki s charter agentima iz cijelog svijeta.** Iste godine okupilo se više od 120 charter tvrtki i agenata te je realizirano više od 600 poslovnih sastanaka, što doprinosi daljnjem razvoju prepoznatljivosti i konkurentnosti hrvatskog charter turizma.

Pregled kapaciteta Ilirije d.d.



Hotelijerstvo
443 sobe/922 kreveta



Kamping
1220 parcela/3660 osoba



Nautika
805 vezova



Real-estate
28.500m² bruto površine/
šest etaža



Ugostiteljski objekti
4 objekta kapaciteta
za 1.120 osoba



Kongresni kapaciteti
ukupan maksimalni kapacitet
svih objekata od 2.492 osobe



DMK Ilirija Travel
smještajni, ugostiteljski i
multifunkcionalni objekti
omogućuju cjelogodišnje
poslovanje (Arsenal,
difuzni hotel Ražnjevića dvori,
event brod „Nada“
i Villa Primorje)



**Sportsko-rekreacijski i
zabavni objekti**
Tenis centar s 20 terena
na 48.000m² površine i
Aquatic centar
s olimpijskim bazenom i
ugostiteljskim sadržajima
kapaciteta 4.000 osoba



Aquatic centar



Tenis centar "Ilirija"



Biograd Boat Show



Ostvareno 688.301 noćenja



Ostvareno 146.815 noćenja



Ostvareno 290.487 noćenja



Ostvareno 250.999 noćenja



DMK Ilirija Travel
609 događaja
54.749 osoba

8. Pregled tržišta, kupaca i dobavljača

S obzirom na diverzificiranu i kompleksnu ponudu kompanije tržište i kupce dijelimo na dva ključna segmenta:

- tržište i kupci turističkog sektora (hotelijerstvo, nautika, kamping i destinacijska menadžment kompanija DMK Ilirija Travel)
- tržište i kupci, odnosno zakupci real-estate sektora.

U 2019. godini kompanija je na razini svoja tri ključna sektora ostvarila sveukupno **688.301** noćenja, a destinacijska menadžment kompanija je realizirala 609 zasebnih događaja za ukupno 54.749 osoba. U nautičkom sektoru noćenja ne predstavljaju temelj poslovne djelatnosti obzirom da se od 2013. godine gosti iz zemalja članica Europske unije ne evidentiraju temeljem Uredbe o uvjetima dolaska i boravka stranih jahti i brodica namijenjenih sportu i razonodi u unutarnjim morskim vodama i teritorijalnom moru (NN 97/2013), izuzev gostiju u charteru koje evidentiraju charter kompanije putem crew listi.

Top 10 emitivnih tržišta hotelskog i kamping sektora



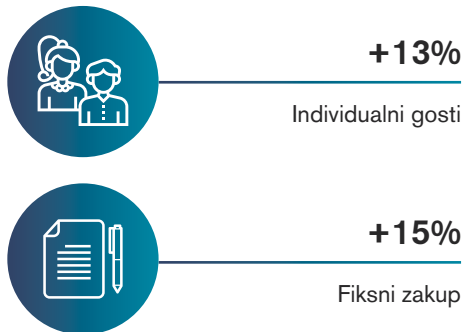
Analiza tržišta i kupaca po sektorima

Hotelijerstvo:

Kapacitet hotelskog sektora čine 443 smještajne jedinice (hotelske sobe i apartmani) s ukupno 922 ležajeva pozicioniranih u Biogradu na Moru i Sv. Filip i Jakovu.

Prema tržišnim segmentima najizrazitije promjene vezane su za 13% uvećanja individualnih gostiju odnosno 15% uvećanja fiksnog zakupa te 3% uvećanje prodaje grupama uz istovremeno smanjenje alatmanskog plasmana za 6,5%. U grupnom segmentu stavljen je naglasak na poslovne grupe, što je rezultiralo uvećanjem prosječne popunjenosti uz dodatne efekte plasmana usluga. Tu je došlo do izražaja u značajnom 50% rastu prihoda destinacijske menadžment kompanije Ilirije Travel korištenjem dodatnih usluga i ponude s dodatnom vrijednošću.

Obilježja hotelskog tržišta:



Tijekom 2019. godine u sektoru hotelijerstva boravilo je 46.296 gostiju s realiziranih 146.815 noćenja odnosno 1% više u odnosu na 2018. godinu. U strukturi ostvarenih noćenja najizrazitija promjena vezana je uz značajnih 25% uvećanja domaćih noćenja čime je hrvatsko tržište doseglo 19,31% udjela u svim noćenjima. Uz značajniji rast noćenja s domaćeg tržišta ostvareni rezultati sektora hotelijerstva posljedica su značajnije popune predsezone kongresnim, seminarским, team-building programima grupa vezanim uz domaće tvrtke i agencije. Njemačko, kao ključno strano emitivno tržište, ostalo je na približno lanjskim brojkama odnosno blagih 1% pada i udjelu od 14%, dok je noćenja gostiju iz Slovenije bilo 12% više te čine 10,6% ukupnog udjela u noćenjima hotelskog sektora. Među ključnim tržištima nalazi se i švedsko tržište, čiji su gosti značajni u razdoblju pred i posezone, dok nizozemsko tržište bilježi povećanje noćenja za 8%, mađarsko za 5% te belgijsko za 3%.

Ključna tržišta:



Nautika:

Nautički sektor kompanije, Marina Kornati i Hotelska lučica Ilirija-Kornati, već 43 godine pokretač je razvoja nautičkog turizma u Hrvatskoj. Zahvaljujući Marini Kornati, koja je od svoje izgradnje, prvenstveno svojim kapacitetima, položaju u neposrednoj blizini najpoznatijih nautičkih destinacija, tehničkoj i infrastrukturnoj opremljenosti te dostignutim standardima usluge profilirala se među tri vodeće luke nautičkog turizma na nacionalnoj razini. Nautički sektor kompanije u odnosu na ostale turističke sektore karakterizira cjelogodišnja poslovna djelatnost, što se ogleda i u ostvarenim poslovnim rezultatima u 2019. godini.

Ključni tržišni segmenti nautičkog tržišta:

(I) Individualno ugovorno tržište – čine korisnici/vlasnici plovila koji sklapaju godišnji ili sezonski Ugovor o korištenju veza.



413

individualnih plovila



33%

pod hrvatskom
zastavom

(II) Charter tržište - čine charter tvrtke koje iznajmljuju plovila. U 2019. godini u Marini Kornati poslovalo je 15 charter tvrtki s ukupno 327 plovila čime je Marina Kornati bila jedna od vodećih charter baza u Hrvatskoj s više monotipnih flota (Bavaria/Elan).



250.999

ostvareno
noćenja



83%

noćenja nautičara u Biogradu
na Moru



34%

noćenja nautičara u
Zadarskoj županiji

(III) **Tranzitno tržište** dijeli se na:

a) tranzitno servisno tržište - odnosi se na korisnike s plovilima koji u marinu uplovljavaju ili dolaze kopnenim putem radi servisa plovila i ostalih tehničkih usluga koje pruža marina Kornati, odnosno njenih partnera – servis tvrtki koje posluju unutar marine.



176

plovila



2051

noćenja



11,6 dana

prosječni boravak

b) sportsko/regatno tržište - čine plovila koja sudjeluju na raznim nautičkim manifestacijama (regatama, flotilama itd.), a u marinu u pravilu uplovljavaju po najavi te obično ispred njih stoji organizator ili klub/udruga. Sudionici, uglavnom, osim usluge veza koriste i usluge restorana „Marine Kornati“ ili nekog od objekata odnosno ostalih usluga kompanije.



431

plovilo u svrhu
sportske rekreacije



38

regatnih
manifestacija



5000

jedriličara



350

plovila u regatnim
manifestacijama

c) odmorišno – rekreativno tržište - čine korisnici/vlasnici koji u marinu dolaze najavljeno ili bez najave. Dijelimo ih na korisnike vlastitih plovila i charter plovila. Korisnici charter plovila uglavnom uplovljavaju na jedan dan nenajavljeno i to prilikom početka, odnosno kraja njihovog boravka, tj. povratka u obližnje bazne marine. Prema zastavi plovila tranzitno tržište 58% čine plovila pod hrvatskom zastavom, potom slijede plovila s njemačkom zastavom 14,4%, austrijskom zastavom 8,27% te talijanskom s udjelom od 7%. Prema Zakonu o strancima (NN 74/13) Ministarstvu unutarnjih poslova više nije potrebno prijavljivati državljane EU zemalja, pa shodno tome nemamo podatke o noćenjima gostiju, osim za izvaneuropske zemlje čiji broj je zanemariv.



400

ugovorenih
izlagača



350

plovila



18.500

posjetitelja



preko

2000

poslovnih
posjeta

Nautički sajam – Biograd Boat Show

Kao organizator sajma, Ilirija je svojom dugogodišnjom tradicijom, znanjem i iskustvom isprofilirala Biograd Boat Show u jedan od 36 najznačajnijih svjetskih nautičkih sajmova, odnosno vodeći nautički srednjoeuropski sajam i najveći nautički sajam u Hrvatskoj, a Biograd na Moru učinila centrom nautičkog turizma na hrvatskom Jadranu.

Sajam je svojim konkurentnim rastom i razvojem izrastao u kongres nautičke industrije okupljajući sve predstavnike realnog sektora nautičke industrije i turizma, poslovnih i strukovnih udruženja te državnih institucija.

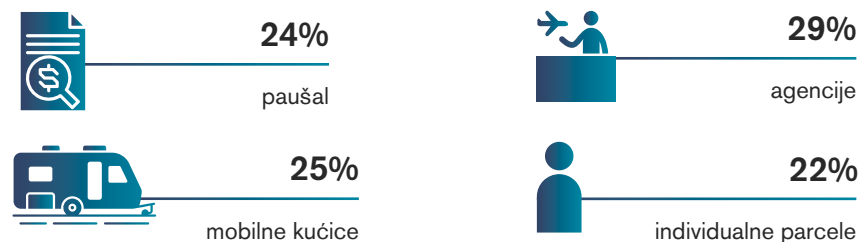
Na sajmu je predstavljena nova usluga Croatia Charter Expo, dvodnevni poslovni događaj nautičkog poslovnog umrežavanja, ima za cilj povezivanje hrvatskih charter tvrtki s charter agentima iz cijelog svijeta. Okupio je više od 120 charter tvrtki i agenata s više od 600 realiziranih poslovnih sastanaka na novoj softverskoj platformi Biograd B2B.



Kamping

Kamping sektor kompanije čini kamp „Park Soline“, kategoriziran sa četiri zvjezdice, smješten je u Biogradu na Moru s gotovo šesdesetljetnom tradicijom poslovanja, prostire se na površini od 20,0 hektara i sadrži 1.220 smještajnih jedinica ukupnog maksimalnog smještajnog kapaciteta do 3.660 osoba.

Udio noćenja po tržišnim segmentima



 **41.507**
dolazaka gostiju

 **290.487**
noćenja

Ključni tržišni segmenti kamping sektora su:

- I. Paušal** – obuhvaća goste koji u kampu postavljaju kamp prikolicu ili mobilnu kućicu na određeni period.
- II. Agencije** – agencija koja u fiksnom zakupu ima određen broj parcela te na iste postavlja svoje mobilne kućice ili šatore.
- III. Mobilne kućice** – kao tržišni segment obuhvaćaju mobilne kućice koje su u vlasništvu Ilirije.
- IV. Individualne parcele** – odnose se na goste koje dolaze s vlastitim kamp prikolicama, kamperima ili šatorima te se smještaju na parcelama veličine od 80-100m², opremljenih sa strujom, vodom, odvodom.

Najznačajnija emitivna tržišta na razini svih tržišnih segmenata su: (I.) Slovenija, (II.) Češka, (III.) Njemačka, (IV.) Hrvatska, (V.) Nizozemska,.

Prodajne i marketinške aktivnosti u 2019. godini su se usmjerile prema kombinaciji najznačajnijih sajmova (Njemačkoj: Stuttgart, München), najznačajnijim tiskanim medijima (ADAC i DCC kamping i karavaning vodič, Avto dom magazine, Kamping i karavaning vodnik), i on-line oglašavanju (web stranica, Google Adwords kampanje).



609

dogadaja



54.579

gostiju



+16%

rast prihoda

DMK Ilirija Travel:

Ilirija Travel djeluje kao destinacijska menadžment kompanija razvojem novih usluga i sadržaja kroz komplementaran turistički proizvod, koji objedinjuje sve sastavnice kompanije, udovoljava potrebama suvremene turističke potražnje, uključuje proizvode i programe s dodanom vrijednošću koji počivaju na stvaranju doživljaja i udovoljavanju nizu posebnih interesa.

Okosnica nuđenja i provedbe posebnih programa i proizvoda jest poslovanje u vlastitim dodatnim kapacitetima:

- I. Arsenal u Zadru,**
- II. event brod „Nada“,**
- III. difuzni baštinski hotel i agroturistički kompleks Ražnjevića dvori A.D. 1307., i**
- IV. Villa Primorje,**
- V. uz vozila i plovila, izletničku ponudu, kapacitete sportskih i event prostora unutar kompanije.**

Temeljna svrha ovih programa aktiviranje je sadržaja pred i posezonskog turizma, kao i sadržajni boravak gostiju, dakle dijelom u funkciji korištenje osnovnih kapaciteta kompanije, a dijelom zasebnih proizvoda van samih njegovih objekata.

Najveći rast prihoda od događanja bilježe event brod „Nada“, kroz pružanje usluga za druge kompanije i na području drugih hrvatskih županija (Istarska, Primorsko-goranska, Splitsko-dalmatinska, Šibensko-kninska), i hotelski objekti kompanije značajno nadmašivši rekordnu 2017. godinu. Korištenje dodatnih sadržaja i kapaciteta kompanije posljedično generira poslovanje u samim smještajnim objektima pružajući dodatne motive dolaska, posebno u vidu prodajnog kanala za grupe.



Real-estate sektor – Poslovno-trgovački centar City Galleria

Real-estate, odnosno nekretninski sektor čini Poslovno-trgovački centar City Galleria u Zadru, jedan od dva najveća trgovačka centra u široj zadarskoj regiji, koji je postao dio poslovnog sustava kompanije akvizicijom izvršenom u prosincu 2016. godine

Kupce, odnosno zakupnike dijelimo na:



99,77%

Popunjenost
kapaciteta



37

zakupnika

I. Lokalni zakupnici – izuzetno povoljna pozicija centra, u blizini stare jezgre grada Zadra, slijedom čega je iznimno velik interes lokalnih poslovnih subjekata za suradnjom. Lokalne zakupce čine brojni mali trgovci domaćim proizvodima i obrtnici, lokalna trgovačka društva koji posluju u sklopu naše otvorene i unutarnje tržnice. U ponudi unutarnje tržnice prevladavaju manji lokalni zakupci i OPG-ovi, što privlači velik broj domaćeg stanovništva, kao i stranih posjetitelja zbog ponude svježih namirnica. Na otvorenoj tržnici gradsko društvo Tržnica Zadar d.o.o., svakodnevno posluje u jutarnjim satima na više od 800m² vanjskog natkrivenog trga centra, lokalni prodavači nude sezonsko svježe voće i povrće, cvijeće, med, prirodne proizvode i ostali autohtoni asortiman. Uz centralnu poziciju gradske tržnice, lokacija tržnice u sklopu centra City Galleria, druga je po veličini gradska tržnica sa više od 35 lokalnih prodavača, te s najvećim interesom za zakupom novih prodajnih pozicija i mogućim proširenjem ponude.

II. Nacionalni zakupnici - u centru posluju brojne domaće tvrtke s ponudom različitih vrsta proizvoda i usluga, a naročito je važno napomenuti kako s velikim brojem navedenih poslovnih subjekata uspješno surađujemo više od deset godina, od samog otvorenja centra City Galleria za javnost. Među njima se ističe regionalni lanac trgovina sportskom odjećom i obućom Sport&Moda d.o.o. koji su zastupnici svjetski poznatih međunarodnih modnih marki; zatim društvo Monile d.o.o. sa poznatim domaćim lancem muške odjeće „Galileo“; također i najveći domaći lanac optika Ghetaldus Optika d.d. u sklopu koje posluje i Poliklinika Ghetaldus specijalizirana za oftalmološke usluge; domaći lanac trgovina kućanskim tekstilom Posteljina.hr; te lanac specijaliziranih prodavaonica Farmacia. U dijelu ugostiteljske ponude želimo istaknuti Leggiero bar, domaći renomirani ugostiteljski lanac prisutan u više od 10 gra-



3. Internacionalne zakupnike

dova diljem Hrvatske. Među novijim zakupnicima su tvrtka Wulf sport d.d. sa svojim ShoeBeDo konceptom sportske lifestyle ponude, te Gyms4You poznati lanac fitness klubova nastao po europskom konceptu otvorenosti 7 dana u tjednu, od 0 do 24 sata.

III. Internacionalni zakupnici – međunarodni trgovački lanci predstavljaju najveće zakupnike sa 50,27% ukupne neto iznajmljive površine centra. Među njima su najpoznatiji europski trgovački lanci prisutni na hrvatskom tržištu, tržišni lideri u svojim djelatnostima. Müller trgovina Zagreb d.o.o., jedan od najvećih europskih lanaca drogerija, parfumerija, papirnica i odjela igračaka i multimedije, u centru posluje na više od 1.800m² poslovnog prostora; zatim društvo SPAR Hrvatska d.o.o., prisutno sa mrežom od 116 trgovina u 36 gradova diljem Republike Hrvatske, posluje na prizemlju centra na više od 1.500m² prostora, te trgovine PEPCO, europski lanac diskontnih trgovina koji nudi odjeću za cijelu obitelj i proizvode za kućanstvo i lanac CCC shoes&bags trgovina torbama i obućom za cijelu obitelj. Potom lanac potpuno digitaliziranih CineStar multiplex kina, vodećeg kinoprikazivača u regiji društva Blitz-Cinestar d.o.o., pružajući jedinstvenu uslugu jedinog multiplexa u cijeloj Zadarskoj županiji.

Prihode ostvarujemo kroz sljedeće aktivnosti:



1. Zakup poslovnih prostora



2. Zajedničke troškove



3. Korištenje zajedničkih dijelova centra



4. Parkirna mjesta u garaži



5. Ostale poslovne prihode

Pregled ključnih kupaca po sektorima:

Hotelijerstvo



Nautika



Kamping



Real - estate



Organizacija nabave dijeli se na nabavu:



hrane i pića



potrošnog materijala



uredskog materijala



tehničkog materijala



usluga



energenata



investicija i investicijskog održavanja

Prakse nabave - Dobavljači

Praksa nabave predstavlja materijalnu temu za Iliriju d.d. s obzirom na njene direktne učinke na kvalitetu poslovnih performansi u dijelu pružanja usluga sukladno domaćim i međunarodnim standardima turističke industrije, obzirom na ekonomske učinke koje ima na kompaniju i utjecaj na lokalnu, regionalnu i nacionalnu razinu i s obzirom na činjenicu da je većina dobavljača sa sjedištem u Republici Hrvatskoj.

Kao kompanija težimo strateškom, dugoročnom i kvalitetnom uzajamnom odnosu s dobavljačima s kojima kroz višegodišnju suradnju radimo na stvaranju dodatne vrijednosti za obje kompanije kroz **(I.) razmjenu znanja, (II.) unaprjeđenju poslovnog procesa obju strana, (III.) stvaranja kvalitetnog proizvoda, odnosno usluge za obje kompanije, i (IV) stvaranje partnerskih odnosa sa dobavljačima** kojim se ostvaruje primarna svrha nabave, odnosno pravovremena isporuka proizvoda i usluga ugovorene kvalitete i količina te konkurentna cijena, stvara se i dodana vrijednost za obje strane u poslovnom procesu.

Od ukupno 985 dobavljača s kojima smo ostvarili poslovnu suradnju u 2019. godini s njih 15 suradnja je duža od 30 godina. Među njima nalaze se i oni s kojima surađujemo od samog osnutka, dakle više od 62 godine.

Od svih dobavljača s kojim se ostvaruje suradnja traže se strogi parametri kvalitete, te ponašanja u skladu s korporativnom strategijom i etikom poslovanja, dok je kod dobavljača u dijelu hrane i pića od izuzetnog značaja posjedovanje HACCP certifikata.

Nabava hrane i pića u 2019. godini treću se godinu za redom organizirana kroz objavu **Poziva za prikupljanje ponuda** kako od postojećih tako i od potencijalnih dobavljača. Nakon provedenog poziva slijedila je analiza rezultata poziva i izbor ključnih dobavljača.



Kriterij odabira dobavljača u dijelu hrane i pića:



registrirana djelatnost,



skladištenje, pakiranje, transport i rukovanje s hranom/pićem na način koji će očuvati njihovu zdravstvenu ispravnost,



uz hranu potrebno je dostaviti svu propisanu dokumentaciju (dostavnica, potvrda o zdravstvenom stanju pošiljke), a za hranu životinjskog podrijetla koja se otprema prijevoznim sredstvom u unutrašnjem prometu dostavi obrazac HVI 1-3 ili ovjeru ovlaštenog veterinaru na otpremnici,



sustav samokontrole,



primjena, poštivanje i implementacija HACCP sustava.

Nabava za ostale segmente nabave, kao i prethodnih godina, organizirana je putem direktnog prikupljanje ponuda od više različitih dobavljača za istu vrstu usluge ili robe koje su se potom analizirale, te se izvršio izbor dobavljača, a potom je slijedilo sklapanje ugovora i slanje narudžbe. Po realizaciji ugovorenog verificirani su roba/usluga i cjelokupni poslovni odnos s pojedinim dobavljačem. Sve eventualne probleme i nedostatke kako robe, tako i samog poslovnog odnosa rješavamo direktnom komunikacijom djelatnika Službe nabave i zaposlenika dobavljača. Zaposlenici unutar samog odjela nabave odgovaraju voditelju nabave, koji je odgovoran Upravi.

S ključnim dobavljačima teži se stvaranju dugoročnog partnerstva i suradnje temeljene na međusobnom povjerenju, poštivanju definiranih ugovornih obveza i visokih tržišnih standarda, te međusobno usklađenoj obvezi plaćanja i obvezi poštivanja navedenih rokova isporuke. U skladu s tržišnim uvjetima i vlastitom strategijom poslovanja kompanija s ključnim dobavljačima planira poslovne aktivnosti vezane za nabavku proizvoda i usluga, njihovo skladištenje i isporuku dok s pojedinim dobavljačima usluga dijelimo znanja (know-how) u svrhu unapređenja poslovnog procesa, proizvoda i usluga.







Kako bi izbjegli moguće nepovoljne utjecaje nepredvidivih tržišnih promjena nastojimo na svakom od pojedinih područja nabave osigurati više dobavljača (minimalno dva), tako umanjujemo moguće rizike i osiguravamo nesmetano poslovanje, a ujedno postizemo korektniji omjer cijene, kvalitete i rokova isporuke.

Ocjenjivanje dobavljača

U svrhu procjene mogućnosti i svođenja rizika procesa nabave na najmanju moguću razinu u 2019. godini pristupilo se procesu ocjenjivanja i analize dobavljača. Analizom dobavljača ispitivala se sposobnost i poslovanje dobavljača, te se tako osigurala sigurnost i racionalnost opskrbe. Cilj ocjenjivanja dobavljača je osigurati određen broj dobavljača, koji će uz optimalne troškove, osigurati kontinuirano zadovoljenje potreba za proizvodima u smislu pouzdanosti količine i kvalitete, učestalosti isporuke, fleksibilnosti u novonastalim poslovnim situacijama, uvjeta i načina plaćanja i poslovne stabilnosti dobavljača.

U procesu ocjenjivanja dobavljača u 2019. godini uzeto je obzir šest kriterija, i kroz njih je ocijenjeno petnaest najvećih dobavljača u dijelu nabave hrane i pića.

Ocjenjivanje dobavljača

-  cijena
-  kvaliteta proizvoda
-  financijska sposobnost dobavljača
-  distribucija (sigurnost i učestalost)
-  certifikati
-  uvjeti i način plaćanja

Vrednovanje ponude pojedinog dobavljača odnosi se na vrednovanje kompletne ponude, odnosno osim cijene, vrednuju se i rokovi plaćanja, rokovi isporuke, širina asortimana, kvantitativne i kvalitativne karakteristike asortimana robe/usluge, posjedovanje HACCP certifikata kod dobavljača hrane i pića, a uz sve navedeno kao kriterij za odabir uzima se u obzir i poslovna stabilnost dobavljača.



985

Dobavljača



95,34%

Promet sa dobavljačima iz
RH



4,66%

Promet sa inozemnim
dobavljačima

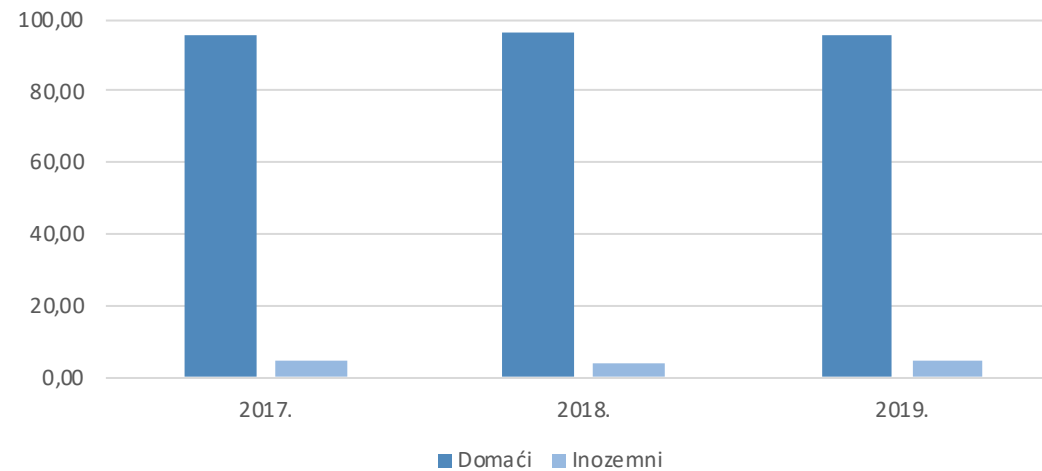
Karakteristike nabave u 2019. godini

U svom dobavljačkom lancu surađujemo s proizvođačima, primarnim proizvođačima, distributerima, veletrgovcima, ugovorenim partnerima, brokerima, konzultantima, malim obrtima i obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima. U 2019. nismo imali tužbi od strane naših dobavljača.

Visoke standarde kvalitete robe i usluga kompanija u velikoj mjeri pronalazi u lokalnoj sredini (gradu Biograd na Moru kao sjedištu kompanije i općinama u neposrednoj blizini) i regionalnoj sredini (grad Zadar i ostali gradovi i općine u Zadarskoj županiji). U poslovanju uvijek nastojimo zadržati i povećati, već visok udio prometa s lokalnim dobavljačima, te tako osnažiti ekonomski doprinos lokalnoj zajednici.

Na razini Ilirije d.d. u 2019. godini ostvaren je promet s ukupno **985 dobavljača, od čega su 68 inozemna, što predstavlja 6,90% u ukupnom broju dobavljača odnosno 93,10% dobavljača ima sjedište u Republici Hrvatskoj.**

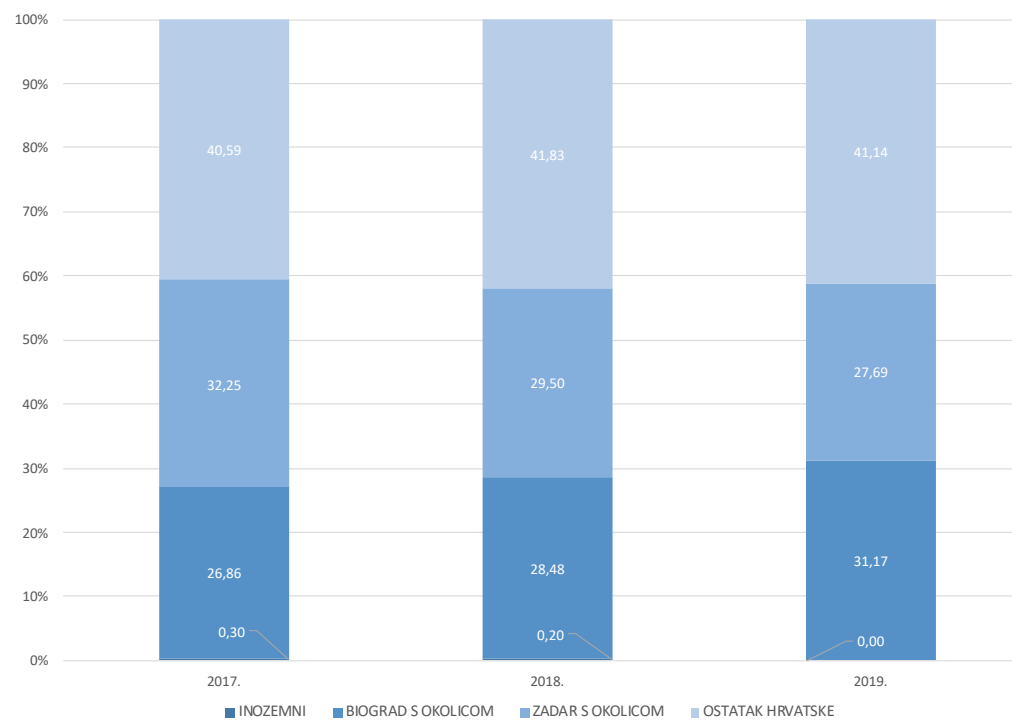
Pregled % udjela prometa dobavljača prema sjedištu





Promatrajući promet koji se odnosi na **nabavu hrane i pića, potrošni, uredski i tehnički materijal, a čini 29,23% ukupnog prometa, izostala je suradnja s inozemnim dobavljačima** koji su i ranijih godina činili mali udio u ukupnom prometu za navedene kategorije nabave.

Pregled % udjela prometa dobavljača hrane i pića, tehničkog i uredskog materijala prema sjedištu



9. Značajni događaji

Kompanija je stekla 1.334 vlastitih dionica te slijedom navedenog posjeduje 9.590 komada dionica koje čine 0,40% udjela u temeljnom kapitalu.

Objavljen dokument „ILIRIJA d.d. – Ekonomski i društveni aspekti poslovanja – pokretač gospodarstva i društvene zajednice“ u kojem je kroz pregled poslovnih ostvarenja Ilirije d.d. od 1999. do listopada 2018. godine prikazan doprinos kompanije kao poslovnog subjekta ne samo gospodarstvu lokalne, regionalne i nacionalne zajednice već i doprinos društvenom razvoju zajednice kroz aktivnosti korporativne filantropije.

Nadzorni odbor, na sjednici održanoj 05. travnja 2019. godine, prihvatio je godišnje izvješće Uprave o poslovanju i stanju kompanije za 2018. godinu, Izvješće Uprave o stjecanju vlastitih dionica u 2018. godini, izvješće revizije o poslovanju kompanije za 2018. godinu te izvješće Nadzornog odbora o obavljenom nadzoru vođenja poslovanja u 2018. godini. Nadzorni odbor je utvrdio temeljna godišnja financijska izvješća za 2018. godinu (Izvješće o financijskom poslovanju, financijskom stanju i Novčani tijek), prijedlog odluke o upotrebi dobiti i isplati dividende, prijedlog odluke o imenovanju revizora za 2019. godinu, prijedlog odluke o davanju ovlasti Upravi kompanije za stjecanje vlastitih dionica te prijedlog poziva s dnevnim redom za sazivanje Glavne skupštine.

Na predmetnoj sjednici Nadzorni odbor je predložio da se ostvarena dobit u poslovnoj godini 2018., nakon oporezivanja, u iznosu od 29.795.129,95 kuna, rasporedi na sljedeći način:

- 19.177.167,95 kuna u zadržanu dobit,
- 2.200.000,00 kuna u zakonske rezerve, i
- 8.417.962,00 kuna u isplatu dividende.

Dividenda po jednoj dionici iznosi 3,50 kuna.

Na redovitoj Glavnoj skupštini, održanoj 24. svibnja 2019. godine, donesene su sve odluke u istovjetnom sadržaju prema prijedlozima sadržanim u Pozivu na Glavnu skupštinu:



1. Primljena su na znanje sljedeća izvješća:
 - Izvještaj Uprave o poslovanju i stanju kompanije za 2018. godinu,
 - Izvješće Uprave o stjecanju vlastitih dionica u 2018. godini,
 - Izvješće Nadzornog odbora o obavljenom nadzoru uvođenja poslova Društva u 2018. godini,
 - Izvješće Revizora o provedenoj reviziji poslovanja u 2018. godini,
 - Odluka o utvrđivanju temeljnih godišnjih financijskih izvješća za 2018. godinu.
2. Odluka o upotrebi dobiti Ilirije d.d. za poslovnu 2018. godinu temeljem koje se ostvarena dobit u poslovnoj 2018. godini, nakon oporezivanja, u iznosu od 29.795.129,95 kuna, raspoređuje na slijedeći način:
 - 19.177.167,95 kuna u zadržanu dobit,
 - 2.200.000,00 kuna u zakonske rezerve, i
 - 8.417.962,00 kuna za isplatu dividende.
3. Odluka o isplati dividende temeljem koje je dioničarima isplaćena dividenda u ukupnom iznosu od 8.417.962,00 kuna. Dividenda će se isplatiti iz dobiti ostvarene u 2018. godini, a dividenda po jednoj dionici iznosi 3,50 kuna.
4. Odluka o davanju razrješnice Upravi čime Glavna skupština odobrava rad Uprave u vođenju poslova za 2018. godinu.
5. Odluka o davanju razrješnice članovima Nadzornog odbora za obavljeni nadzor poslovanja Društva u 2018. godini.
6. Odluka o davanju ovlasti Upravi za stjecanje vlastitih dionica na organiziranom tržištu vrijednosnih papira tijekom razdoblja od 5 godina od dana donošenja odluke, bez daljnih posebnih suglasnosti Glavne skupštine.
7. Odluka o imenovanju revizora Društva za 2019. godinu temeljem koje se za obavljanje revizije u 2019. godini imenuje ovlaštena revizorska kuća „Revicon“ d.o.o., Zadar, Ruđera Boškovića 4, OIB: 31008688672

Nadzorni odbor, na sjednici održanoj 08. studenog 2019. godine, prihvatio je Izvještaj o poslovanju Društva od 01.01. do 30.09.2019. godine i Plan investicijskih ulaganja po profitnim centrima.

10. Dodijeljena priznanja, standardi i certifikati

Nagrade i priznanja:

„23. Turistički cvijet – kvaliteta za Hrvatsku“, u organizaciji Hrvatske gospodarske komore i Hrvatske radiotelevizije, Marina Kornati osvojila je 2. mjesto u kategoriji Velika marina.

Kamp „Park Soline“ dobitnik je dugogodišnje nagrade Turističke zajednice Zadarske županije za implementiranje načela održivog razvoja i društveno odgovornog poslovanja u svoje poslovne i operativne procese. Nagrada je veliko priznanje za sve dosadašnje aktivnosti kampa na području zaštite okoliša, ali i ostalim područjima društveno odgovornog poslovanja, ne samo u kamping sektoru već i na razini cijele kompanije.

Nautička patrola Jutarnjeg lista dodijelila je posebno priznanje i zahvalu Iliriji d.d. i Marini Kornati za izniman doprinos organizaciji i uspjehu nautičke patrole.



Standardi i certifikati



Hrvatsko povjerenstvo Zaklade za odgoj i obrazovanje za okoliš i Povjerenstvo za Plavu zastavu i srodne programe dodijelio je Iliriji d.d. priznanje za 16 godina neprekidne vjernosti međunarodnom programu Plava zastava za plaže i marine u Republici Hrvatskoj za Luku nautičkog turizma Marina Kornati koje je već 16 godina nositeljica Plave zastave.

U lipnju je uspješno završena recertifikacija hotela Ilirija kategoriziranog s četiri zvjezdice s ciljem obnove certifikata „Sustainable hotels by UPUHH“ čime je hotel Ilirija iz osnovnog (basic) certifikata, realiziranog 2014. godine, certificiran u naprednu (advanced) razinu. U sklopu ovog projekta hotel je ispunio kriterij održivosti u svom poslovanju i to u devet definiranih i promatranih područja (upravljanje održivošću, nabava, prodaja, marketing i odnosi s javnošću, okoliš, upravljanje energijom, hrana i piće, domaćinstvo i programi) čime se pridružio hotelima koji vode brigu o održivom razvoju hrvatskog turizma.

U rujnu je izvršena recertifikacija sustava upravljanja kvalitetom ISO 9001:2015 i obavljen je nadzorni audit za sustav upravljanja okolišem ISO 14001:2015.

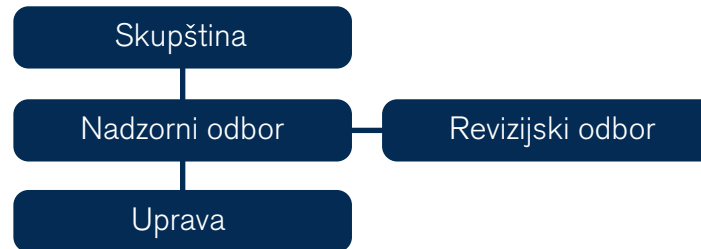
Kamp „Park Soline“ u mjesecu prosincu dobio je međunarodno priznanje i eko-oznaku Zeleni ključ koja se dodjeljuje isključivo smještajnim objektima koji smanjuju svoje negativne učinke na okoliš kroz optimizaciju potrošnje energenata, sortiranje otpada i edukaciju osoblja i gostiju o svim aspektima zaštite okoliša i održivog razvoja. Certifikat dodjeljuje „Foundation for Environmental Education“ (FEE), na razdoblje od jedne godine, a predstavlja potvrdu turističkom objektu da je utjecaj pojedinog noćenja minimaliziran po pitanju utjecaja na okoliš.

Kompanija je nositelj Certifikata bonitetne izvrsnosti AAA, međunarodno priznate oznake ekonomske kvalitete i izvrsnosti poslovnog subjekta, dodijeljen u 2019., 2018., 2017., 2016. i 2015. godini od strane bonitetne tvrtke Bisnode, za ispunjavanje kriterija bonitetne izvrsnosti, odnosno ispunjavanje europskih standarda o kvaliteti, financijskoj stabilnosti i uspješnosti poslovanja kompanije.

Kompanija je objavila Godišnji izvještaj o društveno odgovornom poslovanju za 2018. godinu odnosno četvrti nefinancijski izvještaj, sukladno vodećim standardima nefinancijskog izvještavanja - GRI Standardima.

11. Korporativno upravljanje

Ilirija kao dioničko društvo ima jasno definiranu dualističku upravljačku strukturu sukladno praksi korporativnog upravljanja i zakonskim propisima Republike Hrvatske, s jasno razdvojenim ovlastima odgovornosti slijedećih upravljačkih organa kompanije:



Glavnu skupštinu čine svi dioničari (vlasnici) vrijednosnih papira Društva. U 2019. godini na dan 31.12. Društvo je imalo ukupno 188 dioničara koji su imatelji ukupno 2.413.488 dionica. Dioničari svoja prava ostvaruju na Glavnoj skupštini. Pravo sudjelovanja imaju svi dioničari kompanije koji su upisani u knjigu dionica i koji namjeru svog sudjelovanja na Glavnoj skupštini prijave Društvu osobno ili po punomoćniku uz predočenje pisane punomoći prijave najkasnije šest dana prije njenog održavanja. Glavna skupština sukladno odredbama Statuta Ilirije d.d. i Zakona o trgovačkim društvima donosi odluke o slijedećim pitanjima: imenovanju i razrješenju Nadzornog odbora i Uprave, povećanju ili smanjenju temeljnog kapitala, odluke o upotrebi dobiti, odluku o isplati dividende, odluka kojima se u cijelosti ili djelomično isključuje pravo prvenstva dioničara pri upisu novih dionica, povlačenju ili uvrštenju dionica s uređenog tržišta, izmjenama i dopunama Statuta, imenovanju revizora, odluke o izmjeni i dopuni djelatnosti kao i ostalim pitanjima definiranim zakonom.

Tijekom 2019. godine održana je jedna Glavna skupština čije su odluke u skladu sa zakonskim propisima objavljene i dostupne na web stranicama kompanije, www.ilirijabiograd.com, Zagrebačke burze (www.zde.hr), HANFA-e i Središnjeg registra propisanih informacija – SRPI, Hrvatskoj izvještajnoj novinskoj agenciji (www.hina.hr) i dostavljene su u sudski registar Trgovačkog suda. Sve odluke Glavne skupštine navedene su u poglavlju „Značajni događaji“.

Nadzorni odbor se imenuje na mandat u trajanju od četiri godine i sastoji se od pet članova. Nadzorni odbor može donositi odluke ako najmanje polovina imenovanih članova sudjeluje u odlučivanju. Odgovoran je za nadzor nad vođenjem poslova kompanije, podnosi Glavnoj skupštini Izvješće o obavljenom nadzoru vođenja poslovanja Društva, usvaja financijska izvješća, sukladno Statutu Društva daje prethodnu suglasnost Upravi Društva za poduzimanje određenih radnji, pravnih poslova i donošenje određenih odluka. Predsjednik Nadzornog odbora saziva sjednice Nadzornog odbora sukladno Statutu Društva i Zakonu o trgovačkim društvima. Nadzorni odbor imenuje Revizijski odbor koji nadzire postojanje i funkcioniranje internih kontrola, upravljanja rizicima i financijsko izvještavanje te rad i neovisnost vanjskih „eksternih“ revizora.

Prema Statutu Društva sjednice se sazivaju najmanje jednom polugodišnje. U 2019. godini održano je šest sjednica Nadzornog odbora. Na redovitoj Glavnoj skupštini Društva, održanoj dana 24. svibnja 2019. godine, dana je razrješnica Nadzornom odboru za nadzor poslovanja kompanije u 2018. godini.



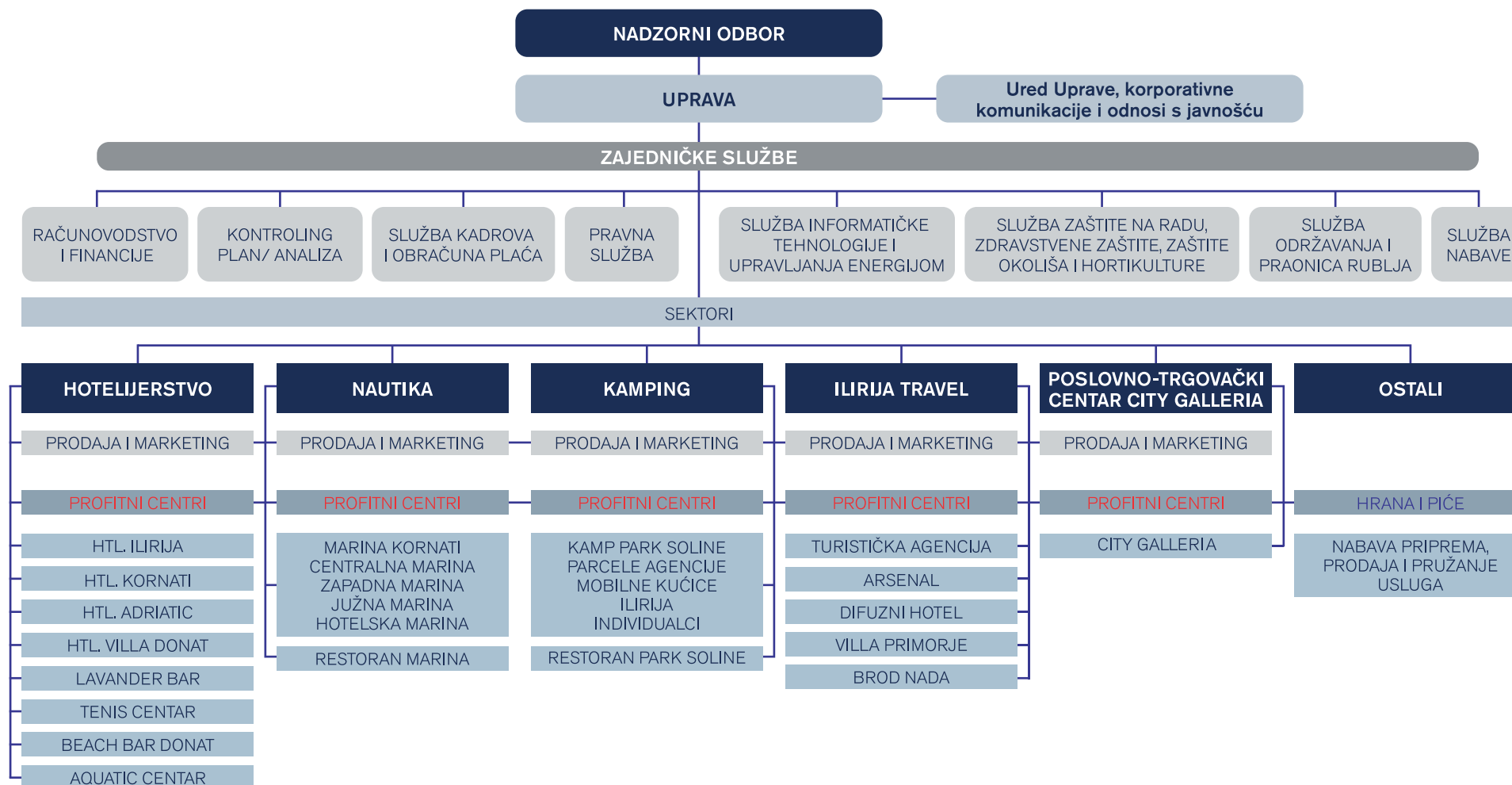
Nadzorni odbor	Funkcija	Mandat	Komisija
Goran Medić	Predsjednik	lipanj 2017. - lipanj 2021.	Revizijski odbor
David Anthony Tudorović	Potpredsjednik	prosinac 2017. - srpanj 2021.	Revizijski odbor
Davor Tudorović	Član revizijskog odbora	prosinac 2017. - srpanj 2021.	
Siniša Petrović	Član revizijskog odbora	prosinac 2017. - srpanj 2021.	
Darko Prebežac	Član revizijskog odbora	prosinac 2017. - srpanj 2021.	Revizijski odbor

Uprava ima jednog člana koji se imenuje na vrijeme od pet godina. Prava i dužnosti Uprave određena su Statutu Društva i Zakonom o trgovačkim društvima.

Goran Ražnjević je jedini član Uprave koji zastupa Društvo samostalno i pojedinačno od 2000. godine u svom četvrtom uzastopnom mandatu.

Unutar kompanije ne postoje odbori za donošenje odluka o ekonomskim, okolišnim i društvenim utjecajima već navedene poslove sukladno poslovnoj praksi donosi Uprava u suradnji sa menadžmentom kompanije. Krovni menadžment broji 12 osoba sa posebnim ovlaštenjima i odgovornostima koji predstavljaju spoj mladosti i iskustva.

Organizacijska struktura



O dionici Ilirije d.d.:

Kotacija: Službeno tržište, Zagrebačka burza

Datum uvrštenja: 26.10.2015.*

Vrsta vrijednosnog papira: Dionica – redovna

Oznaka: ILRA-R-A

Broj izdanih dionica: 2.413.488, bez nominalnog iznosa

Depozitarij: SKDD

**Dionice kompanije od 2003. godine uvrštene su Zagrebačku burzu na Kotaciju javnih dioničkih Društava i od tad se nalaze na uređenom tržištu kapitala u Republici Hrvatskoj. Od 2009. do 2015. godine dionice su uvrštene na Redovito tržište Zagrebačke burze.*

Dioničari i tržište kapitala

Temeljni kapital Društva iznosi 229.146.480,00 HRK i podijeljen je na 2.413.488 redovnih dionica, bez nominalne vrijednosti. Zaključno s 31.12.2019. godine nije došlo do značajnije promjene vlasničke strukture.

Arsenal Holdings d.o.o., Perivoj Gospe od zdravlja 1, Zadar, OIB:59794687464, vlasnik je 1.429.032 dionica Društva što čini 59,21% udjela u temeljnom kapitalu Društva, i isto toliko glasova u Skupštini Društva. Vladajuće društvo Arsenal Holdings d.o.o. je registrirano kod Trgovačkog suda u Zadru, MBS:060014554; temeljni kapital 21.027.500,00 kuna uplaćen u cijelosti.

Većinski vlasnik Arsenal Holdingsa d.o.o. je g. Davor Tudorović sa 75,25% udjela u njegovu temeljnom kapitalu, koji također drži 95.744 dionica Ilirije d.d. što čini 3,97% udjela u njenom temeljnom kapitalu.

Pregled najvećih dioničara Ilirije d.d. na dan 31.12.2019.

Vlasnici - dioničari	Broj dionica	%
Arsenal Holdings d.o.o. Zadar	1.429.032	59,21
OTP banka d.d./AZ OMF kategorije B	322.431	13,36
Goran Ražnjević	201.120	8,33
Davor Tudorović	95.744	3,97
CERP/Republika Hrvatska	74.200	3,07
OTP banka d.d./AZ obvezni mirovinski fond kategorije A	69.898	2,90
Zagrebačka banka d.d./AZ Profit otvoreni dobrovoljni mirovinski fond	68.200	2,83
Goran Medić	40.000	1,66
Zoran Bogdanović	26.216	1,09
Ilirija d.d. (vlastite dionice)	9.590	0,40
Dražen Hrkač	7.224	0,30
Zagrebačka banka d.d./AZ ZABA zatvoreni dobrovoljni mirovinski fond	4.904	0,20
Ostali mali dioničari	64.929	2,69
UKUPNO	2.413.488	100

Prosječna
cijena dionice

187,78kn

+3,18%

Zadnja
cijena dionice

200,00kn

+13,64

Tržišna
kapitalizacija

482.697.600,00kn

+13,64%

Trgovanje dionicama kompanije na Zagrebačkoj burzi

(iznosi u kunama)*	2019.	2018.	% promjene
Ukupan promet	559.386,00	765.134,00	-26,89%
Prosječna cijena dionice	187,78	182,00	3,18%
Prosječan promet po transakciji	7.878,68	9.564,18	-17,62%
Prosječan dnevni promet	15.538,50	16.633,35	-6,58%
Zadnja cijena dionice	200,00	176,00	13,64%
Tržišna kapitalizacija	482.697.600,00	424.773.888,00	13,64%
Količina dionica	2.413.488	2.413.488	

*Podaci o transakcijama dionicama u promatranom razdoblju, prije korporativne akcije podjele dionica (do 25. siječnja 2018. godine), radi usporedivosti podataka iskazani su kao da je podjela dionica napravljena 01.01.2018. godine.

U 2019. godini trgovano je s ukupno 2.979 dionica kojima je realiziran promet u iznosu od 559.386,00 kuna. U 2019. godini indeks CROBEX povećao je vrijednost za 15,36%, a sektorski indeks CROBEXTURIST ostvario je pad za 2,31%. U istom razdoblju cijena dionice ILRA povećana je za 13,64% (s 176,00 kuna na 200,00 kuna za jednu dionicu).

Prosječna cijena dionice ostvarena je u iznosu od 187,78 kuna što je rast od 3,18% u odnosu na prethodnu poslovnu godinu, kada je prosječna cijena dionice ostvarena u iznosu od 182,00 kune. Prosječan promet po transakciji ostvaren je u iznosu od 7.878,68 kuna, dok je prosječan dnevni promet realiziran u iznosu od 15.538,50 kuna.

Najveća cijena dionice postignuta je u iznosu od 206,00 kuna po dionici dok je u istom razdoblju prošle godine najveća postignuta cijena iznosila 200,00 kuna po dionici, što je rast od 3%. U 2019. godini kompanija je stekla 1.334 vlastitih dionica i zaključno s 31.12.2019. godine drži 9.590 vlastitih dionica koje čine 0,40% udjela u temeljnom kapitalu.

Kretanje dionica ILRA-R-A i usporedba sa indeksima CROBEX I CROBEXTURIST



12. Ključni utjecaji, rizici i prilike

Kompanija procjenjuje rizike na makro i mikro razini za svaki od sektora poslovanja, procjenjujući ih prema kriteriju vjerojatnosti pojave rizika i posljedicama odnosno utjecaju svakog pojedinog rizika na njene poslovne procese i cjelokupan poslovni sustav.

U svrhu ispunjenja ciljeva poslovanja, bilo kratkoročnih, srednjoročnih ili dugoročnih, u skladu sa misijom i vizijom uzimajući u obzir okolnosti, vanjske i unutarnje, u kojima organizacija djeluje te očekivanja i interese svojih dionika kompanija je definirala svoje rizike i prilike.

Proces upravljanja rizicima podrazumijeva sljedeće bitne korake:

- I. identifikaciju potencijalnih rizika,
- II. procjenu vjerojatnosti pojave rizika za kompaniju,
- III. dodjeljivanje odgovornosti i poduzimanje akcija u cilju eliminiranja i/ili smanjivanja rizika,
- IV. monitoring i ponovna procjena rizika u cilju izbjegavanja njegovih negativnih utjecaja, razmjena informacija o poduzetim aktivnostima i rezultatima akcija između voditelja poslovnih procesa i Uprave kompanije kroz linije komunikacija utvrđene propisanim procedurama.

(I) Financijski rizici:

- Kompanija je, kao i većina poduzetnika iz turističkog sektora, izložena valutnom, cjenovnom, kreditnom riziku kao i riziku likvidnosti, ekološkom riziku, riziku turističke grane gospodarstva, riziku makroekonomskih kretanja i riziku promjene poreznih i drugih propisa.
- Obzirom da je većina priljeva novčanih sredstava kompanije izražena u eurima, a jednako tako i većina kreditnih obveza, kompanija je u najvećem dijelu ovom okolnošću zaštićena od valutnog rizika.
- Zaduženja kod poslovne banke ugovorena su uglavnom po fiksnim kamatnim stopama te s te strane kompanija



dijelom nije izložena kamatnim stopama s ove osnove, ali samo uslijed izvanrednih okolnosti i poremećaja u poslovanju neovisno o kompaniji.

- U cilju smanjenja kreditnog rizika kompanija nastoji ukupne kreditne obveze svesti na što adekvatniju, tj. optimalnu visinu kako bi bile inferiornije u odnosu na vlastiti izvor sredstava. Većinu svojih cijena ima iskazanu u eurima te većinu potraživanja naplaćuje u istoj valuti čime ostvaruje zaštitu cjenovnog rizika.

(II) Regulatorni rizici:

- Kompanija je izložena promjeni poreznih i drugih propisa u pravnom sustavu Republike Hrvatske. Naročito se ovo odnosi na propise iz područja pomorskog dobra i turističkog zemljišta na kojima Društva ima znatna i poslovno presudna dugoročna ulaganja, a nisu do kraja ostvarena sva Ustavom zajamčena prava iz područja stečenih prava prije, za vrijeme i nakon pretvorbe, zaštite zakonitog ulaganja kapitala i legitimnih očekivanja s naslova zakonitih ulaganja.

- Kompanija je sukladno Zakonu o turističkom i ostalom građevinskom zemljištu neprocijenjenom u postupku pretvorbe i privatizacije (dalje: Zakon) podnijela Republici Hrvatskoj za kamp „Park Soline“ u Biogradu na Moru, zahtjev za dodjelu koncesije na turističkom zemljištu na vrijeme od 50 godina. O predmetnom zahtjevu kompanije, zbog nejasnih odredbi Zakona do danas nije odlučeno. Prema informacijama s kojima raspolažemo, od stupanja na snagu Zakona (01.01.2011.) nije sklopljen niti jedan ugovor o koncesiji za turistička zemljišta u kampovima u Republici Hrvatskoj. Do rješenja pitanja koncesije za turističko zemljište u kampovima, kompanija pravovremeno podmiruje sve svoje obveze s osnova korištenja navedenog zemljišta u kampu.

- Kompanija je koncesionar luke nautičkog turizma Kornati u Biogradu na Moru (dalje: marina Kornati) na vrijeme od 32 godine računajući od 13. siječnja 1999.g., te je sukladno članku 22. Zakona o pomorskom dobro i morskim lukama (dalje: ZPDML) dana 17. listopada 2017.g. podnijelo Vladi Republike Hrvatske putem nadležnog Ministarstvu mora, prometa i infrastrukture Republike Hrvatske, zahtjev za izmjenom i dopunom Odluke o koncesiji i Ugovora o koncesiji odnosno za produženjem roka trajanja koncesije na vrijeme od 50 godina tj. do 2049. g. (produženje roka trajanja koncesije ako nove investicije to gospodarski opravdavaju), prije svega rukovodeći se istim ili sličnim slučajevima iz recentne hrvatske prakse gdje su temeljem zahtjeva za produženjem roka trajanja koncesije drugih društava koja se bave nautičkim turizmom i u tržišnoj su utakmici s Ilirijom d.d., istima produženi rokovi trajanja koncesije u marinama na vrijeme od 50 godina.

Naime, kompanija je vlastitim sredstvima izgradila marinu prije ishođenja koncesije, a u razdoblju od 01.01. 2000.g. do 31.12.2013.g. uložilo u istu iznos od ukupno: 41.365.161,00 kuna te u posljednjem investicijskom ciklusu u po-

Pristup predstrožnosti

Težeći svođenju mogućih rizika na okoliš na najmanju moguću mjeru kompanija primjenjuje načelo predstrožnosti na način da izbjegava sve radnje koje imaju ili bi mogle imati negativne posljedice po pitanju okoliša kako na kompaniju, lokalnu i regionalnu zajednicu u kojoj posluje i društvo u cijelini do saznanja o utjecaju navedenih radnji ili tehnologija na okoliš i društvo u cijelosti. Osim pridržavanja svih pozitivnih propisa Republike Hrvatske na području zaštite okoliša kompanija je implementirala i dodatne međunarodne standarde zaštite okoliša (ISO 14001, Plava zastava, Zeleni ključ, Sustainable hotel, Ecocamping) te usvojila i vlastitu Politiku zaštite okoliša.

morsko - građevinskom dijelu, kopnenom dijelu te ulaganja u zaštitu okoliša odnosno u lučku podgradnju i lučku nadgradnju u marini Kornati ponudilo uložiti daljnjih 45.144.206,00 kuna od čega je do sada 18.505.822,26 kuna već izvedeno temeljem ishodenih građevinskih dozvola a dodatni iznos od 26.638.383,38 kuna bi se uložio po ishodenom produženju roka trajanja koncesije. Do danas nije odlučeno o zahtjevu kompanije za produženjem roka trajanja koncesije u marini Kornati na vrijeme od ukupno 50 godina.

(III) Ekološki rizici:

- Klimatske promjene, koje značajno utječu na turističku industriju na globalnoj razini, za kompaniju također predstavljaju mogući rizik u dijelu značajnog povećanja učestalosti ekstremnih vremenskih uvjeta (oluja, orkanskih udara vjetrova itd.), jačanje njihova intenziteta i nepredvidljivosti te mogu izazvati izvanredne i nepredvidljive štete i ugroze na njeno poslovanje. Kompanija maksimalno posvećuje pažnju u prevladavanju ovakvih iznenadnih i ekstremnih klimatskih i vremenskih uvjeta kroz preventivno, tehničko-prostorno i funkcionalno organizacijsko osiguranje eliminacije u što većoj mjeri iznenadnih i neplaniranih rizika svakog karaktera.

- Ostali rizici poslovanja kao što su požari širih razmjera, epidemije zaraznih i lako prenosivih zaraznih bolesti, neplanirana zagađenja obalnog i morskog akvatorija, koja su van utjecaja kompanije, a mogu potencijalno ugroziti njenu poslovnu sigurnost, predstavljaju okolnosti o kojima kompanija vodi brigu u mjeri u kojoj može aktivno pridonijeti na što manjem utjecaju na njenu dugoročnu poslovnu održivost, no svjesno činjenice da je utjecaj kompanije ovdje sveden na mjere koje i ne mogu biti od presudnog značaja za eliminiranje svih rizika za kompaniju.

(IV) Rizici djelatnosti:

- Poslovanje kompanije ovisno je o spremnosti turista da putuju i da odmor provedu izvan svoje zemlje odnosno mjesta prebivališta. Zbog toga je gospodarska i politička sigurnost i stabilnost prvenstveno na regionalnoj razini odnosno neposrednom okruženju kompanije kao i na glavnim emitivnim tržištima hrvatskog turizma važan čimbenik kod donošenja odluka potencijalnih turista o mjestu odmora i kao takva može imati velik utjecaj na odvijanje turističke sezone u Republici Hrvatskoj.

- Pored nabrojanih i opisanih potencijalno mogućih rizika u poslovanju kompanije, držimo da je od iznimne važnosti dati sistematičan pregled i ostalih ključnih zapreka odnosno ograničenja u razvoju hrvatskog turizma općenito, pa samim time i turističkih kompanija među kojima se nalazi i Ilirija d.d.. Pregled ključnih zapreka odnosno ograničenja u razvoju i ulaganjima u hrvatski turizam:

- (I) neriješeno pitanje vlasništva i to još od vremena pretvorbe, odnosno imovinsko-pravnog,



prostorno-urbanističkog i gospodarskog korištenja i upotrebe građevinskog turističkog zemljišta u kampovima i oko hotela,

- (II) neadekvatno, odnosno neriješeno pitanje pretvorbe na pomorskom dobru odnosno stečenih prava, zakonitih ulaganja i legitimnih očekivanja na pomorskom dobru imajući posebno u vidu ugovoreno trajno pravo korištenja pomorskog dobra, dok se obavlja gospodarska djelatnost na pomorskom dobru, društava u kojima je proveden postupak pretvorbe kao što je slučaj i naše kompanije,
- (III) stopa PDV-a na usluge u turizmu i hotelijerstvu znatno viša od konkurencije, što posljedično čini hrvatski turizam manje konkurentnim, otežava i usporava daljnja investicijska ulaganja kako u izgradnju novih smještajnih kapaciteta tako i u unaprjeđenje postojeće usluge i standarda, utječe na novo zapošljavanje i plaće zaposlenih u turizmu i ugostiteljstvu,
- (IV) birokracija, administrativne barijere, učestale promijene propisa,
- (V) složena i dugotrajna procedura donošenja prostornih planova te izdavanja građevinskih i uporabnih dozvola,
- (VI) neadekvatno upravljanje prostorom od strane regionalne odnosno lokalne samouprave, i
- (VII) fiskalna i parafiskalna davanja neprilagođena sezonskom poslovanju uz česte promjene fiskalnih propisa.

Prilike u kojima kompanija prepoznaje mogućnosti za daljnji rast i razvoj:

1.

Hrvatska je na globalnoj razini prepoznata kao poželjna i sigurna turistička destinacija,

2.

diferencirana ponuda kompanije (hotelijerstvo, nautika, kamping, DMK Ilirija Travel, ugostiteljstvo, real-estate),

3.

financijska stabilnost kompanije,

4.

održivo i kontinuirano investiranje,

5.

lokacija objekata unutar destinacije (na samoj obali ili njenom neposrednom okruženju, blizina centra grada),

6.

daljni razvoj ponude i sadržaja koji omogućuju cjelogodišnje poslovanje kroz sustav destinacijskog menadžmenta,

7.

razvoj turizma posebnih interesa i složenog turističkog proizvoda

8.

dugogodišnje iskustvo i tradicija poslovanja u ugostiteljstvu i turizmu,

9.

očuvana i čista priroda i okoliš, i

10.

društveno odgovorno poslovanje.

13. Dionici

Način komunikacije sa ključnim dionicima:



Dioničari



Kupci



Gosti



Država



Lok. zajednica



Fin. institucije



Dobavljači

Ostvareni ključni ciljevi u odnosu s dioničarima

Rast
isplate dividende

8.417.962,00kn

+16,58%

Rast
tržišne kapitalizacije

482.697.600,00kn

+13,64%

Rast prosječne
cijene dionice

187,78kn

+3,18%

1. Dioničari (vlasnici) odnosno imatelji kapitala svoja prava ostvaruju kroz Glavnu skupštinu.

Kompanija održava redovnu komunikaciju sa svojim dioničarima kroz:

- održavanje Glavne skupštine – u 2019. godini održana je jedna redovna Glavna skupština,
- financijske izvještaje (kvartalni i godišnji),
- korporativne obavijesti,
- mrežne stranice kompanije,
- Godišnji izvještaj o društveno odgovornom poslovanju za 2018., objavljen u mjesecu prosincu 2019. godine

Kompanija je u poslovnoj 2019. godini ostvarila sve zacrtane poslovne ciljeve te su i ostvareni temeljni ciljevi u odnosu s dioničarima:

- ostvareni rezultati poslovanja u 2019. godini daleko su najbolji od osnutka kompanije, posebno u dijelu stjecanja poslovnih prihoda,
- rast pokazatelja poslovanja u svim ključnim turističkim sektorima kompanije (hotelijerstvo, nautika, kamping) i real-estate sektoru,
- nastavljen je kontinuirani razvoj i rast kompanije kroz povećanje vrijednosti njene imovine i rast kapitala,
- značajan investicijski ciklus s naglaskom na jačanje konkurentnosti i tržišne prepoznatljivosti kroz unaprjeđenje razine, kvalitete i standarda postojeće usluge kao i razvoj novih proizvoda i usluga.
- daljnji razvoj ponude i programa koji artikuliraju cjelogodišnje poslovanje kroz sustav destinacijske menadžment kompanije Ilirije Travel,
- prosječna cijena dionice ostvarena je u iznosu od 187,78 kuna koja je rasla za 3,18%,
- tržišna kapitalizacija ostvarena je u iznosu od 482.697.600,00 kuna, što u odnosu na prethodnu poslovnu godinu predstavlja rast od 13,64%,



127.408 broj osoba



688.301 broj noćenja



**609 događaja
(evenata)**



**54.749 osoba na
događajima**

▪ redovita godišnja isplata dividende. U 2019. godini isplaćeno je 8.417.962,00 kuna što je za 16,58% više nego prethodne godine.

2. Kupci/gosti – su središte naše usluge. Neovisno o tome radi li se o turističkim agencijama, poslovnim partnerima ili individualnim gostima, održavamo redovitu i kontinuiranu komunikaciju s našim kupcima s ciljem zadovoljstva krajnjeg korisnika pruženom uslugom. Povratna informacija naših kupaca i njihovo iskustvo pruženom uslugom za nas je iznimno važna, neovisno o tome da li je kanalizirana/dobivena kroz neposrednu komunikaciju tijekom njihova boravka u našim objektima, kroz posjete i obilaske predstavnika ključnih turističkih agencija i poslovnih partnera, kroz komunikaciju putem društvenih mreža itd., gdje nam povratna informacija služi za unapređenje usluge, ponude i sadržaja odnosno njene ukupne kvalitete.

Komunikacija sa gostima/kupcima odvijala se kroz:



redovne godišnje obilaske turističkih agencija i poslovnih partnera,



sajmove, akvizicije, business to business radionice, road-show obilaske ključnih kupaca,



anketne upitnike o zadovoljstvu uslugom,



redovitu komunikaciju sa ključnim kupcima (elektronska i usmena),



newslettere,



web stranice kompanije i društvene mreže.

Polazimo od načela da svi podaci, informacije, opisi i prikazi proizvoda i usluga u različitim oblicima marketinških komunikacija kroz oglašavanje, promidžbu i pokroviteljstva moraju biti vjerodostojni, istiniti, pravovremeni i ažurni uz neomalovažavanje konkurentskih proizvoda i usluga, zaštita privatnosti potrošača i njihovih prava, poštivanja prava potrošača i ljudskog dostojanstva.

Zadovoljstvo gostiju pratimo:

- putem tiskanih i on-line anketa gdje gosti ocjenjuju pojedine segmente ponude i sadržaja,
- praćenjem povratnih informacija gostiju i poslovnih partnera u vidu komentara, pohvala, pritužbi i prijedloga upućenih direk-



tno odjelima prodaje i marketinga te putem društvenih mreža, i

- direktnom komunikacijom s gostima tijekom njihova boravaka u objektima. Na sve zaprimljene komentare naših gostiju reagiramo odmah, odnosno najkasnije unutar 24 sata, a u ključnim turističkim sektorima (hotelijerstvu, nautici i kempingu) vrše se analize zadovoljstva kupaca s ciljem povećanja zadovoljstva gosta i unapređenja postojećih usluga i standarda, te razvoja novih proizvoda. S obzirom na specifičnost poslovanja i diferenciranost ponude turističkih sektora kompanije analiza zadovoljstva gostiju nije unificirana, već svaki sektor zasebno sukladno analizira zadovoljstvo kupaca uslugom.

Analiza zadovoljstva gostiju u sektoru hotelijerstva temelji se na analizi recenzija gostiju na online platformama te su ocijenjena su s minimalno 70 i maksimalno 82 posto ukupne ocjene odnosno s prosječnom pojedinačnom vrijednosti 73-81%. U vidu kvalitete pružene usluge, postoje oprečne pohvale i pritužbe unutar istih objekata što može biti posljedica različitih ukusa i doživljaja unutar samih objekata. Kroz segmentaciju ocjena, očituje se nešto slabija percepcija vrijednosti za novac u odnosu na druge parametre usluge.

U sektoru kampinga zadovoljstvo gostiju kompanija pratimo putem tiskanih i online anketa gdje gosti ocjenjuju uslugu kampa u sljedećim kategorijama: (I) recepcija i tehničko osoblje, (II) uređenost kampa, (III) restoran, (IV) dodatni sadržaji, te (V) odnos cijene i kvalitete usluga. Također, ankete nam služe da istražimo kojoj dobnoj skupini pripadaju gosti i način na koji su saznali za naš kamp. Navedene parametre analiziramo po kriteriju ocjenjivanja od odličan do loše. Analizom anketa je utvrđeno kako su usluge recepcije i tehničkog osoblja ocijenjene vrlo dobrim, ljubaznost recepcije s odličnom ocjenom, a čistoća i uređenost kampa s vrlo dobrim. Usluga, izbor i kvaliteta jela restorana u kampu, kao i ljubaznost osoblja, je ocijenjena kao vrlo dobra.

U nautičkom sektoru kao relevantnu analizu zadovoljstva gostiju uslugama marine uzeti su rezultati ankete Nautičke patrola Jutarnjeg lista, u 32 marine duž cijele jadranske obale. Anketa obuhvaća sedam područja:

- (I) ljubaznost osoblja,
- (II) urednost i čistoća marine,
- (III) urednost i funkcionalnost toaletnog prostora,
- (IV) ugostiteljske usluge,
- (V) sport i rekreacija,
- (VI) zabavni sadržaji i
- (VII) osjećaj ugone.

Najveću ocjenu Marina Kornati dobila je za ljubaznost i stručnost osoblja, dok je u kategorijama urednost i čistoća marine i urednost i funkcionalnost toaletnog prostora iznad prosjeka ostalih marina.

279

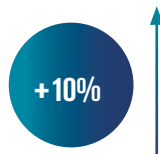
zaposlenika na
dan 31.12.2019.



367

zaposlenika na
bazi sata rada

**Rast troška
bruto plaća**



**Niti jedan radni spor od
privatizacije do 31.12.2019.**



**Članstva u poslovnim
i stručnim udruženjima**



**Sustav korporativne
filantropije (sponzorstva
i donacije)**



**Razvojem destinacijskog
menadžmenta -
doprinosi razvoju
destinacije**



3. Zaposlenici – polazeći do toga da su zaposlenici centar uspjeha svakog poslovnog sustava i nositelji cjelokupnog poslovnog procesa, kompanija je veliku pažnju usmjerila na: (I) upravljanje, (II) planiranje i (III) razvoj kadrova, omogućavajući zaposlenicima osobni i profesionalni razvoj. Društvo je u 2019. godini značajan broj aktivnosti posvetilo upravo razvoju ljudskih potencijala kroz Akademiju poslovne izvrsnosti – ILIRIJA EDUKA visokog i srednjeg menadžmenta u odjelima prodaje i marketinga i hrane i pića.

Pored edukacije na vlastitoj akademiji kompanija je omogućila i dodatne edukacije (vanjske i in-house) zaposlenicima drugih odjela i korporativnih službi te i u 2018. godini Društvo je sustavno vodilo brigu o poboljšanju materijalnog položaja zaposlenika i ostalih njihovih prava. U 2019. godini trošak bruto plaća rastao je za 10% u odnosu na 2018. godinu, odnosno za 20% u usporedbi s 2017. godinom. Također, Društvo svjesno nije posezalo za radnom snagom iz inozemstva, već je zapošljavalo isključivo lokalne, kvalificirane zaposlenike.

Komunikacija sa zaposlenicima odvijala se kroz:

- redovne dnevne, tjedne i mjesečne sastanke kao i sastanke organizirane po potrebi na operativnoj razini poslovanja,
- mjesečne Kolegije Uprave i menadžmenta,
- godišnje okupljanje,
- obavijesti putem elektroničke pošte,
- obavijesti putem oglasne ploče, i
- društvene mreže.

4.-5. Država i lokalna zajednica – poslovni sustav Ilirije temelji se na tome da vlastitim rastom i razvojem doprinosi gospodarskom razvoju zajednice u kojoj posluje, regionalnom, lokalnom i nacionalnom razvoju, i turizmu kao jednom od ključnih gospodarskih grana u skladu sa svojim načelima poslovanja i djelovanja. Ilirija je vodeći gospodarski subjekt na lokalnoj razini, jedna od tri vodeće kompanije na području regije i 15 vodećih turističkih kompanija u Republici Hrvatskoj. Stvaranjem novih vrijednosti, odnosno proizvoda i usluga, otvaranjem novih radnih mjesta i zapošljavanjem lokalnog stanovništva doprinosi aktivnom razvoju turizma kao jednoj od ključnih industrija u Republici Hrvatskoj, uz poštivanje zakonskih propisa i kodeksa poslovanja.

Ilirija je aktivna je članica turističkih zajednica na nacionalnoj, regionalnoj i lokalnim razinama, unutar kojih potiče, inicira, organizira ili aktivno podupire brojne projekte od važnosti za razvoj turističke ponude destinacije. Kroz sustav korporativne filantropije, bilo kroz donacije ili sponzorstva, odgovara na individualne potrebe i podupire projekte od šireg interesa za zajednicu.

**Pravovremena objava
cjelovitih, transparentnih
i kompletnih financijskih
izvještaja**



U 2019. godini komunikacija sa državnom i lokalnom zajednicom odvijala se kroz:

- članstva u poslovnim i stručnim udruženjima, sustavima turističkih zajednica na lokalnoj, regionalnoj razini i nacionalnoj razini,
- korporativnom filantropijom,
- sudjelovanje u zakonodavnim inicijativama, samostalno te preko poslovnih i stručnih udruženja,
- sudjelovanje na konferencijama i predavanjima,
- objavama i priopćenjima, i
- Godišnji izvještaj o društveno odgovornom poslovanju za 2018.

6. Financijske institucije – Ilirija je i u 2019. godini nastavila s kontinuiranim procesom unaprjeđenja sustava izvještavanja s naglaskom na transparentnost, sveobuhvatnost, cjelovitost i pravovremenost objave svih ključnih financijskih i operativnih pokazatelja poslovanja te korporativnih obavijesti i akcija. Kao dioničko društvo, Ilirija je izlistana na tržištu kapitala, odnosno Zagrebačkoj burzi sa svojim dionicima, posebice dioničarima i financijskim institucijama te komunikaciju zasniva na pravovremenom, cjelovitom i istinitom prikazivanju poslovanja kompanije i njenim aktivnostima. Dionici kompanije koji uključuju poslovnu banku i leasing društvo s kojima Ilirija ostvaruje dugogodišnji odnos temeljen na međusobnom povjerenju i suradnji u svrhu njenog dugoročno odgovornog i održivog razvoja i rasta u interesu svih njenih dionika.

**Međusobno
povjerenje i suradnja**



7. Dobavljači – značajni dionici kompanije koji svojim uslugama i proizvodima doprinose poslovanju Društva, odnosno utječu na ukupnu kvalitetu usluge i stvaranje dodatne vrijednosti, a posljedično time povećavaju doživljaj za našeg krajnjeg korisnika – gosta.

Odnos s dobavljačima temelji se na gotovo dnevnoj komunikaciji na razini svih ključnih službi kompanije s ciljem međusobnog unaprjeđenja i povećanja kvalitete radnih procesa, razmjene znanja i iskustva, praćenja standarda turističke industrije, uključivanje većeg broja dobavljača iz lokalne zajednice i održavanju strateških odnosa s ključnim dobavljačima.

Komunikacija sa dobavljačima u 2019. godini odvijala se kroz:

- redovnu komunikaciju (usmenu i pisanu),
- ugovore,
- međusobne posjete, i
- razmjena znanja



III. Ekonomske teme

1. Upravljanje ekonomskim aspektom poslovanja

Ekonomska održivost je temeljni stup društveno odgovornog poslovanja za Iliriju kao poslovnu zajednicu koji utječe na ostvarenje planiranih rezultata poslovanja, a kroz njihovu realizaciju i na ostale aktivnosti kompanije čije granice utjecaja u prvom redu se događaju na lokalnoj i regionalnoj razini odnosno u mjestima u kojima obavljamo djelatnost i nacionalnoj razni obzirom na ukupni doprinos razvoju hrvatske turističke industrije.

Upravljanje ekonomskim aspektima poslovanja kompanija provodi na način da na godišnjoj razini usvaja Poslovni plan, odnosno budžet na razini kompanije i svakog sektora odnosno profitnog centra pojedinačno, objedinjene od strane Odjela računovodstva i financija, odnosno Službe za kontroling, plan i analizu, koji je izrađen nastavno na temeljne financijske ciljevima kompanije za narednu poslovnu godinu. Poslovni plan, odnosno budžet i izvješća o poslovanju donosi Uprava koji pružaju istinit i pošten pregled stanja u kompaniji, kao i njegove rezultate poslovanja i novčane tokove dok ih Nadzorni odbor utvrđuje, a Glavna skupština prima na znanje.

U 2019. godini nastavljeno je sa procesom unapređivanja sustava izvještavanja kojim je omogućeno pravovremeno i kvalitetno praćenje i analiziranje postignutih rezultata poslovanja kao i izrada kvalitetnih prognoza i poslovnih planova tijekom cijele poslovne godine, posebno u dijelu izvještavanja o postignutim operativnim rezultatima poslovanja. Sve navedeno je stvorilo temelje za efikasnije i racionalnije upravljanje cjelokupnim poslovnim procesom, unaprijedilo i ubrzalo cjelokupan proces izvještavanja na svim razinama posebno u operativnom dijelu poslovanja kompanije.

2. Rezultati poslovanja u 2019. godini

Podaci koji se odnose na poglavlje Ekonomske teme preuzeti su iz Godišnjeg izvještaja o poslovanju za 2019. godinu javno objavljenog na Zagrebačkoj burzi, HANFA-i i na web stranici kompanije <http://www.ilirijabiograd.com/> dana 29. travnja 2020. godine. Ilirija d.d. nije obveznik izrade konsolidiranih financijskih izvještaja.

Kompanija je u 2019. godini zadržala kontinuirani rast poslovanja posebno sa aspekta stjecanja prihoda na razini svih njenih sektora uz pokazatelje uspješnosti poslovanja koji su očekivano manji s obzirom na okolnosti u kojima se odvijala poslovna godina (izazovna, zahtjevna i otežana prodaja u turističkom sektoru kompanije, odgođen booking i prodaja kroz last minute rezervacije uz nedostatak kvalificiranih sezonskih zaposlenika). Ostvarena je ravnoteža i održivost poslovnog sustava među njenim ključnim dionicima i uz odgovorno i održivo investiranje značajno su rasle poslovne aktivnosti u pred i posezoni. Osiguran je kontinuirani rast poslovanja uz daljnje jačanje tržišne prepoznatljivosti i konkurentnosti na domaćem i međunarodnom turističkom tržištu.

Osnovna obilježja poslovne 2019. godine:

1.

na razini svih sektora kompanije ostvaren rast poslovnih prihoda,

2.

u ključnim turističkim sektorima ostvareni do sada najbolji operativni i financijski rezultati poslovanja (nautika, hotelijerstvo i DMK Ilirija Travel),

3.

posebno ističemo najbolju odnosno rekordnu poslovnu godinu nautičkog sektora koji je zaključno sa trećim kvartalom 2019. godine ostvario prihode veće od planiranih Poslovnim planom,

4.

razvoj cjelogodišnjeg poslovanja u turističkim sektorima kroz realizaciju značajnih poslovnih aktivnosti u pred i posezoni kroz sustav DMK Ilirije Travel,

5.

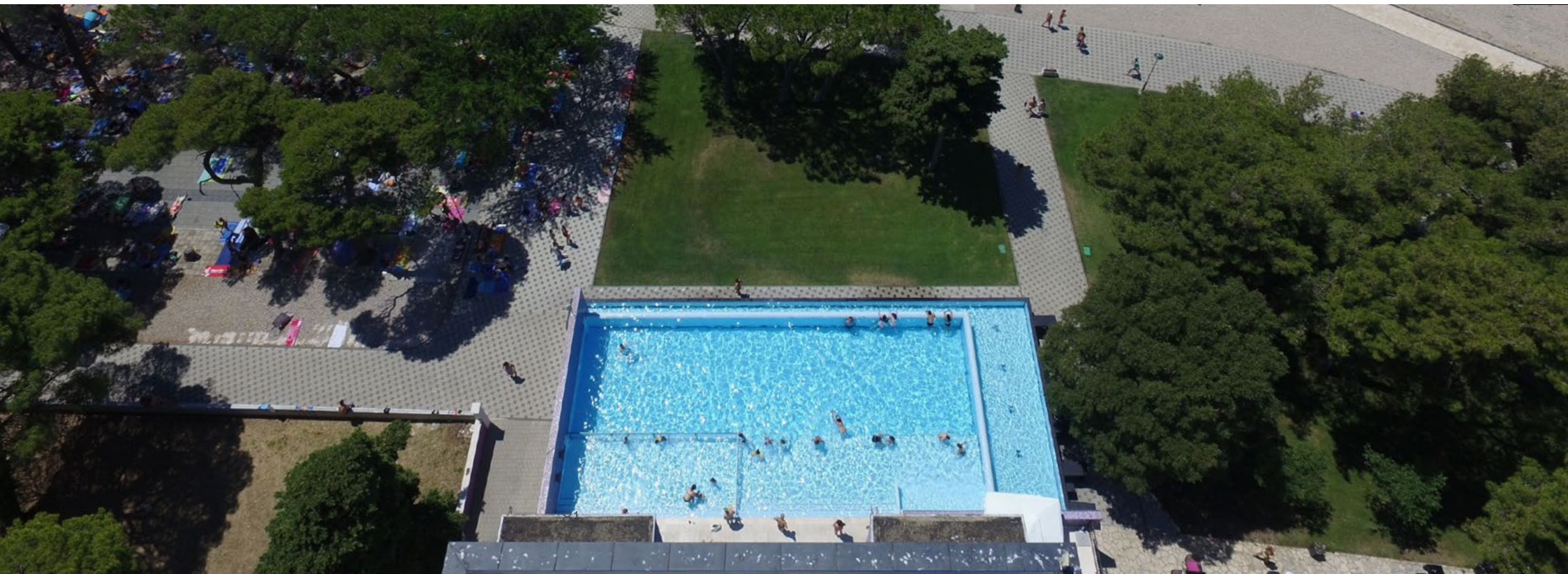
ciljana i kontinuirana politika upravljanja kadrovima u dijelu poboljšanja njihova materijalnog položaja, angažiranja isključivo domaćih odnosno lokalnih zaposlenika, razvoj kadrova i duže zadržavanje u radnom odnosu sezonskih zaposlenika, i

6.

nastavak investicijskih ulaganja u razvoj nove ponude te daljnje podizanje kvalitete sadržaja i usluga

Fizički rezultati poslovanja u 2019. godini

U turističkom sektoru kompanije poslovna godina u pojedinim periodima (glavna sezona) bila je izazovna i zahtjevna, posebno u dijelu prodaje sektora hotelijerstva i kampinga. Nautički sektor, unatoč navedenim okolnostima karakterističnim za cijelu turističku industriju na nacionalnoj razini, ostvario je do sada daleko najbolje kako fizičke tako i financijske rezultate poslovanja, odnosno rekordnu poslovnu godinu. Također, značajan je iskorak napravljen u dijelu razvoja cjelogodišnjeg poslovanja gdje je kompanija u pred i posezoni kroz destinacijsku menadžment kompaniju Iliriju Travel realizirala 609 zasebnih događaja (+9%) za 54.749 osoba.



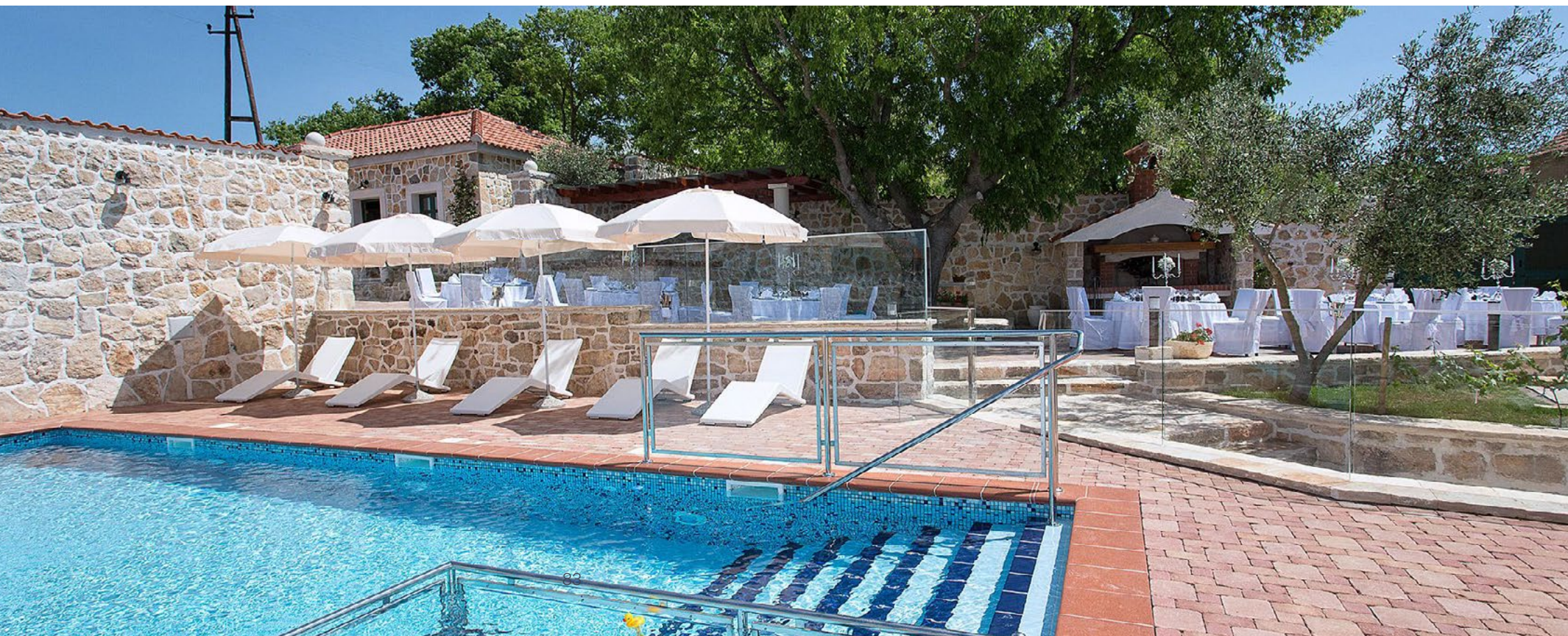
Pregled ključnih fizičkih pokazatelja poslovanja u 2019.

Fizički pokazatelji	2019.	2018.	Indeks 2019./2018.
Hotelijerstvo			
Broj smještajnih jedinica	443	443	100,00
Noćenja turista	146.815	144.745	101,43
Dani popunjenosti	165	165	100,00
Godišnja zauzetost	45,30%	45,12%	100,40
Nautika			
Broj vezova	805	805	100,00
Ugovorna plovila	740	741	99,87
Tranzitni vez, noćenje plovila	11.227	10.639	105,53
Tranzitni vez, uplovljavanje plovila	3.418	3.263	104,75
Lučki servis - broj operacija	3.688	3.682	100,16
Dani rada	365	365	100,00
Kamping			
Broj smještajnih jedinica	1.220	1.220	100,00
Dani rada	275	224	122,77
Dani popunjenosti	149,72	125,15	119,63
Mobilne kućice	94,45	104,44	90,43
Individualci	45,36	48,81	92,93
Fiksni zakup	275,00	224,00	122,77
Paušal	275,00	224,00	122,77
Zauzetost	54,44%	55,87%	97,44
Mobilne kućice	34,35%	46,63%	73,67
Individualci	16,49%	21,79%	75,68
Fiksni zakup	100,00%	100,00%	100,00
Paušal	100,00%	100,00%	100,00
Noćenja turista	290.487	302.845	95,92

*Kamp "Park Soline" u 2019. godini bio je otvoren 275 dana, dok je u 2018. godini bio otvoren 224 dana. Obzirom na navedeno kao i činjenicu da računamo 100% popunjenost odnosno prodaju u tržišnim segmentima, paušal i fiksni zakup, isto je rezultiralo izvedenim rastom dana popunjenosti u odnosu na 2018. godinu

**Pregled ključnih pokazatelja poslovanja u
2019. godini**

Fizički pokazatelji	2019.	2018.	Indeks 2019./2018.
Ilirija Travel			
Broj događaja	609	561	108,56
Broj osoba (događaji)	54.749	58.023	94,36
Real-estate			
Broj zakupaca	37	36	102,78
Zajednički troškovi	36	34	105,88
Korištenje zajedničkih dijelova	21	24	87,50
Zakup oglasnih prostora	8	8	100,00
Parkirna mjesta u garaži	410	410	100,00
Iznajmljena površina (m ²)	9.897,60	9.897,60	100,00
Broj vozila u garaži	763.982	667.753	114,41

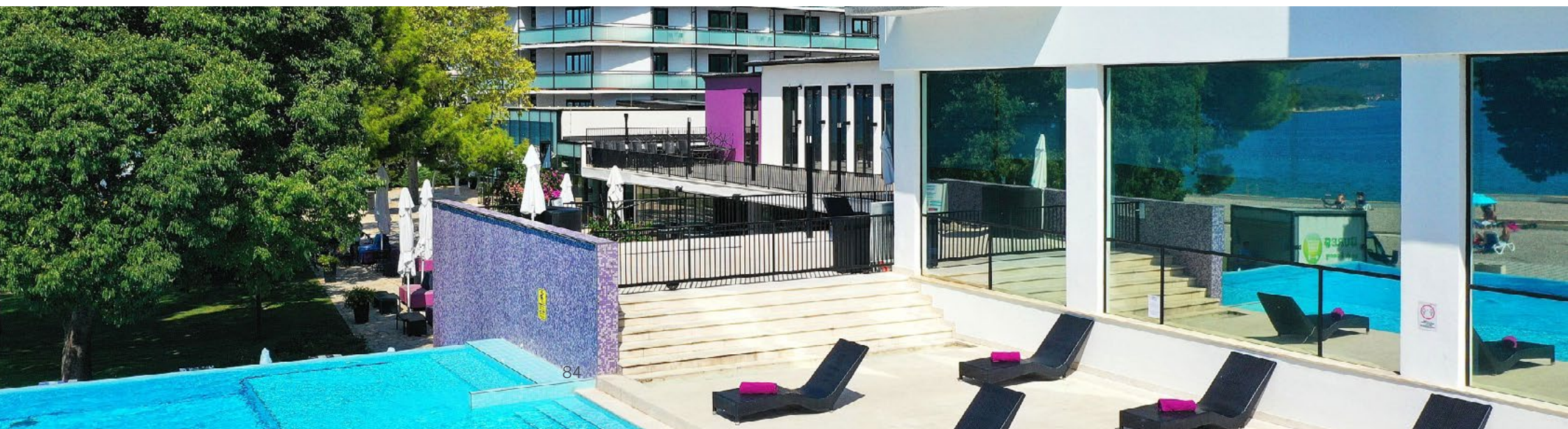




Hotelierstvo je unatoč zahtjevnoj i izazovnoj sezoni ostvarilo do sada daleko najbolje ključne fizičke i financijske rezultate poslovanja. Realizirano je 146.815 noćenja, odnosno 1% više, dok su dolasci na razini 2018. godine uz zadržavanje popunjenosti na 165 dana i zauzetost kapaciteta od 45,30%. Uz takav fizički promet ostvaren je 5% bolji financijski rezultat odnosno poslovni prihodi realizirani su u iznosu od 55.822.975,50 kuna o odnosu na 52.991.935,51 kuna realiziranih 2018. godine. Rezultat je to navedenog uvećanja noćenja za 1% i uvećanja cijena od 4%. Prosječna cijena noćenja povećana je sa 366,11 na 380,23 kuna, odnosno sa 49,38 na 51,27 EUR-a. Time je prihod po prodanoj sobi uvećan na 102,75 EUR-a u odnosu na lanjskih 97,98 EUR-a.

U prodajnim kanalima najizrazitije promjene vezane su za 13% uvećanje individualnih gostiju odnosno 15% uvećanje fiksnog zakupa, blaže ali 3% uvećanje prodaje grupama uz istovremeno smanjenje alotmanskog plasmana za 6,5%. U grupnom segmentu stavljen je naglasak na poslovne grupe, što je rezultiralo uvećanjem prosječne popunjenosti uz dodatne efekte plasmana usluga. To je došlo do izražaja u značajnom 50% rastu prihoda destinacijske menadžment kompanije Ilirije Travel korištenjem dodatnih usluga i ponude s dodatnom vrijednošću.

U strukturi gostiju nije došlo do bitnih promjena, a top pet tržišta hotelskog sektora su slijedeća: (I) Hrvatska sa udjelom od 19%, (II) Njemačka 14%, (III-IV) Slovenija i Austrija sa udjelom od 10%, i Slovačka sa udjelom od 6% u ukupnimnoćenjima. Najizrazitija promjena vezana je uz značajno 25% uvećanja domaćih noćenja čime je hrvatsko tržište doseglo 19,31% udjela u svim noćenjima. Uz značajniji rast noćenja sa domaćeg tržišta ostvareni rezultati sektora hotelierstva posljedica su značajnije popune predsezone kongresnim, seminarskim, team-building programima grupa vezanim uz domaće tvrtke i agencije.



Ključni tržišni i financijski pokazatelji hotelijerstva

Poslovni prihod

59.784.757,62kn

+4,69%

TRevPAR

134.954,31kn

+4,69%

ADR

675,59kn

+4,16%

HOTELIJERSTVO - TRŽIŠNI POKAZATELJI	2019.	2018.	Indeks 2019./ 2018.
Prosječna ostvarena cijena smještajne jedinice (ADR)*	675,59 kn	648,59 kn	4,16%
Prihod pansiona po smještajnoj jedinici (RevPAR) na bazi 365 dana**	306,07 kn	292,61 kn	4,60%
Prihod pansiona po smještajnoj jedinici (RevPAR) na bazi dana otvorenosti**	486,98 kn	498,43 kn	-2,30%
HOTELIJERSTVO - FINACIJSKI POKAZATELJI			
Poslovni prihodi	59.784.757,62 kn	57.104.655,63 kn	4,69%
Prihodi od pansiona	49.489.726,53 kn	47.314.357,08 kn	4,60%
TRevPAR ***	134.954,31 kn	128.904,41 kn	4,69%
Operativni troškovi poslovanja ****	39.698.470,55 kn	36.841.201,16 kn	7,76%
GOP *****	20.086.287,07 kn	20.263.454,47 kn	-0,87%
GOP po smještajnoj jedinici	45.341,51 kn	45.741,43 kn	-0,87%
GOP marža *****	33,6%	35,5%	-5,32%
Kapitalna ulaganja	4.981.655,88 kn	14.448.259,16 kn	-65,52%

Napomena: Hotelijerstvo Ilirije d.d. uključuje hotele (Ilirija, Kornati, Adriatic i Villa Donat) i izdvojene profitne centre koji posluju unutar sektora hotelijerstva Lavender bar, Aquatic centar i Tenis centar „Ilirija“.

*ADR - Prosječna ostvarena cijena smještajne jedinice izračunata je na temelju prihoda pansiona (prihod smještaja i hrane i pića pansiona).

** RevPAR - Prihod pansiona po smještajnoj jedinici uključuje prihod pansiona (prihod smještaja i hrane i pića pansiona) podijeljen sa brojem raspoloživih smještajnih jedinica u datom razdoblju (365 dana; broj dana otvorenosti).

*** TRevPAR (ukupni godišnji prihod po smještajnoj jedinici) označava ukupni poslovni prihod hotelijerstva podijeljen sa brojem fizičkih smještajnih jedinica.

**** Operativni troškovi poslovanja uključuju troškove sirovina i materijala, troškove usluga, bruto plaće i ostale troškove poslovanja, a ne uključuju amortizaciju, financijske rashode i izvanredne rashode.

***** GOP označava bruto operativnu dobit hotelijerstva prije alokacije troškova zajedničkih službi, te se izračunava na sljedeći način: poslovni prihodi - poslovni rashodi (prije alokacije, bez amortizacije i fiksnih troškova).

***** GOP marža se izračunava stavljanjem u odnos iznosa GOP-a prije alokacije troškova zajedničkih službi i poslovnog prihoda.



Nautiku čine tri poslovne jedinice (Marina Kornati, nautički sajam i restoran „Marina Kornati“. Kvalitetnom organizacijom poslovnih procesa, dobrim planiranjem i osluškivanjem nautičkog tržišta i u poslovnoj godini 2019. nastavljen je kontinuirani rast i razvoj nautičkog sektora odnosno ostvarena je rekordna poslovna godina.

Nautički sektor u svim svojim poslovnim jedinicama ostvario je rast poslovnih prihoda u rasponu od 3% do 20% odnosno poslovni prihodi nautičkog sektora u dijelu usluga smještaja plovila (Marina Kornati) rasli su za 4% i realizirani su u iznosu od 40.880.637,12 kuna. U poslovnoj jedinici nautički sajam (Biograd Boat Show) prihodi su rasli za 20,34% i ostvareni su u iznosu od 3.877.991,31 kuna dok su u dijelu usluga ugostiteljstva ostvareni prihodi od 3.851.911,21 kuna s rastom od 3%. Na razini cijelog sektora ostvaren je prihod u iznosu od 48.610.539,64 kuna što je rast od 5% odnosu na prethodnu poslovnu godinu.

U daleko najznačajnijem segmentu nautičkog setora, Marini Kornati koja generira čak 88% ukupnih prihoda sektora, do sada najbolji operativni i financijski rezultati poslovanja rezultat su stalne reorganizacije kako luke tako i servisnog djela marine što vodi maksimalnoj iskorištenosti vezova, politike cijena odnosno njihovog rasta za usluge smještaja plovila, potom optimizacija smještaja plovila i rasta broja većih plovila u ugovornom vezu.



Ključni tržišni i financijski pokazatelji nautike

Poslovni prihod

48.610.539,64kn

+5,17%

Poslovni prihod
po vezu

60.835,75kn

+5,17%

GOP po vezu

33.840,12kn

+5,46%

NAUTIKA	2019.	2018.	Indeks 2019./2018.
Poslovni prihodi	48.610.539,64 kn	46.219.397,68 kn	5,17%
Poslovni prihodi po vezu	60.385,76 kn	57.415,40 kn	5,17%
Operativni troškovi poslovanja *	21.369.246,63 kn	20.387.353,51 kn	4,82%
GOP **	27.241.293,01 kn	25.832.044,17 kn	5,46%
GOP po vezu	33.840,12 kn	32.089,50 kn	5,46%
GOP marža ***	56,0%	55,9%	0,27%
Kapitalna ulaganja	1.441.883,06 kn	3.323.681,04 kn	-56,62%

* Operativni troškovi poslovanja uključuju troškove sirovina i materijala, troškove usluga, bruto plaće i ostale troškove poslovanja, a ne uključuju amortizaciju, financijske rashode i izvanredne rashode.

**GOP označava bruto operativnu dobit hotelijerstva prije alokacije troškova zajedničkih službi, te se izračunava na sljedeći način: poslovni prihodi - poslovni rashodi (prije alokacije, bez amortizacije i fiksnih troškova).

*** GOP marža se izračunava stavljanjem u odnos iznosa GOP-a prije alokacije troškova zajedničkih službi i poslovnog prihoda.

*Nautiku čine tri poslovne jedinice: Marina Kornati, Nautički sajam (Biograd Boat Show) i restoran "Marina Kornati".





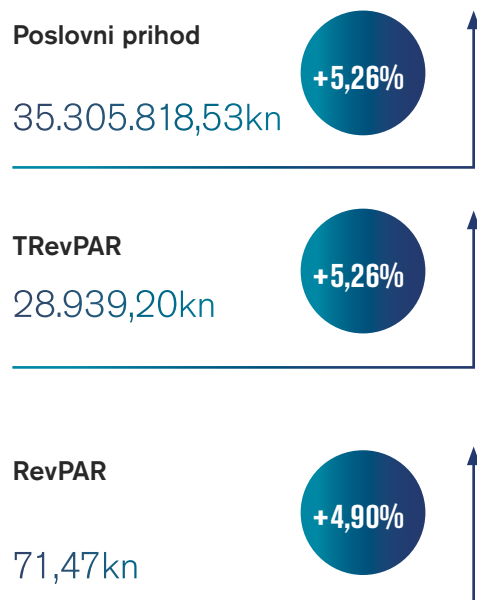
Za **kamping sektor** na nacionalnoj razini, a posljedično time u i kamping sektoru kompanije, 2019. bila je iznimno izazovna poslovna godina kao posljedica nepovoljnih najava bookinga početkom godine, otvaranja turističkih tržišta na istočnom Mediteranu, vremenskih prilika odnosno kišnog mjeseca svibnja, izostanka gostiju sa ključnih emitivnih tržišta kamping turizma i pada prometa u srpnju uz izražene last minute rezervacije.

Kamping sektor, kojeg čine kamp „Park Soline“ i istoimeni restoran, ostvario je 35.305.818,53 kuna poslovnog prihoda u 2019. godini, što je za 5,26% više u odnosu na prethodnu godinu kao posljedica porasta prihoda kod paušalnih gostiju (stopa rasta 25%), porast prihoda kod vlastitih mobilnih kućica (stopa rasta 5%) dok je u isto vrijeme porastao i prihod restorana za 8,43%. Rast prihoda unatoč manjim operativnim rezultatima poslovanja rezultat je investicijskih ulaganja u nove mobilne kućice, potom kvalitetu objekata, usluga i sadržaja kampa, rasta zakupa paušalnih parcela za smještaj mobilnih kućica i optimiziranja cijena.

U strukturi ostvarenih noćenja među pet vodećih emitivnih tržišta nalazi se: (I) slovensko tržište sa udjelom od 25% noćenja, (II) češko tržište sa 19%, (III) njemačko tržište sa 14% noćenja, (IV) hrvatsko tržište sa 10% i (V) nizozemsko tržište sa 6% noćenja.



Ključni tržišni i financijski pokazatelji kampinga



KAMP "PARK SOLINE" - TRŽIŠNI POKAZATELJI	2019.	2018.	2019./2018.
Prosječna ostvarena cijena kamp jedinice (ADR) *	174,24 kn	198,72 kn	-12,32%
Prihod smještaja po kamp jedinici (RevPAR) na bazi 365 dana **	71,47 kn	68,14 kn	4,90%
Prihod smještaja po kamp jedinici (RevPAR) na bazi dana otvorenosti **	94,86 kn	111,03 kn	-14,56%
KAMPING UKUPNO - FINANCIJSKI POKAZATELJI			
Poslovni prihodi	35.305.818,53 kn	33.542.041,42 kn	5,26%
TRevPAR ***	28.939,20 kn	27.493,48 kn	5,26%
Operativni troškovi poslovanja ****	18.534.768,73 kn	15.970.871,05 kn	16,05%
GOP *****	16.771.049,80 kn	17.571.170,37 kn	-4,55%
GOP po smještajnoj jedinici	13.746,76 kn	14.402,60 kn	-4,55%
GOP marža *****	47,5%	52,4%	-9,32%
Kapitalna ulaganja	14.745.262,56 kn	16.035.642,84 kn	-8,05%

*ADR - Prosječna ostvarena cijena kamp jedinice izračunata je na temelju prihoda od smještaja u kampu i broja prodanih kamp jedinica.

** RevPAR - Prihod smještaja po kamp jedinici predstavlja prihod od smještaja podijeljen sa brojem raspoloživih kamp jedinica u datom razdoblju (365 dana; broj dana otvorenosti).

*** TRevPAR - Ukupni prihod po kamp jedinici označava ukupni poslovni prihod kampinga (odnosno kampa) podijeljen sa brojem fizičkih kamp jedinica.

**** Operativni troškovi poslovanja uključuju troškove sirovina i materijala, troškove usluga, bruto plaće i ostale troškove poslovanja, a ne uključuju amortizaciju, financijske rashode i izvanredne rashode.

*****GOP (eng. Gross Operating Profit) označava bruto operativnu dobit kampinga / kampa / restorana prije alokacije troškova zajedničkih službi, te se izračunava na sljedeći način: poslovni prihodi - poslovni rashodi (prije alokacije, bez amortizacije i fiksnih troškova).

***** GOP marža se izračunava stavljanjem u odnos iznosa GOP-a kampinga /kampa / restorana prije alokacije troškova zajedničkih službi i poslovnog prihoda.



Broj
događaja

609

+9%

Poslovni
prihodi

11.037.358,48kn

+21%

Destinacijska menadžment kompanija/DMK Ilirija Travel predstavlja komplementaran i integriran turistički proizvod svih usluga i sadržaja u turističkom i ugostiteljskom sektoru kompanije s ciljem razvoja cjelogodišnjeg poslovanja, udovoljava potrebama suvremene turističke potražnje, uključuje proizvode i programe s dodanom vrijednošću koji počivaju na stvaranju doživljaja i udovoljavanju nizu posebnih interesa. Temeljna svrha ovih programa aktiviranje je sadržaja pred i posezonskog turizma, kao i sadržajni boravak gostiju, dakle dijelom u funkciji korištenje osnovnih kapaciteta kompanije, a dijelom zasebnih proizvoda van samih njenih objekata.

Među najznačajnijim okosnicama nuđenja i provedbe posebnih programa i proizvoda realiziranih kroz DMK Iliriju Travel jest poslovanje u vlastitim dodatnim kapacitetima kao što su Arsenal u Zadru, event brod „Nada“, difuzni hotel Ražnjevića dvori, kompleks Ville Primorje, uz vozila i plovila, izletničku ponudu, kapacitete sportskih i event prostora unutar kompanije. Svi ovi segmenti bilježe uvećanje prihoda u 2019. godini. Najveći rast prihoda od događanja bilježe event brod „Nada“, kroz pružanje usluga za druge kompanije i na području drugih hrvatskih županija (Istarska, Primorsko-goranska, Splitsko-dalmatinska, Šibensko-kninska), i hotelski objekti kompanije.

U 2019. godini kroz 609 pojedinačnih događanja, počevši od jednostavnijih događaja, izleta, do posebnih programa, insentiva, evenata, konferencija, kongresa, vjenčanja, izleta, regata i sl., organiziranih većinom u pred i posezoni, pružena je usluga za 54.749 osoba čime je broj događaja povećan za 9%, a broj osoba smanjen za 6% u odnosu na 2018. godinu (561 događanja, 58.023 osoba). Posljedično organiziranju novih događaja s dodatnom vrijednošću ovogodišnji je prihod uvećan za 16% odnosno 21%, uključujući i prihode realizirane i u ostalim profitnim centrima, u usporedbi s prošlom godinom te iznosi 11.037.358,48 kuna



Realizirana poslovna događanja u 2019. godini

Razdoblje	Ostvareno u 2019.			Ostvareno u 2018.	Indeks 2019/2018
	Broj događaja	Broj osoba	Prihod		
Siječanj	1	80	6.688,00 kn	914,50 kn	731
Veljača	10	3.659	427.558,55 kn	876.828,17 kn	49
Ožujak	16	5.446	488.936,34 kn	411.921,46 kn	119
Travanj	33	4.785	1.025.690,53 kn	630.022,53 kn	163
Svibanj	79	7.813	1.636.129,45 kn	1.131.813,84 kn	145
Lipanj	84	3.547	1.255.856,73 kn	827.980,14 kn	152
Srpanj	92	2.318	647.275,29 kn	864.684,76 kn	75
Kolovoz	99	2.937	607.552,88 kn	722.650,46 kn	84
Rujan	95	6.434	2.128.492,38 kn	879.535,89 kn	242
Listopad	29	5.041	1.027.287,78 kn	932.444,92 kn	110
Studen	7	2.902	413.569,95 kn	621.708,04 kn	67
Prosinac	64	9.787	1.372.320,60 kn	1.204.600,04 kn	114
UKUPNO	609	54.749	11.037.358,48 kn	9.105.104,75 kn	121



Real estate sektor, odnosno Poslovno-trgovački centar City Galleria, nastavio je sa kontinuiranim rastom poslovanja i u 2019. godini kao rezultat rasta ključnih tržišnih pokazatelja u navedenom razdoblju. Bruto površina centra sastoji se od površine podzemne garaže koja iznosi 10.863,50 m², ukupne neto iznajmljive površine poslovnih prostora od 9.897,60m², uvećane komercijalnom aktivacijom trećeg kata centra, te komunikacija, tehničkih i zajedničkih prostora. Komercijalna popunjenost centra na dan 31.12.2019. godine iznosi 99,77% svih kapaciteta sa aktivnih 37 ugovora o zakupu poslovnih prostora, sklopljenih sa lokalnim, nacionalnim i internacionalnim zakupnicima, za poslovne prostore čiji raspon veličina varira od 9,8m² do 1.836m².

Ukupni poslovni prihodi ostvareni su u iznosu od 14.255.205,21 HRK, i to najvećim dijelom kroz davanje u zakup poslovnih prostora, te zatim kroz obračun zajedničkih troškova zakupnicima, davanje u zakup i korištenje dijela zajedničkih prostora centra, naplatu parkiranja i zakup oglasnih prostora. U navedenom periodu 65,95% poslovnih prihoda, odnosno 9.401.885,85 kuna ostvareno je od obračuna zakupnina poslovnih prostora. Prosječna ostvarena zakupnina po metru kvadratnom poslovnog prostora na godišnjoj razini iznosi 952,08 HRK, odnosno 79,34 HRK po metru kvadratnom mjesečno.

Kompanija provodi aktivnu politiku dovođenja novih zakupnika, posebno onih koji još nisu prisutni na području Zadarske županije, čineći ponudu centra tržišno konkurentnijom, te surađuje sa postojećim zakupnicima unutar centra na povećanju obujma poslovanja i podizanju kvalitete usluge.



Pregled ključnih tržišnih i finacijskih pokazatelja poslovanja u 2019.



CITY GALLERIA - TRŽIŠNI POKAZATELJI	2019.	2018.	Indeks 2019./2018.
FINANCIJSKI REZULTATI:			
Prosječna ostvarena mjesečna zakupnina po m ² poslovnog prostora (AMR) *	79,34 kn	81,30 kn	-2,41%
Prosječna ostvarena godišnja zakupnina po m ² poslovnog prostora	952,08 kn	975,60 kn	-2,41%
Prosječni godišnji prihod garaže po parkirnom mjestu **	2.148,90 kn	1.835,06 kn	17,10%
POSLOVNI PROMET			
Poslovni prostori - broj aktivnih ugovora	37	36	2,78%
Zajednički troškovi - broj aktivnih ugovora	36	34	5,88%
Zajednički dijelovi centra - broj aktivnih ugovora	21	24	-12,50%
Oglasni prostori - broj aktivnih ugovora	8	8	0,00%
Garaža - broj parkirnih mjesta	410	410	0,00%
Garaža - godišnji promet vozila	763.982	667.753	14,41%
CITY GALLERIA - FINANCIJSKI POKAZATELJI			
Poslovni prihodi	14.255.205,21 kn	14.167.392,27 kn	0,62%
Operativni troškovi poslovanja ***	6.068.418,99 kn	6.006.657,57 kn	1,03%
GOP ****	8.186.786,22 kn	8.160.734,70 kn	0,32%
GOP marža *****	57,4%	57,6%	-0,30%
Kapitalna ulaganja	407.143,91 kn	451.734,04 kn	-9,87%

* AMR - Average Monthly Rent - Prosječna ostvarena mjesečna cijena m² poslovnog prostora izračunata je na temelju prihoda od zakupnina poslovnih prostora i neto raspoložive površine aktivnih prostora.

** Prosječan prihod garaže po parkirnom mjestu predstavlja godišnji prihod garaže podijeljen sa brojem raspoloživih parkirnih mjesta u datom razdoblju (365 dana; broj dana otvorenosti).

*** Operativni troškovi poslovanja uključuju troškove sirovina i materijala, troškove usluga, bruto plaće i ostale troškove poslovanja, a ne uključuju amortizaciju, financijske rashode i izvanredne rashode.

**** GOP (eng. Gross Operating Profit) označava bruto operativnu dobit real estate sektora prije alokacije troškova zajedničkih službi, te se izračunava na sljedeći način: poslovni prihodi - poslovni rashodi (prije alokacije, bez amortizacije i fiksnih troškova).

***** GOP marža se izračunava stavljanjem u odnos iznosa GOP-a real estate sektora prije alokacije troškova zajedničkih službi i poslovnog prihoda.

Financijski rezultati poslovanja u 2019. godini

Poslovna godina 2019. za u dijelu stjecanja poslovnih prihoda daleko je najbolja na razini svih sektora čime je nastavljen kontinuirani rast poslovanja s aspekta stjecanja prihoda. Ukupni prihodi iznose 167.797.556,86 kuna i ostvarili su rast od 4,19% u odnosu na 2018. godinu kao rezultat rasta poslovnih prihoda odnosno prihoda od prodaje. Poslovni prihodi za iznose 167.711.919,32 kuna u odnosu na prethodnu poslovnu godinu ostvarili su rast od 5,16% kao rezultat rasta realizacije na domaćem i stranom tržištu.

Kompanija je kao odgovoran poslovni subjekt u izazovnoj poslovnoj godini rast poslovnih prihoda odnosno novostvorenu vrijednost usmjerila je stvaranje dodane vrijednosti za svoje ključne dioničke skupine (kupce – goste, zaposlenike i dioničare) kroz:

1.

razvoj novih proizvoda i usluga tj. razvoj cjelogodišnjeg poslovanja posljedično i znatno jačanje

2.

poboljšanje materijalnog položaja svojih zaposlenika i zapošljavanje lokalnog kvalificiranog osoblja, i

3.

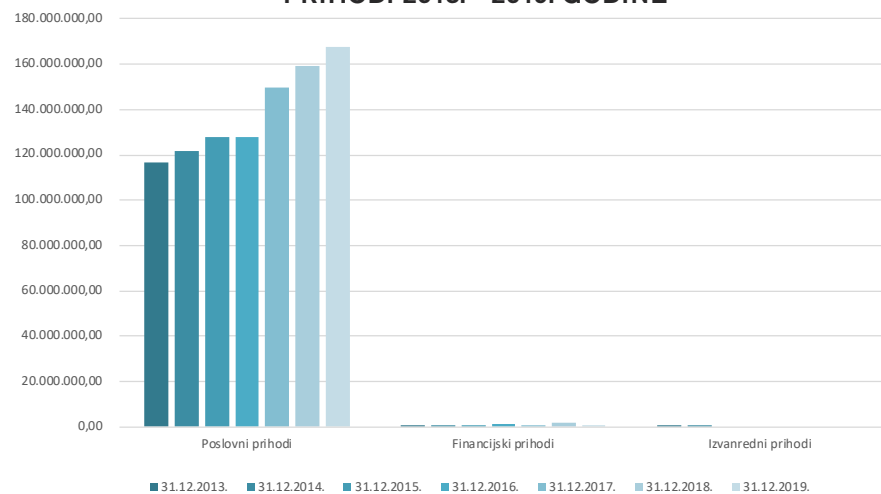
kontinuiranu isplatu dividende za nje-ne dioničare.

Slijedom navedenog, ključni pokazatelji profitabilnosti poslovanja (operativna dobit, EBITDA, EBIT i dobit) u odnosu na 2018. godinu su manji iz razloga rasta poslovnih rashoda gdje je u apsolutnom iznosu najveći rast rashoda generirao trošak bruto plaća i ostali troškovi vezani za zaposlenje. Rastom poslovnih Prihoda kompanija je generirala novostvorenu vrijednost, koju je neizvjesnoj i izazovnoj poslovnoj godini sa aspekta prodaje i osiguranje kvalitetne domaće (lokalne) radne snage, svjesno i ciljano preraspodijelila u trošak bruto plaća i ostale troškove odnosno naknade zaposlenja čime su posljedično ostvareni rezultati poslovanja u dijelu pokazatelja profitabilnosti i očekivani.

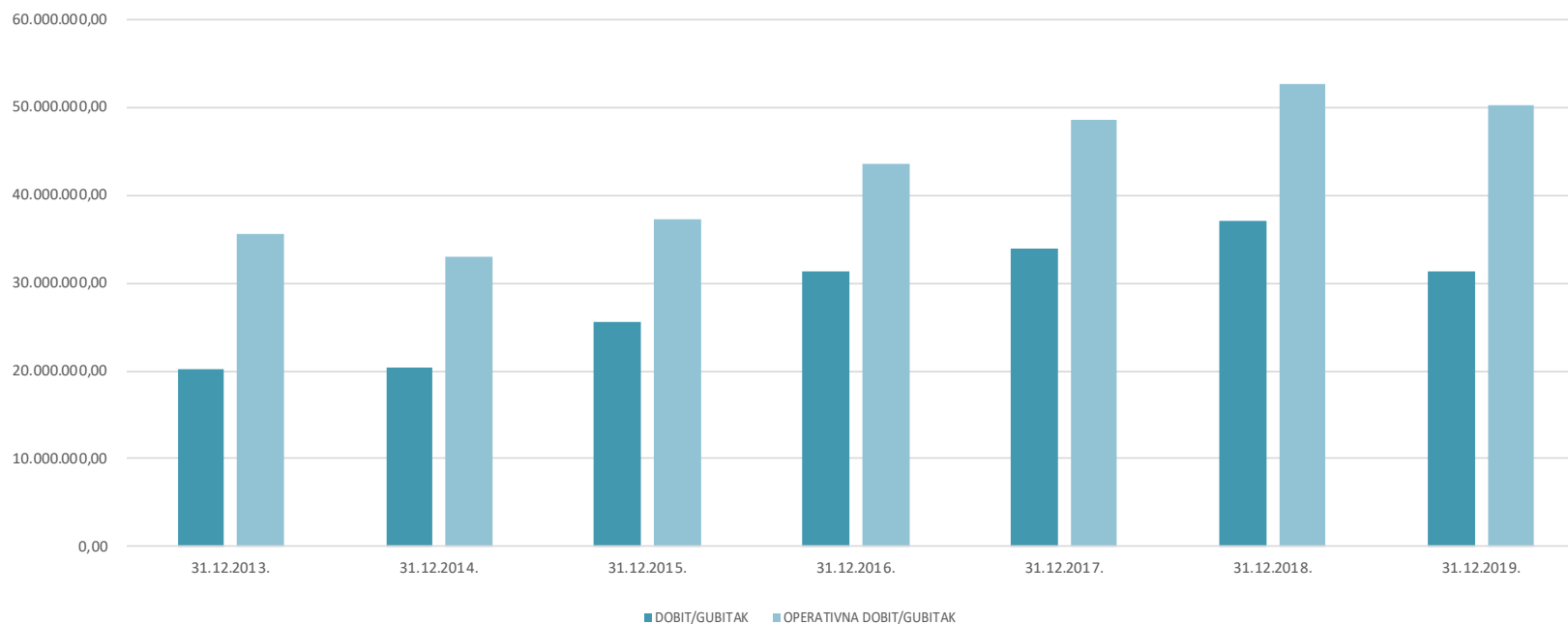
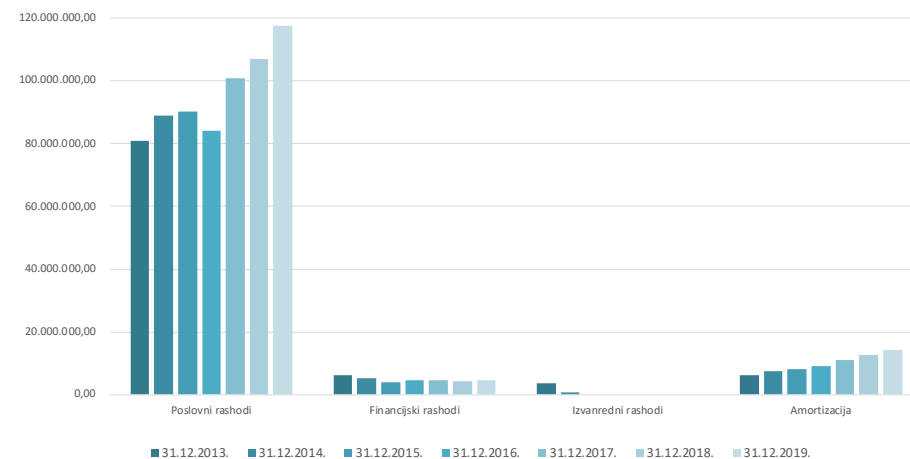
Pregled financijskih rezultata poslovanja za 2019. godinu i usporedba sa razdobljem od 2013. do 2018. godine

O p i s	31.12.2013.	31.12.2014.	31.12.2015.	31.12.2016.	31.12.2017.	31.12.2018.	31.12.2019.	Indeks 2019./2018.
Poslovni prihodi	116.431.304,58	121.792.647,35	127.662.219,39	127.591.140,20	149.515.545,23	159.490.115,09	167.711.919,32	105,16
Financijski prihodi	272.620,92	136.259,45	484.269,24	1.427.867,11	961.132,18	1.558.764,96	85.637,54	5,49
Izvanredni prihodi	616.481,19	944.845,32	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	#DIV/0!
UKUPNO PRIHODI	117.320.406,69	122.873.752,12	128.146.488,63	129.019.007,31	150.476.677,41	161.048.880,05	167.797.556,86	104,19
Poslovni rashodi	80.774.385,77	88.837.309,12	90.379.281,57	83.991.877,85	100.879.406,31	106.832.625,88	117.487.302,65	109,97
Financijski rashodi	6.333.307,89	5.355.803,37	4.030.686,50	4.774.080,17	4.564.585,65	4.384.189,54	4.596.906,56	104,85
Izvanredni rashodi	3.698.321,67	825.305,72	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	#DIV/0!
Amortizacija	6.385.207,46	7.470.218,79	8.225.981,02	9.012.252,49	11.146.900,91	12.796.897,41	14.379.433,99	112,37
UKUPNO RASHODI	97.191.222,79	102.488.637,00	102.635.949,09	97.778.210,51	116.590.892,87	124.013.712,83	136.463.643,20	110,04
DOBIT/GUBITAK	20.129.183,90	20.385.115,12	25.510.539,54	31.240.796,80	33.885.784,54	37.035.167,22	31.333.913,66	84,61
OPERATIVNA DOBIT/ GUBITAK	35.656.918,81	32.955.338,23	37.282.937,82	43.599.262,35	48.636.138,92	52.657.489,21	50.224.616,67	95,38
EBITDA	32.847.699,25	33.211.137,28	37.767.207,06	45.027.129,46	49.597.271,10	54.216.254,17	50.310.254,21	92,80

PRIHODI 2013. - 2019. GODINE



RASHODI 2013. - 2019. GODINE



FINANCIJSKO POSLOVANJE
sustav izvještavanja prema USALI standardima
01.01.2019.-31.12.2019.

Ilirija d.d. ukupno (nakon alokacije-preraspodjele zajedničkih prihoda i zajedničkih troškova)

Stavke	Godišnji kumulativ ostvarenja 2017.	Godišnji kumulativ ostvarenja 2018.	Godišnji kumulativ ostvarenja 2019.	Index 2019./2018.
UKUPAN NETO PRIHOD (operativni)	146.515.367,92	154.730.525,93	162.572.725,53	105,07
Ukupni direktni troškovi	11.961.883,77	12.125.059,28	13.074.369,96	107,83
Ukupna plaća i troškovi rada	24.297.162,99	26.803.096,21	29.948.241,60	111,73
Ukupni ostali odjelni troškovi	10.881.499,85	11.971.394,44	14.261.204,73	119,13
UKUPNI DOPRINOS	99.374.821,31	103.830.976,00	105.288.909,24	101,40
Ukupni troškovi do GOP-a	88.724.947,11	95.914.637,37	103.939.195,48	108,37
GOP	57.790.420,81	58.815.888,56	58.633.530,05	99,69
Sveukupni neto prihodi	150.476.677,41	161.048.880,05	167.797.556,86	104,19
Sveukupni troškovi	116.590.892,87	124.013.712,83	136.463.643,20	110,04
DOBIT PRIJE OPOREZIVANJA	33.885.784,54	37.035.167,22	31.333.913,66	84,61
Porez na dobit	6.099.441,22	0,00	0,00	#DIV/0!
NETO DOBIT	27.786.343,32	37.035.167,22	31.333.913,66	84,61
EBITDA	49.597.271,10	54.216.254,17	50.310.254,21	92,80
EBIT	38.450.370,19	41.419.356,76	35.930.820,22	86,75

Prihodi po djelatnostima:



Prihodi od hotelijerstva iznose 59.784.752,62 kuna i veći su za 5% u odnosu na prethodnu poslovnu godinu, a rezultat su: (I) rasta ključnih fizičkih rezultata poslovanja, odnosno noćenja i ostvarenja do sada daleko najboljih operativnih rezultata, (II) rasta realizacije prihoda na domaćem tržištu za 7% i (III) rasta prihoda po sobi uz zadržavanje dana popunjenosti na razini prethodne godine što držimo uspješnim s obzirom na zahtjevnu i izazovnu poslovnu godinu.



Prihodi od nautike iznose 48.610.539,64 kuna i veći su za 5,17% kao rezultat rasta prihoda u svim poslovnim jedinicama nautičkog sektora uz ostvarenje daleko najboljih operativnih rezultata poslovanja uz rast i pokazatelja profitabilnosti čime su ovo do sada najbolji poslovni rezultati nautike. U dijelu usluge smještaja plovila rast prihoda od 4% rezultat je rasta prihoda ugovornog i dnevnog veza, koji su u apsolutnom iznosu najviše pridonijeli rastu prihoda nautičkog sektora sa udjelom od 70,40% ili 1.614.538,89 kuna u ukupnom rastu prihoda nautičkog sektora, (II) rasta prihoda od nautičkog sajma za 20,34% i (III) prihoda od ugostiteljstva koji su rasli za 3%.



Prihodi od kampinga iznose 35.305.818,53 kuna, što je za 5,26% više u odnosu na prethodnu godinu. Ostvaren je porast prihoda kod paušalnih gostiju (stopa rasta 25%), porast prihoda kod vlastitih mobilnih kućica (stopa rasta 5%), dok je u isto vrijeme porastao i prihod restorana za 8,43%.



Prihodi od real-estate sektora odnosno Poslovno-trgovačkog centra City Galleria iznose 14.255.205,21 kuna i veći su za 1% unatoč izostanku izvanredne stavke prihoda realizirane u istom razdoblju prethodne poslovne godine.



Prihodi od ostalih djelatnosti odnosno ostalih sektora i profitnih centara uključujući Iliriju Travel odnosno Arsenal, event brod „Nadu“, agroturizam, Villu Primorje i ugostiteljstva, ostvareni su u iznosu 9.755.538,32 kuna i veći su za 15,36% iz razloga rasta prihoda realiziranih kroz destinacijsku menadžment kompaniju Iliriju Travel odnosno organizaciju 609 zasebnih događanja realiziranih u pred i posezoni posebice u objektima Arsenal i event brod Nada, a ujedno su i rezultat razvoja proizvoda i usluga koji pridonose razvoju cjelogodišnjih poslovnih aktivnosti.



SVEUKUPNO: Poslovni prihodi po djelatnostima iznose 167.711.919,32 kuna i ostvarili su rast od 5,16% u odnosu na 2018. godinu.

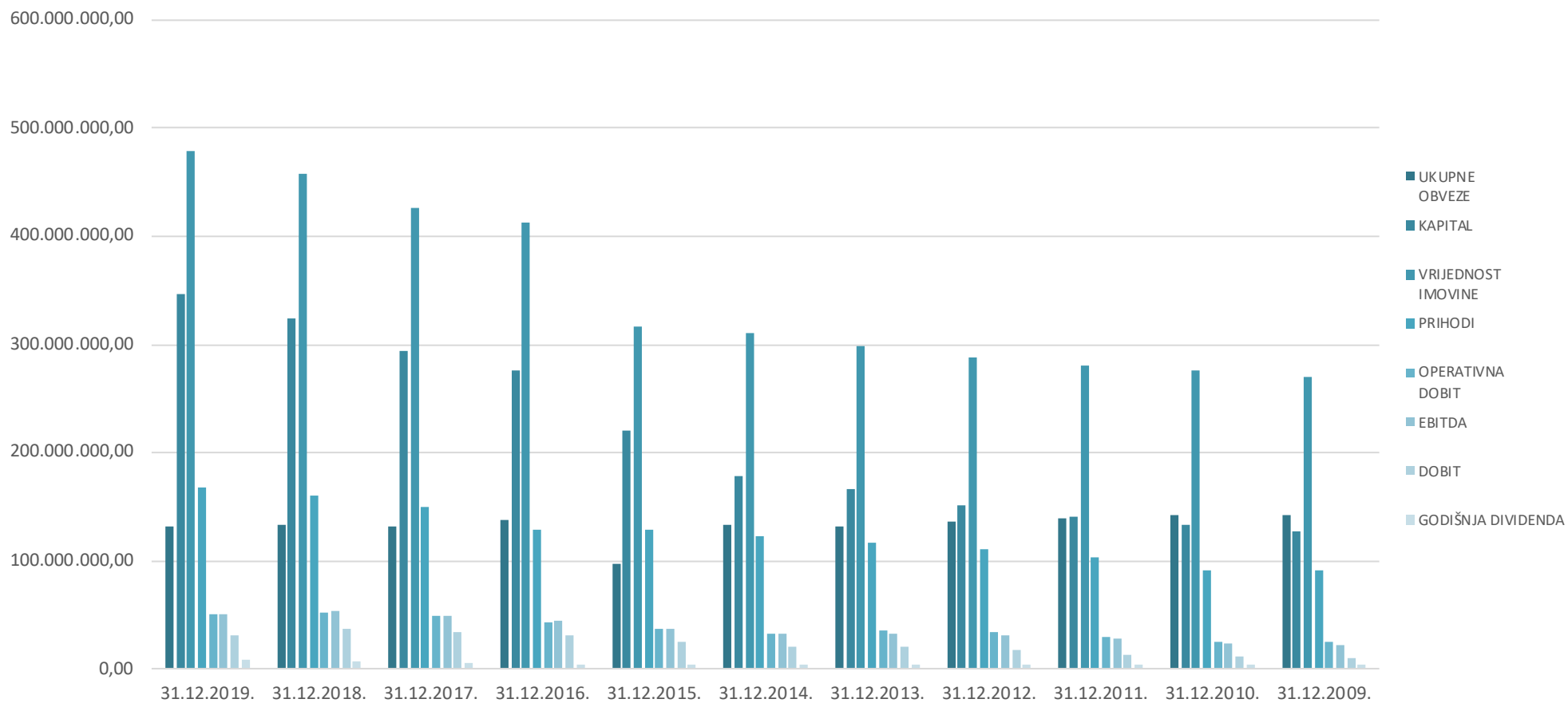
Pored kontinuiranog rasta poslovnih prihoda ostvaren je kontinuirani rast pokazatelja o stanju imovine i kapitala, što smatramo izuzetnim uspjehom obzirom na okolnosti poslovanja turističkih kompanija na nacionalnoj razini. Vrijednost imovine iznosi 485.278.090,92 kuna i rasla je za 22.886.179,97 kunu ili za 4,95% u odnosu prethodnu poslovnu godinu kad je iznosila 462.391.910,95 kuna. Kapital je rastao za 6,91% ili za 22.407.961,30 kuna odnosno s iznosa 324.375.413,08 kuna, koliko je iznosio u 2018. godini, na iznos od 346.783.374,38 kuna. Kompanija je nastavila kontinuiranu politiku isplate dividende. U 2019. godini isplaćeno je 8,4 milijuna kuna dividende dioničarima što je za 16,58% više u odnosu prethodno isplaćenu dividendu.

KUMULATIVNI USPOREDNI PREGLED

temeljnih rezultata poslovanja i pokazatelja o stanju imovine, kapitala i obveza kompanije na dan 31.12.2019. godine i za razdoblje 2009.-2019. godine

GODINA	UKUPNE OBVEZE	KAPITAL	VRIJEDNOST IMOVINE	PRIHOD	OPERATIVNA DOBIT	EBITDA	DOBIT	ISPLAĆENA DIVIDENDA
1	2	3	4	5	6	7	8	9
31.12.2019.	138.494.716,54	346.783.374,38	485.278.090,92	167.797.556,86	50.224.616,67	50.310.254,21	31.333.913,66	8.417.962,00
31.12.2018.	138.016.497,87	324.375.413,08	462.391.910,95	161.048.880,05	52.657.489,21	54.216.254,17	37.035.167,22	7.221.240,00
31.12.2017.	131.841.078,15	294.216.184,59	426.057.262,74	150.476.677,41	48.636.138,92	49.597.271,10	33.885.784,54	6.016.540,00
31.12.2016.	137.502.260,55	275.683.907,98	413.186.168,53	129.019.007,31	43.599.262,35	45.027.129,46	31.240.796,80	4.937.148,00
31.12.2015.	96.706.510,04	220.353.306,88	317.059.816,92	128.146.488,63	37.282.937,82	37.767.207,06	25.510.539,54	3.740.790,00
31.12.2014.	133.053.616,64	177.858.715,67	310.912.332,31	122.873.752,12	32.955.338,23	33.211.137,28	20.385.115,12	3.740.790,00
31.12.2013.	131.195.062,79	166.861.394,25	298.056.457,04	117.320.406,69	35.656.918,81	32.847.699,25	20.129.183,90	3.740.790,00
31.12.2012.	136.546.285,85	151.895.416,40	288.441.702,25	111.134.832,70	33.826.442,35	31.157.639,71	18.255.129,12	3.740.790,00
31.12.2011.	139.927.300,98	140.262.242,54	280.189.543,52	103.735.228,95	30.013.975,99	28.030.097,35	13.249.683,38	3.740.790,00
31.12.2010.	142.308.155,23	133.202.459,64	275.510.614,87	91.364.944,55	25.112.703,16	24.378.316,58	11.512.758,85	3.740.790,00
31.12.2009.	141.990.022,14	127.844.800,85	269.834.822,99	90.832.774,16	25.001.384,39	21.827.113,57	10.818.589,83	3.740.790,00

Grafički prikaz temeljnih rezultata poslovanja i pokazatelja o stanju imovine, kapitala i obaveza kompanije na dan 31.12.2019. i za razdoblje od 2009.-2019.



Financijski pokazatelji poslovanja u 2019. i 2018. godini

Kompanija je u 2019. godini ostvarila uspješno i stabilno poslovanje, iako su pokazatelji uspješnosti poslovanja u usporedbi s 2018. godinom, pod utjecajem zaoštrenih uvjeta poslovanja na nešto nižoj razini. Vlastiti izvori sredstava financiranja čine 71,46% ukupnih izvora sredstava (kapital i rezerve) u odnosu na 70,15% u 2018. godini, dok tuđi izvori financiranja zaključno sa 31.12.2019. godine imaju udio od 28,54% u odnosu na prethodnu poslovnu godinu kad su iznosili 29,85%.

Pokazatelj	2018.	2019.	Indeks 2019./2018.	
Pokazatelji financijske stabilnosti, likvidnosti i zaduženosti				
Stupanj samofinanciranja	70,15%	71,46%	1,019	Udjel vlastitog kapitala u ukupnim izvorima sredstava.
Stupanj zaduženosti	29,85%	28,54%	0,956	Udjel zaduženja u ukupnim izvorima sredstava.
Koeficijent financijske stabilnosti	1,03	1,01	0,986	Odnos dugotrajne imovine i dugoročnih izvora (kapital i rezerve uvećane za dugoročne obveze).
Koeficijent ubrzane likvidnosti	0,59	0,80	1,361	Odnos kratkotrajne imovine umanjene za zalihe i kratkoročnih obveza.
Koeficijent tekuće likvidnosti	0,66	0,85	1,290	Odnos kratkotrajne imovine i kratkoročnih obveza.
Pokazatelji aktivnosti				
Koeficijent obrtaja ukupne imovine	0,35	0,35	0,993	Odnos ukupnih prihoda i ukupne imovine, pokazuje koliko se puta u godini obrne raspoloživa imovina da bi se ostvarili ukupni prihodi.
Koeficijent obrtaja kratkotrajne imovine	7,07	4,93	0,698	Odnos ukupnih prihoda i kratkotrajne imovine, pokazuje koliko se puta u godini pri ostvarivanju ukupnih prihoda obrne raspoloživa kratkotrajna imovina.
Pokazatelji uspješnosti poslovanja				
Ekonomičnost	1,30	1,23	0,947	Odnos ukupnih prihoda i ukupnih rashoda.
Profitabilnost	23,00%	18,67%	0,812	Odnos neto dobiti/gubitka i ukupnih prihoda.
Rentabilnost	8,01%	6,46%	0,806	Godišnja stopa povrata uložene imovine, iskazuje odnos neto dobiti/gubitka i ukupne imovine.
Udjel EBITDA u ukupnom prihodu	33,66%	29,98%	0,891	Odnos zbroja dobiti prije oporezivanja, amortizacije i financijskih rashoda prema ukupnom prihodu.
Udjel EBIT-a u ukupnom prihodu	25,72%	21,41%	0,833	Odnos zbroja dobiti prije oporezivanja i financijskih rashoda prema ukupnom prihodu.

Struktura sredstava i izvora sredstava u bilanci 31.12.2019. godine

Bilančna pozicija kompanije na kraju izvještajnog razdoblja ukazuje na stabilan i ojačan financijski položaj iskazan kroz daljnji rast imovine, smanjenje dugoročnih obveza i povećanu sposobnost samofinanciranja. U 2019. godini iz poslovnih aktivnosti osigurano je 96,19% priljeva novca dok je tek 3,31% priljeva osigurano putem banaka. Navedeni pokazatelji su ujedno i jedni od najznačajnijih pokazatelja u poslovanju za 2019. godinu posebno kad se analizira ukupna dugoročna i održiva gospodarska i financijska stabilnost kompanije.

Ujedno ovakvim standardnim financijskim pokazateljima kompanija ostvaruje visok i održiv stupanj financijske stabilnosti mjereno kroz odnos strukture sredstava i izvora sredstava.

Pokazatelj	2018.godina	2019.godina	Indeks 2019/2018
Udio dugotrajne imovine u aktivi	95,07	92,99	97,81
Udio kratkotrajne imovine u aktivi	4,93	7,01	142,19
Udio kapitala i rezervi u pasivi	70,15	71,46	101,87
Udio dugoročnih obveza u pasivi	22,35	20,28	90,74
Udio kratkoročnih obveza u pasivi	7,07	7,88	111,46
Udio poslovnog prihoda u kapitalu i rezervama	49,17	48,36	98,35
Udio poslovnog prihoda u dugoročnim obvezama	154,30	170,46	110,47
Udio poslovnog prihoda u ukupnim obvezama	115,56	121,10	104,79
Udio poslovnog prihoda u pasivi	34,49	34,56	100,20

Ostvareno je 167.797.556,86 kuna izravno stvorene ekonomske vrijednosti, generirane kroz rast prihode od prodaje, što je konačnici doprinjelo njenom rastu rast za 4,19% odnosno za **6.748.676,81 kuna**. U istom razdoblju rasla je po stopi od 5,93% i distribuirana ekonomska vijednost realizirana u u iznosu od 131.769.473,18 kuna koja odražava temeljni cilj kompanije u 2019. godini - postizanje uravnoteženosti i dugoročne održivosti interesa svih njenih ključnih dioničkih skupina.

Opis	2016.	2017.	2018.	2019.	Indeks 2019./2018.
Izravno stvorena ekonomska vrijednost	129.019.007,31	150.476.677,41	161.048.880,05	167.797.556,86	104,19
Prihodi od prodaje	127.591.140,20	149.515.545,23	159.490.115,09	167.711.919,32	105,16
Ostali prihodi	1.427.867,11	961.132,18	1.558.764,96	85.637,54	5,49
Distribuirana ekonomska vrijednost	89.493.785,39	113.026.346,47	124.392.181,44	131.769.473,18	105,93
Troškovi poslovanja	53.240.286,75	64.756.352,99	67.755.034,47	74.579.735,50	110,07
Plaće i beneficije zaposlenika	30.545.745,80	35.357.395,00	38.700.915,13	42.380.521,92	109,51
Plaćanje davateljima kapitala	4.937.148,00	6.016.540,00	7.211.240,00	8.417.962,00	116,73
Plaćanja državi	564.749,54	6.646.839,96	10.338.315,56	5.864.208,53	56,72
Ulaganja u zajednicu	205.855,30	249.218,52	376.676,28	527.045,23	139,92
Zadržana ekonomska vrijednost	39.525.221,92	37.450.330,94	36.656.698,61	36.028.083,68	98,29

3. Neizravni utjecaji kompanije i zajednica

Neizravni ekonomski utjecaji kompanije u 2019. godini očituju se u nekoliko područja:

1.

- u kadrovskoj politici koja polazi od zapošljavanja domaćeg stanovništva iz lokalne i regionalne zajednice odnosno iz grada Biograda na Moru, okolnih općina te ostalih mjesta sa područja Zadarske županije. Od ukupnog broja zaposlenika na dan 31.12.2019. njih 41% dolazi iz grada Biograda na Moru dok zaposlenici iz ostalih mjesta Zadarske županije čine 58% zaposlenika. Sveukupno sa područja šire regije odnosno Zadarske županije dolazi 99% zaposlenih, a preostali 1% dolazi iz drugih dijelova Republike Hrvatske. Važno je za naglasiti da je poslovna 2019. godina bila posebno izazovna za hrvatski turizam upravo sa aspekta zapošljavanja odnosno nedostatka sezonskih zaposlenika stoga je posebno značajan doprinos kompanija kad se uzme u obzir činjenica da su gotovi svi zaposlenici iz lokalne odnosno regionalne zajednice, a zaposlenici iz drugih zemalja nisu bili u radnom odnosu.

2.

- u odnosu sa dobavljačima ostvarena je poslovna suradnja sa sveukupno 985 dobavljača, čak 93,10% su dobavljači iz Republike Hrvatske s kojima ostvarujemo 95,34% ukupnog prometa čime potičemo nacionalnu ekonomiju i gospodarstvo s posebnim naglaskom na poticanje ekonomije lokalne zajednice.

3.

- u razvoj destinacije kroz razvoj sadržaja, programa i ponuda realiziranih putem destinacijske menadžment kompanije Ilirije Travel koji imaju za cilj cjelogodišnje poslovanje u turističkim sektorima kompanije, a posljedično i time razvoj ponude destinacije s posebnim naglaskom na ponudu u pred i posezoni.

4.

- samo kroz sustav DMK Ilirije Travel kompanija je organizirala 609 pojedinačnih događaja, većinom u pred i posezoni, pružajući uslugu za 54.749 osoba. Kroz razvoj cjelogodišnje turističke ponude kompanija potiče razvoj održivog i odgovornog turizma koji neće biti isključivo vezan za period glavne sezone (lipanj-kolovoz) čime se raste-rećuje glavna sezona, smanjuje infrastrukturna opterećenost destinacije i doprinosimo očuvanja prirodnih resursa. Ovim kompanija doprinosi ravnomjernom razvoju ponude destinacije, njenoj prepoznatljivosti i profiranosti iz destinacije „sunca i mora“, koja u kratkom periodu generira značajan fizički promet odnosno broj gostiju, u destinaciju sa cjelogodišnjom turističkom ponudom i sadržajima.

5.

- kao najveći poslovni sustav u svom sjedištu i jedan od tri najveće turističke kompanije na području šire zadarske regije, a ujedno i destinaciji u kojoj je smještena većina naših turističkih kapaciteta u dijelu pružanje usluge smještaja, razvojem vlastite ponude i sadržaja, ostvarenim dolascima i noćenjima, neposredno potičemo i

6.

generiramo razvoj turističke ponude grada, doprinosimo prepoznatljivosti i konkurentnosti destinacije, generiramo povećanu turističku potrošnju ostalih gospodarskih subjekata prvenstveno u gradu Biogradu na Moru a potom i ostalim destinacijama u kojima poslujemo.

- ulaganje u unaprijeđenje usluga i standarda u ustanova od značaja za širu zajednicu s posebnim naglaskom na zdravstvene ustanve poput Opće bolnice Zadra kroz doprinos nabavci uređaja za potrebe Odjela na neurokirurgiju, unaprijeđenje usluge u ordinacijama opće medicine u gradu Biogradu na Moru i Općini Pakoštane, te opremanje kuhinje vrtića „Maruškica“ u Općini Škabrnja.

Zajednica

Odnos sa zajednicom koja uključuje lokalnu zajednicu (mjestu u kojima kompanija djeluje), potom regionalnu zajednicu (obuhvaća područje šire regije odnosno Zadarske županije) i nacionalnu zajednicu (obuhvaća područje matične države) predstavlja materijalnu temu za kompaniju obzirom da svojim u prvom redu poslovnim aktivnostima koje su temelje za njene društvene aktivnosti odnosno svojim sveukupnim aktivnostima istovremeno doprinosi ne samo razvoju kompanije već i razvoju zajednice kroz:

1.

- doprinos razvoju gospodarstva kroz društveno-ekonomske učinke poslovanja uključujući:
 - aktivnu politiku zapošljavanja domaćeg stanovništva,
 - aktivnosti na pozicioniranje i prepoznatljivosti destinacija,
 - fiskalne doprinose kompanije kroz fiskalna i parafiskalna davanja poput poreza i doprinosa, komunalne i slične naknade, zakupnine i koncesije, boravišne pristojbe i ostale doprinose udruženjima.

2.

- doprinos razvoju, prepoznatljivosti i promociju turističke ponude destinacije i hrvatskog turizma. U ključnim turističkim destinacijama kompanije, Biograd na Moru i Sv. Filip i Jakov, kompanija drži preko 2/3 organizirane turističke ponude i kapaciteta visoke kategorije. U nautičkom sektoru u Marini Kornati ostavreno je 83% svih charter noćenja u Biogradu na Moru odnosno 34% u Zadarskoj županiji, kamp „Park Soline“ sektor realizirao je 81% svih kamping noćenja u Biogradu na Moru odnosno 13% dok je sektora hotelijerstva kompanije realizirao 52% svih noćenja ostvarenih u hoteleskom smještaju u destinaciji Biograd na Moru odnosno 10% na razini Zadarske županije.

3.

Samo u 2019. godini kompanija je predstavila sve segmente svoje ponude i ponude destinacije, od hotelijerstva, nautike, kampinga i destinacijske menadžment kompanije Ilirije Travel, sudjelovanjem na 36 sajмова (općih i specijaliziranih), radionica, kongresnih burzi, studijskih putovanja itd. na ključnim turističkim emitivnim tržištima, bilo samostalno ili u organizaciji s Hrvatskom turističkom zajednicom, Turističkom zajednicom Zadarske županije i Zadarskom županijom.

- razvoj cjelogodišnjeg poslovanja kroz sustav destinacijske menadžment kompanije kroz koji smo na razini destinacije organizirali 609 događaja, sa sveukupno 54.749 osoba uglavnom realiziranih u pred i posezoni kojim je kompanija produžila poslovne aktivnosti svojih turističkih sektora, a posljedično i destinacija, s ciljem razvoja cjelogodišnje turističke ponude,

4.

- razvoj događaja u vlastitoj organizaciji koji izravno doprinose razvoju destinacije među kojim posebno izdvajamo:

- organizaciju međunarodnog nautičkog sajma Biograd Boat Show,
- potom organizacija manifestacije Bike&Wine – Ravni Kotari tour u suradnji sa lokalnim turističkim zajednicama,
- organizacija događaja u objektu Arsenal u Zadru s posebnim naglaskom na zabavni i kulturni program (predstave, baleti, izložbe, stand-up nastupi, koncerti, manifestacije), i
- organizacija događanja u objektu Aquatic centar u destinaciji Biograd na Moru s naglaskom na zabavne, kulturne i sportske sadržaje.

5.

- sudjelovanje u radu stručnih i profesionalnih udruga s područja turizma i ugostiteljstva:

a) sudjelovanju u radu lokalnih i regionalnih turističkih zajednica (Skupštini Turističke zajednice Zadarske županije, Skupštini Turističke zajednice grada Zadra, Skupštini i Turističkom vijeću Turističke zajednice grada Biograda na Moru te Turističkom vijeću Turističke zajednice općine Sv. Filip i Jakov),

b) sudjelovanje u radu stručnih udruženja iz područja ugostiteljstva i turizma odnosno njihovim godišnjim okupljanjima, kongresima i sastancima (Kamping udruženje Hrvatske, Udruga poslodavaca u hotelijerstvu Hrvatske, HGK-Udruženje marina, HUP-Udruga nautičkog sektora),

c) sudjelovanje na sjednicama, kongresima i seminarima hrvatske turističke industrije poput Dana hrvatskog turizma i Kongresu hrvatskog kampinga te posebno na HGK-Danima nautike, koji se odvijaju u klopnu nautičkog sajma Biograd Boat Show u suradnji i suorganizaciji sa kompanijom,

6.

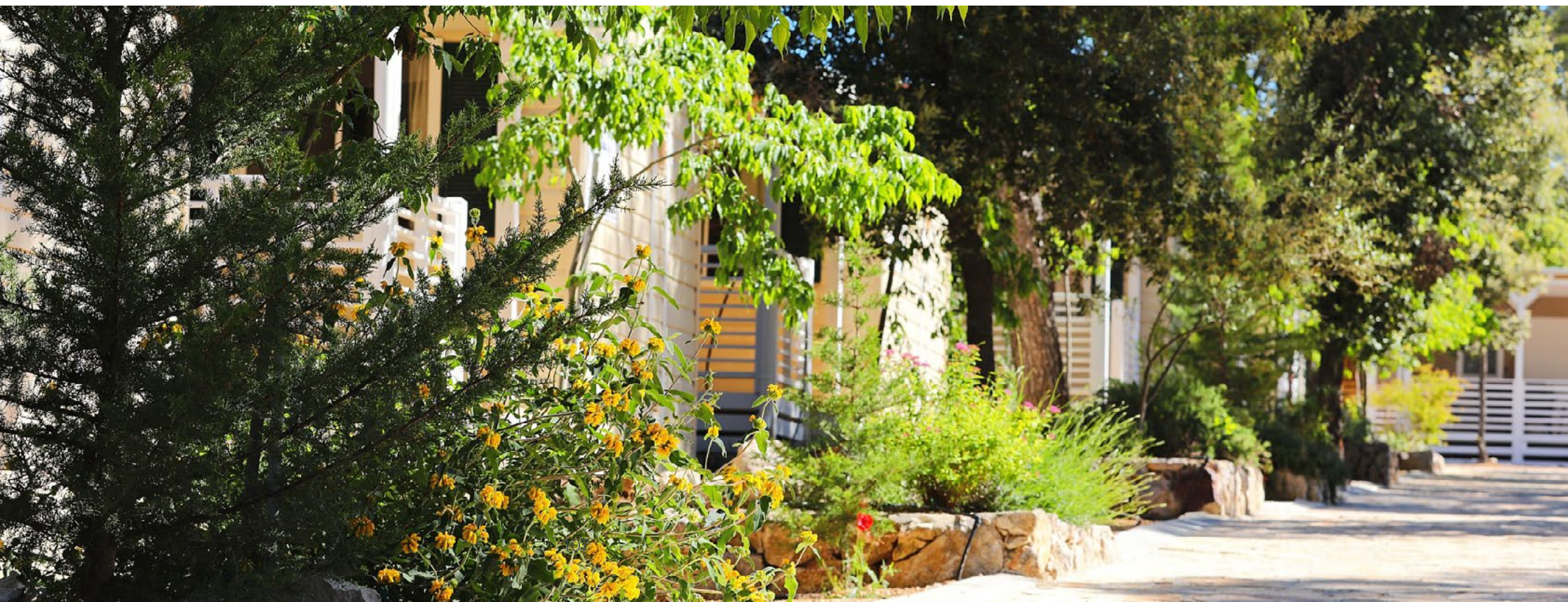
- kroz aktivnosti korporativne filantropije kompanija podupire aktivnosti od šireg značaja za zajednicu za što je kompanija izdvojila 547.040,84 kune u što nisu uključeni doprinosi u nefinancijskom obliku poput pružanja naših usluga (smještaj, ugostiteljske usluge, transferi, ustupanje prostora, doprinos zaposlenika u provedbi aktivnosti itd.),

7.

- potpora aktivnostima drugih organizacija, udruga, turističkih zajednica, lokalne, regionalne samouprave, sportskih klubova itd. koje imaju širi značaj za zajednicu posebno u doprinosu razvoju destinacije poput manifestacija Tuna, Wine & Sushi festival, Međunarodna trekking utrka Škraping Pašman, Festival vjenčanja, plesni festival Pleši Zadre, Festival vina, Dani elektroničkih medija itd.),

8.

- brigu o zaštiti okoliša i očuvanju prirodnih resursa kroz kontinuirano investiranje u unaprijeđenje postojećih tehnoloških rješenja na području zaštite okoliša, edukacija na području zaštite okoliša, promocije aktivnosti, informacije i obavijesti našim krajnjim korisnicima o važnosti zaštite okoliša, implemetacija domaćih i međunarodnih standarda i certifikata na području zaštite okoliša.





Korporativna filantropija

Polazeći od načela odgovornosti kompanije kao odgovornog gospodarskog subjekta na lokalnoj i regionalnoj razini (područje grada Biograda na Moru i Zadarske županije) svoj dodatni doprinos zajednici realizira i kroz sustav korporativne filantropije odnosno donacije i sponzorstva.

Korporativna filantropija provodi se na tri načina:

- iniciranjem ili sudjelovanjem u procesu doniranja/sponzoriranja za konkretne društvene projekte zajedno sa drugim članovima zajednice,
- kontinuiranim doniranjem različitim udrugama, sportskim klubovima, odgojnim i obrazovnim ustanovama, vjerskim ustanovama, pojedincima, mladima, kulturi s naglaskom na očuvanje i obnovu kulturno-povijesne baštine itd. koje se prvenstveno temelji na procjeni njihova značaja i utjecaja na dugoročni razvoj zajednice, stupnju inovativnosti, brizi za očuvanje i zaštitu okoliša, doprinos obrazovanju, promicanju i očuvanju kulturne i tradicije ovog područja te utjecaj na djecu i mlade, i
- doniranjem/sponzoriranjem kao odgovor na trenutnu potrebu zajednice odnosno kroz tzv. ad hoc donacije/sponzorstva.

Tijekom 2019. godine kompanija je kroz sustav korporativne filantropije podržala aktivnosti, projekte i pojedinačne zamolbe u sljedećim područjima:



(I) kultura



(II) humanitarni program



(III) znanost - obrazovanje



(IV) zdravlje

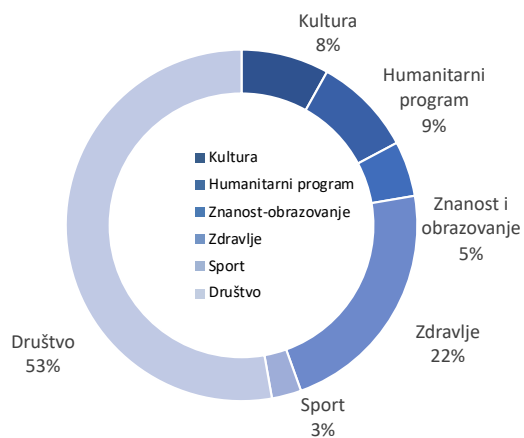


(V) sport

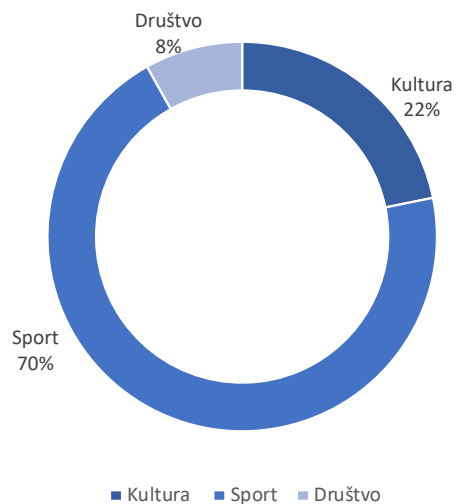


(VI) društvo

Pregled donacija po područjima



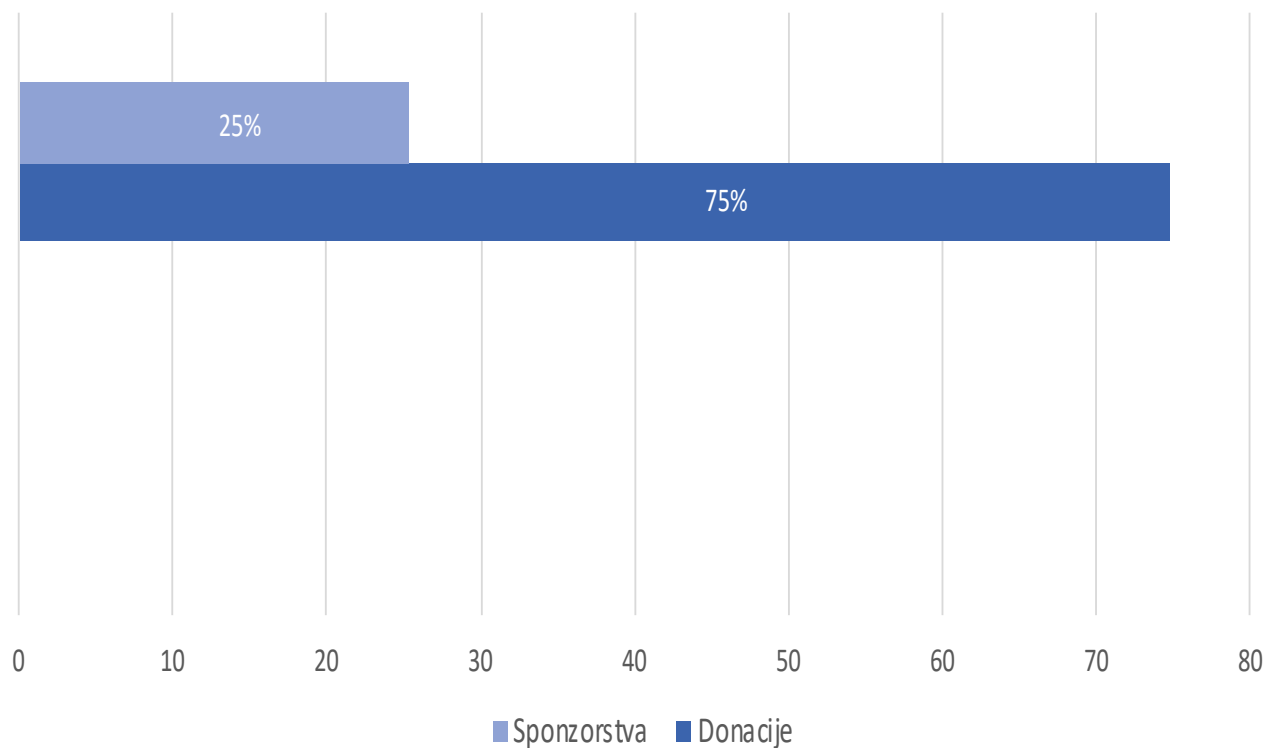
Pregled sponzorstava po područjima



Osim novčanih donacija značajan je udio donacija u uslugama koje proizlaze iz naše djelatnosti poput osiguranja smještaja (hoteli, kamp, marina), ustupanja naših prostora kapaciteta (konferencijske dvorane, ugostiteljski objekti), usluga hrane i pića i usluga transfera. U izvještajnom razdoblju Ilirija je kroz sustav korporativne filantropije donirala i spozorirala u ukupnoj vrijednosti od 547.040,84 kuna u novcu dok je vrijednost izvršenih usluga iznosila 115.197,97 kuna, što je sveukupno 662.238,81 kuna*.

**Podatak se razlikuje od podatka iznesenog u tabeli Izravno stvorena i distribuirana vrijednost u stavci Ulaganja u zajednici koja uključuje samo donacije i sponzorstva pružene u novcu navedene u netto iznosu.*

Odnos sponzorstava i donacija u 2019.



Korporativna filantropija u 2019.



61 donacijska aktivnost



29 sponzorskih aktivnosti



90 podprtih aktivnosti i projekata

Σ ukupne vrijednosti
662.238,81 kuna

Korporativna filantropija 2015.-2019.



415 projekata
 Σ ukupne vrijednosti
2.473.505,79 kuna

U razdoblju od 2015. do zaključno 2019. godine kroz sustav korporativne filantropije ukupne vrijednosti od 2.473.505,79 kuna od čega su donacijske aktivnosti podržane u vrijednosti od 1.537.413,21 kuna dok je kompanija za sponzorirala projekata i aktivnosti u vrijednosti od 936.092,58 kuna.





Boksački klub Bandits, Zadar



Udruga Ritam



Zavod za javno zdravstvo Zadar



Vitezovi vranski



U 2019. godini kompanija je pružila podršku brojnim udrugama, institucijama, regionalnoj i lokalnoj samoupravi, sportskim klubovima, kulturnim i odgojno-obrazovnim ustanovama, fizičkim osobama i ostalima, bilo kroz financijsku podršku ili potporu u aktivnostima i projektima koji su od šireg značaja i interesa za zajednicu.

U navedenom razdoblju posebno izdvajamo potpore i suradnje s udrugama, klubovima i odgojno-obrazovnim ustanovama:

- UNICEF
- Humanitarna udruga „Put“ Zadar
- Udruga za autizam Zadar
- Liga protiv raka
- Udruga Antonio Jurjević
- Vitezovi Vranski
- Kazalište lutaka Zadar
- Rotary Club Zadar
- Rotary klub Split
- Srednja škola Biograd na Moru
- Osnovna škola Biograd na Moru
- Osnovna škola Sv. Filip i Jakov
- Gimnazija „Frane Petrić“ Zadar
- Dječiji vrtić „Maruškica“
- Matica Hrvatska Zadar
- KUD Sv. Roko
- KUD Nevijana
- KUD Gradina

Kompanija je u poduprla humanitarnu akciju Lige protiv raka Zadar doniraju sredstva za nabavu uređaja za neuro-navigaciju za potrebe Opće bolnice Zadar, služne za kirurgiju, koji je omogućeno odvijanje zahtjevnijih operacijskih zahvata u neurokirurgiji. U 2019. godini pomognuta je nabavka opreme i podizanje kvalitete opremljenosti ordinacija opće medicine na području grada Biograda na Moru i Općine Sv. Filip i Jakov. Ovim je kompanija željela pridonijeti poboljšanju kvalitete zdravstvene usluge, skrbi i standarda na području njene regije.

U Poslovno-trgovačkom centru City Galleria kompanija provodi višegodišnju suradnju sa Zavodom za javno zdravstvo Zadar putem uspješne akcije obilježavanja Svjetskog dana borbe protiv raka, projekta financiranog sredstvima



Europske Unije, u kojoj se predstavljaju tri nacionalna programa: Nacionalni program ranog otkrivanja raka dojke, Nacionalni program ranog otkrivanja raka debelog crijeva i Nacionalni program ranog otkrivanja raka vrata maternice).

Također, kompanija značajno podupire aktivnosti na području kulture uključujući ne samo kulturne manifestacije već je i podrška brojnim udrugama, institucijama i kulturno-umjetničkim društvima. Posebno izdvajamo potporu obnovi crkve Sv. Mihovila na otoku Pašmanu, potom podršku organizaciji međunarodnog Zadarskog plesnog festivala, Zadarskom plesnom ansamblu i Festivalu suvremenog plesa Monoplay, potpora aktivnostima Kazališta lutaka Zadar, brojna kulturno-umjetnička društva poput KUD-a Nevijana, Gradina i Sv. Roko, susret dalmatinskih klapa Na vr'sela u Sv. Filip i Jakovu, Udruzi stihovi i note u organizaciji festivala duhovne glazbe, potpora aktivnostima Gradske galerije Biograd u obogaćivanju kulturno-umjetničke ponude grada Biograda na Moru i Maticu Hrvatska – Ogranak Zadar u njihovim izdavačkim aktivnostima s posebnim naglaskom na znanstvene knjige koje obrađuju povijet, kulturu, običaje i jezike mjesta na području Zadarske županije. Posebno ističemo potporu organizaciji Sinjske alke, viteškog turnira koji je 2010. godine UNESCO upisao na nematerijnu listu Reprezentativne kulturne baštine čovječanstva, čime aktivno pridonosimo očuvanju i promociju hrvatske kulturne baštine. Također, već tradicionalno podupiremo organizaciju Dani vitezova vranskih, međunarodnu povijesnu manifestaciju koja oživljava davnu povijesti biogradskog zaleđa.

Osim što podupire brojne aktivnosti kulturnog karaktera, značajan doprinos usmjeren je prema projektima kojima se podupire aktivnosti za djecu. Izdvajamo suradnju s lokalnom Udrugom Ritam koja okuplja djecu školske i predškolske dobi iz cijele Zadarske županije, suradnju s Plesnom udrugom Gesta i proljetni koncert dječjeg zbora Libretići uz lutkarsku predstavu „Ružno pače“ u suradnji s Dragon Teatrom. Već niz godina uspješno se u provodi u sklopu Poslovno-trgovačkog centra City Galleria projekt „back-to-school“ prilikom koje se surađuje sa brojnim lokalnim sportskim društvima i udrugama na promicanju sporta i fizičke aktivnosti među djecom. U 2019. godini poduprto je više udruga koji su održali prezentaciju svojih aktivnosti, predstavili svoj program rada, izveli demonstracije vježbi, te upoznali javnost sa mogućnostima upisa djece školske i predškolske dobi kao i sa ostalim prednostima u članjenja u grupne sportske aktivnosti. U sklopu ovog projekta predstavili su se: Šahovski klub Casper, Boxing club Bandits i Taekwondo klub Donat. Pružena je podrška Općini Sv. Filip i Jakov u dodatnom uređenju dječjeg igrališta, potom brojnim odgojno-obrazovnim ustanova među kojima izdvajamo opremanju kuhinje Dječjeg vrtića „Maruškica“ u Škabrnji, sudjelovanje u nabavi informatičke opreme za Osnovnu školu Biograd na Moru, izdavanju dječje slikovnice „Dvije mišice“ učenica Osnovne škole Sv. Filip i Jakov i sportski klubovi iz Biograda na Moru koji rade s djecom – Rukometni klub „Mini sunce“ , Ženski rukometni „klub Biograd“, Plivački klub Dupin, Športsko-ribolovno društvo Podlanica i HNK Primorac.

Podržane su brojne sportske aktivnosti, događaji i klubovi poput sportsko-zabavnom utrke humanitarnog karaktera „Zadar Christmas Run 2019.“, u organizaciji škole trčanja Zadar, potom Kickboxing klub Polača u organizaciji međunarodnog turnira, i Rukometni klub „Mini Sunce“ u organizaciji turnira u rukometu za djecu.

Pored toga podržali smo brojne manifestacije i aktivnosti u organizaciju drugih institucija, udruga i jedinica lokalne i regionalne zajednice koje su kroz svoje aktivnosti imale za cilj promociju destinacije, unaprijeđenje turističke ponude i sadržaja, produženje sezone poput međunarodne trekking utrke Škraping Pašman, međunarodni Festival cvijeća Zadarske županije koji se održava u našem hotelu Villa Donat, Slovenski vikend, Gastro Biograd, Biogradska noć, Tuna, wine&sushi festival, Festiva vina, Memorijalni turnir Mirko Miočić, Festival vjenčanja itd.



Slovenski vikend



Škraping



Festival vjenčanja



Tuna, sushi & wine festival



BBS

Među 36 vodećih nautičkih
sajmova u svijetu

BBS – Kongres hrvatske
nautičke industrije i turizma



Najveći međunarodni nautički
sajam u Hrvatskoj



Biograd B2B – Platforma
poslovnog umrežavanja



Croatia Charter Expo – jača
konkurentnost Hrvatske kao
vodeće charter destinacije

4. Doprinos razvoju i prepoznatljivosti destinacija

Kroz organizaciju manifestacija u vlastitoj organizaciji i vlastitim objektima, posebno ističemo doprinos razvoju destinacije i njene prepoznatljivosti:

1. Biograd Boat Show – najveći međunarodni jesenski nautički sajam u Hrvatskoj i široj regiji doprinosi razvoju i prepoznatljivosti hrvatske nautičke industrije i turizma čije je pokretanje značajno doprinijelo produženje glavne turističke sezone u Biogradu na Moru do mjeseca studenog. Danas je isprofilirao među 36 najznačajnijih nautičkih sajmova u svijetu, vodeći međunarodni nautički sajam na moru u srednjoj Europi i najveći u Hrvatskoj.

Biograd Boat Show prepoznale su vodeće strukovne i poslovne udruge i udruženja kao centralno mjesto okupljanja svih segmenata hrvatske nautičke industrije i turizma. Slijedom čega je prerastao u kongres hrvatske nautičke industrije i turizma što je i formalno potvrđeno kroz organizaciju HGK Dana nautike sa bogatim kongresnim i stručnim programom vezanim uz nautičku industriju i turizam.

Novitet 21. Biograd Boat Show-a je nova B2B manifestacija, pod nazivom Croatia Charter Expo koji ima za cilj povezivanje hrvatskih charter tvrtki sa charter agentima iz cijelog svijeta. Kompanija, kao začetnik i nositelj razvoja hrvatskog nautičkog turizma, predstavljanjem i poslovnim umrežavanjem najjačeg i najkonkurentnijeg dijela hrvatske turističke ponude u svjetskim okvirima - charter turizma kroz organizaciju Croatia Charter Expo-a jača našu charter ponudu i prepoznatljivost Hrvatske kao vodeće svjetske charter destinacije doprinoseći daljnjem razvoju, prepoznatljivosti i konkurentnosti hrvatskog charter turizma.



BBS



2. **Bike&Wine - Ravni kotari tour** – manifestacija gdje se na turi dugoj 25 km kroz Ravne kotare povezuju nezaboravni krajolici, baština ruralnih dijelova Zadarske županije i najpoznatije vinarije šire regije, a kojoj je glavni pokretač i organizator Ilirija u suradnji s lokalnom turističkom zajednicom. Ova tematska bicikljada upoznaje njene sudionike sa autohtonim vrijednostima ovog područja, njenom tradicijom, poviješću i gastronomijom.

3. **Aquatic center** – s osmišljenim bogatim glazbenim, sportskim i zabavnim sadržajima ima značajnu ulogu pri razvoju ponude destinacije Biograda na Moru. U centru se svakodnevno odvijaju dnevni i večernji zabavni programi, bilo da je riječ o dalmatinskim feštama na kojima možete osjetiti način života ovog kraja i čuti izvornu dalmatinsku glazbu ili pak koncertnim nastupima poznatih hrvatskih glazbenika. Osim toga Aquatic centar mjesto je održavanja sportskih aktivnosti poput plivačkog maratona, škole plivanja pod vodstvom stručnih edukatora na dnevnoj bazi, čime najmlađi mogu stjecati nova znanja i iskustva, i mjesto na kojem se održavaju se vaterpolo utakmice čime se pridonosi razvoju još jednog vida turizma- sportskog turizma u destinaciji. Na Aquatic centru odvijaju se i događaji u organizaciji lokalnih udruženja poput Ljetnog karnevala i Biogradskih litnjih igara.



Aquatic centar



Bike&wine tour





Spomenik nulte kategorije

**Centar događaja regije:
2005.-2019.**



1.937 događaja



398.501 osoba

2019. godine



99 događaja

4. Arsenal u Zadru koji datira iz 17. stoljeća kad je sagrađen kao vojno skladište, a proširen je i nadograđen 1752. godine. posebno ističemo doprinos zajednici kroz revitalizaciju Arsenal, spomenika nulte kategorije u Zadru površine od 1.800m², od samo sedam sačuvanih objekata te vrste koji je 2005. godine preuređen po konceptu „gradski trg u zatvorenom“. Ovim je stvoren savršeni spoj poslovnog i kulturnog turizma koji je svojom revitalizacijom donio dodanu vrijednost ne samo turističkoj ponudi kompanije već i cijele destinacije obzirom da je na području šire jedini revitalizirani povijesni objekt koji je u funkciji kulturnog, zabavnog i MICE centra regije.

Arsenal je mjesto sa jedinstvenim uvjetima za održavanje koncerata, prezentacija, prijema, konferencija, privatnih proslava, izložbi i komercijalnih događaja prepoznatih od strane domaćih i inozemnih turoperatora, MICE i event agencija. Kroz cijelu godinu organiziraju razna kulturna događanja, koncerti, predstavljanja knjiga, tematske večeri, MICE događaji, vjenčanja i banketi, predstave i slični sadržaji.

Tijekom 2019. godine u Arsenalu se održalo 99 događanja sa 32.501 osobom, što je ostvareno je posredstvom organizacije većih koncertnih programa, organizacijom značajnih javnih programa s većom ponudom složenih sadržaja, jačih prodajnih aktivnosti u segmentu MICE događanja, kulturnih događanja te planskog unaprjeđenja kvalitete i efikasnosti ugoditeljske usluge.





Arsenal eventi



MICE



Glazbena događanja



Kultura



Godina kulturnih događanja

Sa željom da očuva, podupre i oživi kulturnu scenu, kompanija već dugi niz godina podupire, ali i inicira i organizira događanja iz područja umjetnosti i kulture, posebno one koji imaju za cilj očuvanje tradicije i baštine. Temeljne vrijednosti na kojima se zasniva i potiče kulturni razvitak podrazumijevaju kulturno naslijeđe i infrastrukturu koji omogućuju kulturno stvaralaštvo. Upravo ove stavke su dio programa društveno odgovornog poslovanja Ilirije, a očuvanje i promicanje nacionalnih i lokalnih kulturnih sadržaja dugogodišnja je praksa kompanije.

Kompanija je u 2019. godini poseban naglasak u razvoju programa, ponude i sadržaja destinacije stavila na kreiranju kulturnih programa i sadržaja. s posebnim naglaskom na objekt Arsenal u Zadru redovito ugošćuje i održava koncerte, izložbe te razna kulturna događanja, a svi posjetitelji imaju priliku doživjeti osebujan spoj povijesti i umjetnosti. Od kulturnih događanja posebno ističemo jednu od najpoznatijih i najizvođenijih baletnih predstava na svijetu – **Orašar**. Za potrebe ove božićne bajke Arsenal je postao kazalište koje je prozeo duh i čarolija Božića, a jedno od najljepših djela klasične baletne literature i najizvođeniji balet na svijetu Orašar u izvedbi Ukrainian Classical Balleta, baletne trupe, čiji su solisti umjetnici iz Ukrajine te nositelji brojnih baletnih nagrada i priznanja. Ovo je prepoznato i podržano od strane Turističke zajednice grada Zadra, čime je dodatno unaprijeđena i ponuda Adventa u Zadru.. U nastojanju da prostor Arsenal postane centralno mjesto povezivanja zajednice sa umjetnošću te mjesto gdje umjetnost i glazba žive s gradom i njihovim ljudima, vrhunskim baletanima i ukrajinskim solistima pridružili su se i maleni baletani iz zadarske Glazbene škole „Blagoje Bersa“. Ovim je Ilirija pružila jedinstvenu priliku učenicima zadarske glazbene škole da uče od vrhunskih svjetskih baletnih umjetnika i aktivno sudjeluju u najizvođenijem baletu na svijetu.

U godini koja je obilježila 70. obljetnicu svog umjetničkog djelovanja, **Ansambli Lado**, nacionalni profesionalni folklorni ansambl osnovan 1949. godine, sa zadaćom istraživanja, prikupljanja, umjetničke obrade i scenskoga prikazivanja najljepših primjera bogate hrvatske glazbene i plesne tradicije, na pozornici Arsenal i Aquatic centra izveo je dvosatni program sastavljen od 16 plesnih i glazbenih brojeva te folklornih običaja Hrvata koji stoljećima žive u iseljeništvu. U svojih 70 godina postojanja, Ansambli Lado je uz oduševljenje publike i stručne kritike, redovito svrstan uz bok najboljih svjetskih folklornih skupina. Također, ansambl Lado u sklopu radionica sa National Geographicom Hrvatska upoznao je posjetitelje Ilirije Resorta s hrvatskom folklornom umjetnošću.

U Arsenalu je pored baleta kulturni program obogaćen je kazališnim predstavama, stand-up nastupima, Jazz&Wine festivalom i brojnim koncertima.

An aerial photograph of a coastal town built on a lush, green, forested island. The town features numerous white buildings with red-tiled roofs. To the right of the town is a large, dark blue marina filled with many sailboats. The surrounding water is a deep blue, and several other smaller islands are visible in the distance under a clear sky. A teal banner with white text is overlaid at the bottom of the image.

IV. Okolišne teme

1. Upravljanje okolišem

Ilirija d.d. kao vodeća turistička kompanija u Biogradu na Moru i okolici je svjesna da svojim poslovnim aktivnostima i svojom osnovnom djelatnošću utječe na okoliš stoga kao svoju dugoročnu obvezu postavlja zaštitu i očuvanje okoliša kao temeljnog resursa turizma, potom onemogućavanje zagađivanja okoliša tj. svođenje istog na najmanju moguću mjeru u svim svojim poslovnim procesima i aktivnostima. Slijedom navedenog okolišne teme su materijalne za kompaniju s obzirom na njihov potencijalni učinak na ekonomski, okolišni i društveni aspekt njenog djelovanja. U Iliriji zaštita okoliša podrazumijeva racionalno gospodarenje svim prirodnim resursima i sustavnu težnju smanjenja negativnih efekata naše djelatnosti na okolinu, prirodna dobra i kulturnu baštinu. Slijedom navedenog, unutar kompanije imenovan je voditelj Zaštite okoliša koji je za svoj rad odgovoran Upravi. Voditelj zaštite okoliša na godišnjoj razini izrađuje planove i aktivnosti s utvrđenim ciljevima na razini cijelog poslovnog sustava, ali i svakog sektora pojedinačno uvažavajući njihove posebnosti i operativnu prirodu poslovne aktivnosti.

Objekti su certificirani prema zahtjevima međunarodne norme ISO 14001 čiji je sastavni dio i politika upravljanja okolišem i kvalitetom, ali i drugim međunarodnim i domaćim standardima i certifikatima iz područja zaštite okoliša. Zaštita okoliša shvaćena je kao kompleksna djelatnost čiji procesi zahtijevaju pomnu pripremu, kontrolu, stručan izbor tehnologija, i niz trenutnih i dugoročno aktivnosti. Svaki utjecaj na okoliš se pokušava kvantificirati kroz fizičke pokazatelje poslovanja.

Zbog naše predodjeljenosti prema održivom razvoju zakonska regulativa ovog područja je pod stalnim praćenjem unutar kompanije, što osigurava rane prilagodbe i reakcije novim zahtjevima. Uz zakonske zahtjeve poboljšavamo se prateći kriterije i ekoloških standarda koje implementiramo, iako nisu obvezujući.

Upravljanje zaštitom okoliša:



Formiran poseban odjel
Zaštite okoliša i hortikulture



Implementacija
međunarodnih standarda i
certifikata



Investicije u zaštiti okoliša



Edukacije



Briga o hortikulturnom
oblikovanju i uređenju
prostora

Dostignuti standardi i certifikati na području zaštite okoliša:

ISO 14001 je najrašireniji međunarodni standard za upravljanje okolišem. Uz pomoć ISO 14001, implementiranog i certificiranog 2014., Ilirija se usmjerava na očuvanje i stalno poboljšavanje procesa vezanih s okolišem. Uspostavljanjem sustava upravljanja okolišem jamčimo da su sva pitanja upravljanja okolišem vezana za djelatnost kompanije, pod stalnim nadzorom i sve potencijalno negativne utjecaje svojih poslovnih aktivnosti svodimo na najmanju moguću mjeru.

Od 2018. sustavi upravljanja prema normama ISO 14001 i ISO 9001 su integrirani u jedinstveni sustav upravljanja kvalitetom i okolišem. U 2019. godini izvršena je recertifikacija sustava upravljanja kvalitetom ISO 9001:2015 i obavljen je nadzorni audit za sustav upravljanja okolišem ISO 14001:2015.

Zeleni ključ je program certificiranja smještajnih kapaciteta koji kroz optimalizaciju potrošnje energenata, gospodarenje otpadom, educiranje gostiju i zaposlenika o najznačajnijim aspektima održivog razvoja i zaštite okoliša smanjuju negativne učinke na okoliš. Ilirijinom kampu „Park Soline“ dodijeljen je ovaj međunarodni certifikat 2013. godine kada je bio samo jedan od dva kampa u Hrvatskoj koji su zadovoljili sve kriterije za dodjelu ove ekološke markice te je i 7 godina kasnije, 2019. ponovnim certificiranjem potvrđeno zalaganje kampa „Park Soline“ za promicanje održivog razvoja.

Nakon uspješno provedenog audita u mjesecu rujnu 2015. godine, kampu „Park Soline“ dodijeljen je međunarodni certifikat „**Ecocamping**“. Članstvom u Ecocamping mreži, koju čini više od 240 kampova iz sedam europskih zemalja, i nadalje se obvezujemo na daljnje promicanje ekologije, održivog razvoja i društveno odgovornog poslovanja s posebnim naglaskom na efikasno upravljanje energijom (voda, struja), razvrstavanje i recikliranje otpada, očuvanje prirode i biološke raznolikosti i sl.

Plava zastava je međunarodni ekološki program zaštite okoliša mora i priobalja, čiji je prvenstveni cilj održivo upravljanje i gospodarenje morem i obalnim pojasom. Plava zastava je danas u svijetu najpriznatiji model ekološkog odgoja i obrazovanja i obavještanja javnosti, kada je u pitanju briga za more i obalni pojas, posebno kada je u pitanju briga za obalne prostore koji trpe



Green Key



najjači pritisak, a to su upravo plaže i marine. Pod upravljanjem Ilirije d.d., Marina Kornati je nositelj Plave zastave od 2004. godine,

Kamp „Park Soline“ priključio se projektu „CAMPING in PARKS“ koji spaja nacionalne parkove i parkove prirode s aktivnostima i pristupačnim smještajem na kamp parcelama ili u mobilnim kućicama u neposrednoj blizini netaknute prirode parkova.

Obnova certifikata "Sustainable hotel by UPUHH" za najveći hotel kompanije - Iliriju**** koji je do tada bio nositelj basic odnosno osnovnog certifikata dok je po izvršenoj recertifikaciji nositelj naprednog certifikata.

2. Edukacija

Značajni dio politike i prakse kompanije je edukacija u dijelu zaštite okoliša koja obuhvaća:

- (I) zaposlenike,
- (II) goste, i
- (III) članove naše zajednice.

I) edukacija zaposlenika provodi se, individualno ili grupno, o svim ključnim aspektima zaštite okoliša, održivosti i njihovom doprinosu zaštiti okoliša u operativnim procesima. Također, kroz rad uče se pravilnom rukovanju kemikalijama, štednji energije i resursa ili pravilnom razvrstavanju otpada. Po potrebi, djelatnici se šalju i na pohađanje vanjskih tečajeva, seminara ili složenijih školovanja o određenom aspektu zaštite okoliša.

II) edukacijske aktivnosti usmjerene su i prema gostima. Najmlađi gosti su najviše kroz dječje radionice uključeni i educirani o raznim ekološkim temama. U suradnji s animatorima obilježavamo ekološki značajne datume, učeći najmlađe o pojmovima bitnim za zaštitu okoliša i očuvanje prirode razvijajući im ekološku svijest.

III) edukacijske aktivnosti s članovima zajednice odvijale su se kroz nekoliko projekata i radionica među kojima se ističe edukacijski projekt pod nazivom „Mikroplastika u moru“ za učenike Medicinske škole „Ante Kuzmanić“ iz Zadra. Kroz cjelodnevnu radionicu, predavanja, gledanje edukacijskih filmova i izradu plakata učenici su se educirali ne samo o utjecaju mikroplastike na onečišćenje mora, podmorja i obale već i na njenom širem društvenom i ekološkom utjecaju na globalnoj razini.

Već tradicionalno u kampu „Park Soline“ u suradnji s Parkom prirode Vransko jezero obilježena je 24. međunarodna Noć šišmiša na kojoj su kroz niz edukativnih, interaktivnih radionica i predavanja sudjelovala djeca različitih uzrasta kroz koje su se upoznala i informirala o jednim letećim sisavcima, njihovim vrstama i staništima kroz interaktivne radionice i igre s temom šišmiša, interaktivno predavanje, nagradna tombola i šišmišji disko.

U suradnji s National Geographic Hrvatska održane su edukacijske aktivnosti za djecu kojima su bile obuhvaćene i teme s područja zaštite okoliša među kojima je radionica o očuvanju okoliša, prirodne i kulturne baštine kao temeljne vrijednosti održivog turističkog razvoja.



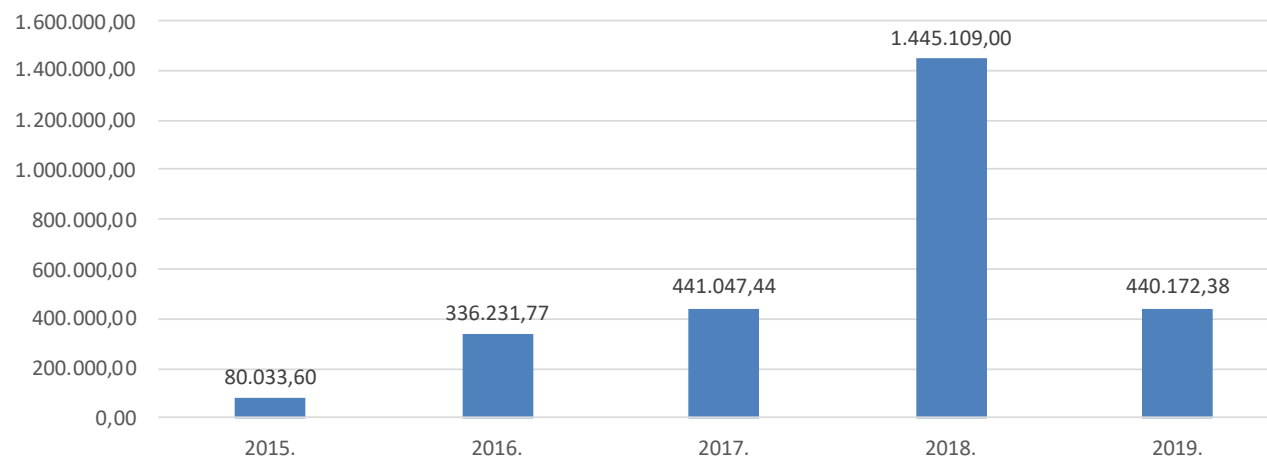


3. Ulaganje u okoliš

Najznačajnija investicija na području zaštite okoliša usmjerena je u unaprijeđenje i poboljšanje zaštite okoliša kroz gospodarenje otpadom izgradnjom novog dvorišta za otpad površine cca 150m². Sukladno tome, upravljanje s proizvedenim otpadom na svim lokacijama kompanije poboljšano je kroz nabavku novih spremnika za otpad i šest novih press kontejnera koji će u uređenim dvorištima otpada ubrzavati manipuliranje s otpadom, te višestruko smanjiti volumen otpada i troškove odvoza.

Ulaganja u okoliš (kn)

Godina	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.
Ekološki certifikati, tehnička poboljšanja i gospodarenje otpadom	80.033,60	336.231,77	441.047,44	1.445.109,00	440.172,38



Upravljanje energijom:



dnevna i mjesečna kontrola na razini pojedinog objekta i cjelokupne kompanije,



postavljanje godišnjih ciljeva optimalnog korištenja energije,



strateško opredjeljenje kompanije prelasku na prirodni plin kao glavni energent,



korištenje energije iz obnovljivih izvora,



energetska učinkovitost prilikom nabave novih uređaja, i



edukacija zaposlenika i gostiju.

4. Energija

Energija je materijalna tema s obzirom na njen učinak na ekonomske, okolišne i društvene utjecaje kompanije čije granice su isključivo u njenim objektima. Kao energenti troše se električna energija, loživo ulje i plin (ukapljeni naftni plin i zemni plin).

Kako bi smanjili štetni utjecaj unutar zajednice u kojoj djelujemo, planiramo svoje investicije, uvodimo nova tehnološka rješenja te potrošnju energije pratimo na dnevnoj i mjesečnoj bazi. Službe održavanja svakodnevno obilaze mjerna mjesta (brojila) gore navedenih energenata i o tome vode interne zapise. Ovo omogućuje vrlo brzu reakciju u slučaju prekomjerne odnosno neuobičajene potrošnje na dnevnoj razini. Službe održavanja na lokacijama vode brigu i o instaliranim, velikim i malim potrošačima energije/resursa. Vršer se interni preventivni pregledi te vanjski pregledi od strane servisera. U svrhu bolje energetske učinkovitosti prilikom izbora novih uređaja, odnosno trošila, pazi se na energetske razred istih.

S obzirom na potrošnju unutra sustava upravljanja okolišem izrađuju se godišnji ciljevi smanjenja ili racionalizacije energenta/resursa iz kojih proizlaze planirane investicija ili aktivnosti koje će doprinijeti provedbi ciljeva, a čija se realizacija ocjenjuje na kraju godine. Kompanija za sada još uvijek nema certificirani ili normirani sustav upravljanja energijom i standardne operativne procedure za isti.

Potrošnja energenata

Ukupna potrošnja energije unutar organizacije iskazana u GJ

Energent (GJ)	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.
Električna energija	13720.16	13462.67	20638.24	21892.36	21085,49
Plin-UNP	1491.4	1718.46	1171.35	1118.12	1126,7
Lož ulje	6722.41	7096.64	6507.11	2807.25	2650,49
Zemni plin	0	0	1152.95	5156.43	4833,31
Ukupno	21933.97	22277.77	29469.65	30974.16	29695,99



Potrošnja energije unutar organizacije manja je za 4% u odnosu na 2018.

Razlozi smanjenja potrošnje energenta u 2019.



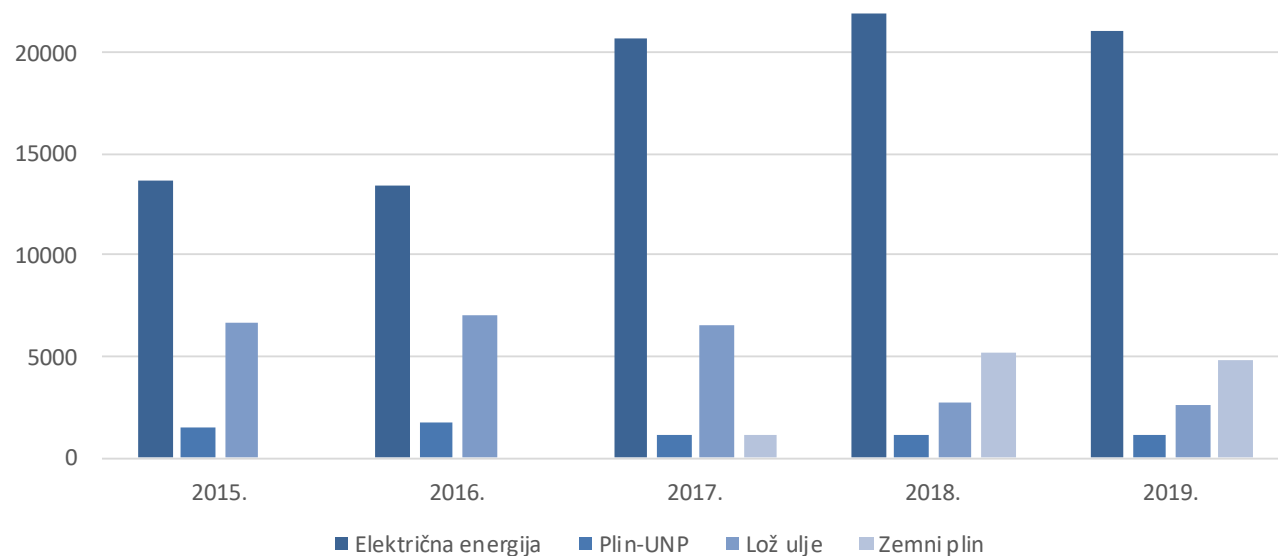
Sustavno upravljanje i kontrola



Prelazak na okolišno prihvatljivije energenete



Nabavka energetski učinkovitijih uređaja



Ukupna potrošnja energije unutar organizacije iskazana u izvornim mjernim jedinicama

Energent	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.
Električna energija (kWh)	3811154	3736007	5732843	6081210	5857078
Plin-UNP (kg)	33142	38188	26030.08	24847	25040
Lož ulje (l)	191992	202680	185843	80175	75698
Zemni plin (kwh)	0	0	320265	1432343	1342585

Električna energija

Potrošnja električne energije u odnosu na prethodnu poslovnu godinu manja je za 4% zbog manje potrošnje na razini svih ključnih turističkih sektora od čega je pad potrošnje električne energije najvećim dijelom generiran u sektoru kampinga.

Ilirija kao društveno odgovoran poslovni sustav dio je ZelEn projekta. ZelEn je energija dobivena isključivo iz obnovljivih izvora, što potvrđujemo i Hep-ovim certifikatom Zelene energije – ZelEn.

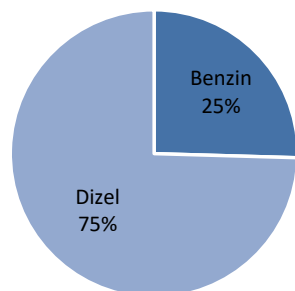
Godina	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.
Ukupna potrošnja el.energije po sektorima	GJ	GJ	GJ	GJ	GJ
Hotelijerstvo	7352,59	7387,71	7805,8	8 338,13	8328,93
Kamping	2328,58	2217,07	2681,11	2 690,99	1789,22
Nautika	2848,92	2779,2	2945,22	2 906,59	2870,05
Ostalo	1190,07	1078,69	7206,11	7 956,64	8097,29
Ukupno	21933.97	22277.77	29469.65	30974.16	21085,49

Potrošnja energije izvan organizacije

Potrošnja energije izvan organizacije odnosi se na potrošnju goriva (benzin, dizel) iskazanu u litrama za upotrebu službenih osobnih vozila kompanije, radnih strojeva i plovila i upotrebu osobnih automobila u službene svrhe.

Goriva za vozila (l)	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.
Osobni automobili	115416	77929	78460	59092	55391
Radna vozila i strojevi	43157	40051	47647	51532	49914
Brod Nada	20804	14215	29552	15237	24225
Ostala plovila	19222	10707	11858	9941	11968
Ukupno	198599	142902	167517	135802	141498

Odnos potrošnje goriva u 2019.



■ Benzin ■ Dizel

Potrošnja energije unutar organizacije je rasla isključivo s naslova potrošnje goriva event broda Nada, svoje poslovne aktivnosti realizira kroz sustav destinacijske menadžment kompanije Ilirije Travel, ostvarivši u 2019. godini do sada najbolje poslovne rezultate odnosno najveći rast prihoda kroz pružanje usluga za druge kompanije i na području drugih hrvatskih županija (Istarska, Primorsko-goranska, Splitsko-dalmatinska, Šibensko-kninska), što se u znatnome odrazilo i na potrošnju goriva na razini cijele kompanije.

Energetski intenzitet

Energetski intenzitet prikazuje omjer utrošene električne energije u odnosu na ukupan broj noćenja ostvaren u hotelijerstvu i kempingu te ukupan broj vezova u nautičkom sektoru.

Omjer utrošene električne energije (GJ) u odnosu na ukupan broj noćenja u hotelijerstvu i kempingu.

Godina	2015.			2016.			2017.			2018.			2019.		
	GJ	Broj noćenja	Energetski intenzitet	GJ	Broj noćenja	Energetski intenzitet	GJ	Broj noćenja	Energetski intenzitet	GJ	Broj noćenja	Energetski intenzitet	GJ	Broj noćenja	Energetski intenzitet
Hotelijerstvo	7.352,59	130.643	0,056	7.387,71	131.424	0,056	7.805,8	138.788	0,056	8.331,00	144.745	0,057	8.328,93	146.885	0,057
Kamping	2.328,58	260.579	0,009	2.217,07	258.110	0,008	2.681,11	283.069	0,009	2.691,00	302.845	0,009	1.789,22	290.326	0,006
Ukupno (Hotelijerstvo i kamping)	9.681,17	391.222	0,025	9.604,78	389.534	0,025	10.486,91	421.857	0,025	11.022,00	447.590	0,025	10.118,15	437.211	0,023

Omjer utrošene električne energije (GJ) po broju vezova u nautici

Godina	2015.			2016.			2017.			2018.			2019.		
	GJ	Broj vezova	Energetski intenzitet	GJ	Broj vezova	Energetski intenzitet	GJ	Broj vezova	Energetski intenzitet	GJ	Broj vezova	Energetski intenzitet	GJ	Broj vezova	Energetski intenzitet
Nautika	2.848,92	805	3,539	2.779,2	805	3,452	2.945,22	805	3,658	2.906,59	805	3,61	197,9	805	0,24

Potrošnja plina (UNP) po sektorima poslovanja u razdoblju od 2015.-2019. godine

Godina	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.
Ukupna potrošnja plina UNP po sektorima	kg	kg	kg	kg	kg
Hotelijerstvo	15147	18109	9380	6580	3270
Kamping	11810	12629	13113	14608	17031
Nautika	5525	6950	3056	3289	4399
Ostalo	660	500	481.08	370	340
UKUPNO	33142	38188	26030.08	24847	25040

Omjer utrošenog zemnog plina po noćenju u hotelijerstvu

Godina	2019.		
Ukupna potrošnja zemnog plina	kWh	Broj noćenja	Energetski intenzitet
Hotelijerstvo	1342585	146885	9,1



Pristup upravljanja vodom



dnevna i mjesečna kontrola na razini pojedinog objekta i cjelokupne kompanije,



korištenje vode iz bušotine za navodnjavanje hortikulturalnih površina u kampu,



ispuštanje otpadne vode koja nastaje je kontrolirano što potvrđuju važeći vodopravni akti,



redovito tehničko održavanje i pregledi vodoopskrbnih instalacija,



edukacija zaposlenika i gostiju

5. Voda

Zbog održivog poslovanja Ilirija d.d. kroz operativno djelovanje svojih službi, kao i sustavna ulaganja veliku pažnju poklanja smanjenju korištenja pitke vode kao jednog od najbitnijih raspoloživih resursa koja značajno utječe na okolišne i ekonomske učinke kompanije. Svi naši kapaciteti se opskrbljuju pitkom vodom iz lokalnog vodovoda što ujedno označuje i naše djelovanja na lokalnoj odnosno regionalnoj razini, a za navodnjavanje hortikulturalnih, zelenih površina u kampu se od 2013. godine sustavom kap na kap koristi voda iz vlastite bušotine koja je legalizirana i posjeduje važeći vodopravni akt odnosno dozvolu s definiranom količinom crpljenja vode na godišnjoj razini. Svake godine iscrpi se dozvoljena količina što je u kampu ključno zbog održavanja stotine posađenih biljnih autohtonih vrsta koje ondje doprinose jedinstvenom ugođaju parka. Zapis i redovni izvještaj nadležnim institucijama podnosi se u obliku očevidnika, četiri puta godišnje o iscrpljenim količinama vode iz bušotine. Tijekom ljetne sezone, na vlastiti trošak ispitujemo iscrpljenu vodu na određene parametre, primjerice kloride, čime indirektno pratimo efekt crpljenja na kvalitetu vode kojom zalijevamo biljke. Ovo nam omogućuje da se uskladimo sa svojevrsnim prirodnim ciklusom stanja vode koja nam je prijeko potrebna. Sukladno rezultatima reguliramo dnevne količine zahvaćanja vode iz bušotine kroz smanjenje radnih sati crpki.

Sukladno zakonskim propisima, ishoduju se i redovno obnavljaju vodopravne dozvole za lokacije koje zbog prirode poslovanja i kakvoće otpadnih voda to zahtijevaju. Tijekom 2017. godine kamp i tri hotela oslobođena su obnavljanja vodopravnih dozvola jer im je dodijeljeno trajno rješenje po kojemu navedene lokacije više ne trebaju imati dozvole, a otpadne vode im se prije ispusta u javni sustav odvodnje više ne ispituju. Ovo je smanjilo troškove ispitivanja istih i potvrdilo višegodišnji trud oko pomnog praćenja i poboljšanja kvalitete ispuštene otpadne vode.

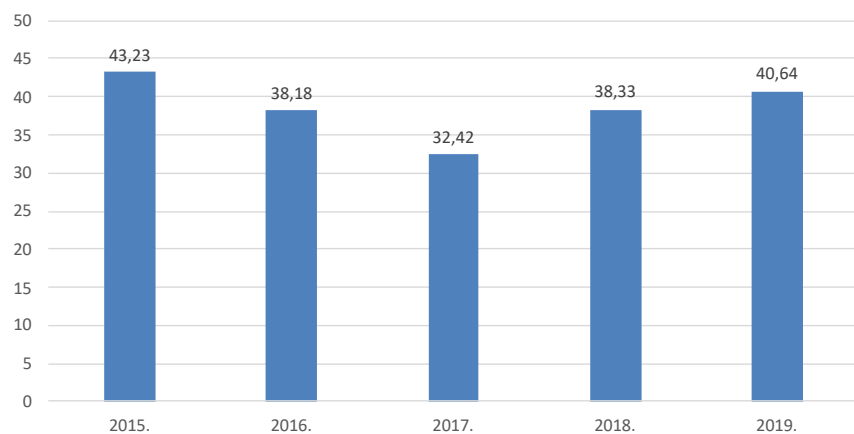
Službe održavanja preventivno kontroliraju interne vodoopskrbne instalacije i sudjeluju aktivno u smanjenju potrošnje pitke vode. Tako je u cilju smanjenja potrošnje pitke vode u kampu „Park Soline“ na svim zajedničkim sanitarnim čvorovima služba održavanja postavila štedne perlatore na slavine i tuševe i to na ukupno 800 slavina/tuševa u cijelom kampu. Naime, štedni perlator su nastavci koji pomaže pri štednji vode tako da miješaju mlaz vode na slavini/tušu sa zrakom, a da se pri tome ne narušava kvaliteta odnosno komfor korištenja vode. U hotelima je do sada postavljeno dodatnih 790 komada štednih perlatora samo u hotelske sobe. O planiranim potrebnim količinama za zamjenu ili postavljanje novih brine Voditelj zaštite okoliša sukladno zahtjevima službi održavanja i domaćinstva, koji su inkorporirani u ciljeve sustava upravljanja okolišem.

Potrošnja vode prati se mjerenjem odnosno očitavanjem utrošenih količina vode direktno, na vodomjerima o čemu se vode interni zapisi. Na mjesečnoj bazi se tablično vodi potrošnja vode u jedinicama u kojima se kupuje, na temelju ovjerenih faktura opskrbljivača, koja omogućuje usporedbe s istim razdobljima proteklih godina.

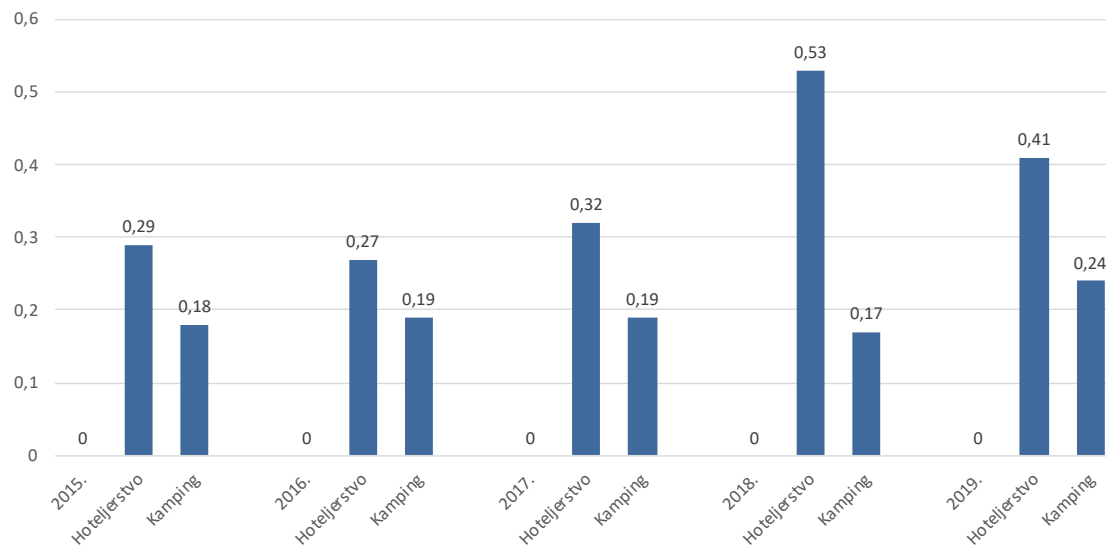
Pregled potrošnje vode po sektorima

Ukupna potrošnja vode (m ³)	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.
Hotelijerstvo	38298	36099	44521	76179	60454
Kamping	45805	47951	54364	50253	70201
Nautika	34808	30740	26101	30857	32716
Ostalo	6908	8255	16795	18321	17068
Ukupno	125819	123045	141781	175610	180439

Potrošnja vode (m³) po vezovima u nautici



Omjer utrošene pitke vode po broju noćenja u hotelijerstvu i kampu u razdoblju 2015.-2019.



Unutar sektora kampinga odnosno kampa „Park Soline“ za navodnjavanje hortikulturnih površina koristi se voda iz vlastite bušotine čija je potrošnja u 2019. godini povećana, u granicama dozvoljenog, kao posljedica značajnog hortikulturnog oplemenjavanja i uređivanja prostora kampa. U svrhu obogaćivanja, postojećeg okoliša, dodatnog pošumljavanja, parkovnog oblikovanja i introdukcije novih vrsta, a sve u skladu s mediteranskim principima uređenja, samo je u zadnjem kvartalu 2019. posađeno preko 500 grmova i stabala raspoređenih u sve zone kampa koji ovim počinje dobivati izgled uređenog parka.

Godina	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.
Ukupna količina zahvaćene podzemne vode (m ³) iz bušotine S-1 u kampu Park Soline	9729	4641	7468	3319	8055



Upravljanje otpadom



redovno revidiranje liste
proizvedenih vrsta otpada



dokumentacija o nastanku i
tijeku proizvedenog otpada



zbrinjavanje otpada putem
ovlaštenih tvrtki



suradnja sa lokalnim
komunalnim poduzećima



vođenje evidencije ovjerenih
pratećih listova

6. Otpadne vode i otpad

Otpadne vode

Prije ispuštanja u gradsku kanalizaciju mrežu sve otpadne vode iz naših objekata prolaze određenu vrstu pred obrade odnosno pročišćavanja. To je ujedno i granica utjecaja otpadnih voda kompanije na okolinu.

U Marini Kornati tehnološka otpadna voda nastala na pralištu brodova prolazi kroz fizikalno–kemijski pročistač prije ispusta. Ovaj se pročistač redovito održava, a kakvoća ispuštene vode provjerava se putem ovlaštenog laboratorija sukladno vodopravnoj dozvoli. Kada je pročistač u upotrebi služba održavanja svakodnevno kontrolira i mjeri količine utrošenih kemikalija. Vanjski serviser najmanje jednom godišnje dolazi u kontrolu istoga. Sukladno njegovim preporukama redovito se mijenjaju dotrajali dijelovi ili se postojeći zamjenjuju sa boljim, novijim, učinkovitijim. Do sada, a time i u izvještajnom razdoblju nije bilo zapisa, niti pritužbi o bilo kakvom slučajnom ispustu ili ispuštanju otpadne tehnološke vode neprihvatljive kakvoće u more. Marina Kornati je dapače, ponosni nositelj međunarodnog programa Plave zastave već šesnaestu godinu za redom.

Ugostiteljski objekti naših hotela, kampa i marine imaju ugrađene mehaničko-fizikalne separatore jestivih ulja i masti prije ispusta u sustav javne kanalizacije, koje redovito kontroliraju interne službe održavanja i vanjske ovlaštene tvrtke. Također, separatore imaju i uređene parkiralne površine naših objekata. Ovlaštene tvrtke zadužene su za čišćenje istih. Otpad nastao u separatorima tijekom bilo kakve predobrade (muljevi ili zauljene, opterećene vode) zbrinjavaju ovlaštene tvrtke o čemu se vode zapisi u službi zaštite okoliša.

Sve su otpadne vode objekata tvrtke ispitivane putem ovlaštenog laboratorija ako je to zahtijevala vodopravna dozvola i granične vrijednosti ispitanih pokazatelja kvalitete odnosno kakvoće vode nisu prelazile maksimalne dopuštene količine u nijednom slučaju.

Ispuštene otpadne vode se ne recikliraju, odnosno ne vraćaju na bilo koji način u sustav za ponovno korištenje. Odredište za sve otpadne vode proizvedene u objektima tvrtke je sustav javne odvodnje, osim za vode nastale na pralištu brodova u Marini Kornati.

Kamp „Park Soline“, unatoč svojoj veličini i zahtjevima, sve svoje otpadne vode, kao jedan od rijetkih kampova u Hrvatskoj, ispušta kroz kontrolna okna u sustav javne odvodnje kojim iste odlaze na gradski uređaj za krajnje pročišćavanje.

Količine proizvedenog otpada po vrstama u razdoblju od 2015.-2019. godine

Godina	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.
Opasni otpad (t/god)	38,6	27,47	29,928	33,822	28,491
Neopasni otpad (t/god)	65,431	50,225	149,801	108,276	414,451
Mješani komunalni otpad (t/god)	427,55	453,75	503,4	515,6	303,7
Ukupno(t/god)	531,581	531,45	683,13	657,70	746,64

Pregled vrsta opasnog i neopasnog otpada na razini kompanije za 2019. godinu koje su predane ovlaštenim sakupljačima. Količine su dobivene vaganjem ili procjenom.

Opasni otpad / količina u tonama - ukupno 28,491 tona



Otpadni tiskarski toneri koji sadrže opasne tvari (0,18t)



Fluorescentne cijevi i ostali otpad koji sadrži živu (0,061t)



Ostala motorna, strojna i maziva ulja (19,74t)



Muljevi iz separatora ulje/voda (0,21t)



Zauljena voda iz separatora ulje/voda (2t)



Ambalaža koja sadrži ostatke opasnih tvari ili je onečišćena opasnim tvarima (2,41t)



Apsorbensi, filtarski materijali, tkanine za brisanje i zaštitna odjeća, onečišćeni opasnim tvarima (1,433t)



Filtri za ulje (2,457t)

Neopasni otpad / količina u tonama - ukupno 414,451tona



Papir/karton (32,27t)



Plastika (plastična ambalaža)
(3,17t)



Metal (metalna ambalaža)
(0,5t)



Staklo (staklena ambalaža)
(2,07t)



Mješavine betona, cigle,
crijepa/pločica i keramike
(65t)



Zemlja i kamenje (234,2t)



Glomazni otpad (24t)



Mješavine masti i ulja iz
separatora ulje/voda, koje
sadrže samo jestivo ulje i
masnoće (15,5t)



Jestiva ulja i masti (3,925t)



Biorazgradivi otpad (33,816t)

7. Pridržavanje propisa zaštite okoliša

Praćenjem i pridržavanjem zakonskih propisa iz područja okoliša kao i implementaciju interne Politike zaštite okoliša i kvalitete kompanija potvrđuje temeljnu orijentiranost i cilj ne samo ka poštivanju i pridržavanju propisa s područja zaštite okoliša već i vlastitoj proaktivnoj politici na području zaštite okoliša kao temeljnog resursa turističkih kompanija. Postojeće i nove procese uvijek prilagođavamo ne samo zakonskim minimumima već i standardima koje je kompanija tijekom godina sama postavila, a koja nadilaze zakonske okvire.

Redoviti inspekcijski nadzori potvrđuju usklađenost sa zakonskim aktima, dok eksterni auditi dodijeljenih domaćih i međunarodnih eko markica ili normi služe kao alati kojima se poboljšava orijentiranost očuvanju okoliša i potvrđuju nam da radimo iznad propisanog.

U 2019. godine nije kazni ili sankcija tijekom nadležnih inspekcijskih nadzora kojima je utvrđeno nepoštivanje zakona tj. važećih propisa iz područja okoliša. Također, u izvještajnom razdoblju, nije bilo pritužbi od strane dobavljača, gostiju ili građana po pitanju okoliša.



Pridržavanje zakonskih propisa



Vlastita Politika zaštite okoliša i kvalitete



Implementacija domaćih i međunarodnih standarda na području zaštite okoliša



Bez kazni i sankcija nadležnih tijela s naslova zaštite okoliša



44.554 sadnica zasađeno u razdoblju od 2015.-2019.



Zasađeno 11.635 sadnica u 2019.



Daljnje hortikulturno oblikovanje kampa

8. Hortikulturno uređenje i oblikovanje u skladu s mediteranskim okruženjem

Kompanija posebnu pažnju posvećuje hortikulturnom oblikovanju i uređenju prostora u svim destinacijama u kojim posluje i na razini svih sektora s posebnim naglaskom na kamping sektor odnosno kamp „Park Soline“. U 2019. godini zasađeno 11.635 sadnica, uključujući i sezonske sadnice koje se dva puta godišnje izmjenjuju, dok je u razdoblju od 2015. pa zaključno sa 2019. godinom zasađeno je 46.554 sadnica na razini cijele kompanije.

Najznačajnije hortikulturno oblikovanje i uređenje kompanija provodi u kampu čiji prostor oplemenjuje biljkama mediteranskog podneblja u cilju očuvanja postojećeg krajobraza. Ističu se stabla kojima se pošumljava svaki slobodni prostor, različite vrste mediteranskih grmova, manje trajnice, penjačice, prekrivači tla, sadnice za živicu (zelene ograde) itd. Dominiraju oleandri (*Nerium oleander*), pitospora (*Pittosporum tobira*), lovor (*Laurus nobilis*), lavanda (*Lavandula officinalis*), tekoma (*Campsis radicans*), ružmarin (*Rosmarinus officinalis*), kostela (*Celtis australis*), lipa (*Tilia*), mimoza (*Acacia dealbata*), čempres (*Cupressus sempervirens*), bagrem (*Robinia pseudoacacia*), magnolije (*Magnolia grandiflora*) te još mnogobrojne biljke. Sve zasađeno doprinosi jedinstvenom uređenju i ugođaju parka kojeg s velikim trudom želi dovesti do razine jedinstvenog arboretuma.

U kampu „Park Soline“ u svrhu obogaćivanja postojećeg okoliša, dodatnog pošumljavanja, parkovnog oblikovanja i introdukcije novih vrsta, samo je u zadnjem kvartalu 2019. posađeno preko 500 grmova i stabala raspoređenih cijelim njegovim površinama čime kompanija potvrđuje svoju predanost ka oblikovanju prostora kampa u kamp-park.

Ukupni broj posađenih sadnica po sektorima Ilirije d.d	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.
Hotelijerstvo	5254	3776	4359	11761	7793
Kamping	931	808	582	2274	2570
Nautika	473	1598	871	2232	1272
Ukupno	6658	6182	5812	16267	11635



V. Društvene teme

U dijelu upravljanja ljudskim resursima i zapošljavanja polazimo od:

1.

upravljanja, planiranja, razvoja i motiviranja zaposlenika

2.

kontinuirane edukacije,

3.

aktivnog uključivanja zaposlenika u razvoj novih proizvoda i usluga

4.

poboljšanja materijalnog položaja,

5.

pravovremog zapošljavanja sezonskih zaposlenika, i

6.

osiguranje novih radnih mjesta kroz razvoj cjelogodišnjeg poslovanja.

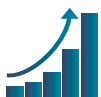
1. Zapošljavanje

Zaposlenici su jedan od ključnih dionika posebno u turističkim kompanijama odnosno nositelji poslovnog procesa, pružatelji usluga krajnjem kupcu, sudionici u kreiranju i razvoju novih proizvoda i usluga, slijedom čega značajno utječu na razvoj novih usluga, proizvoda i sadržaja, konkurentnost kompanije odnosno svojim angažmanom i na njen krajnji poslovi rezultat, slijedom čega zapošljavanje predstavlja materijalnu temu za kompaniju. Na području zapošljavanja Ilirija utječe na lokalnu i regionalnu zajednicu kroz osiguranje radnih mjesta stanovništvu s tog područja, budući da Ilirija većinu svojih zaposlenika zapošljava iz okolnih mjesta. Granice utjecaja unutar kompanije protežu se na sve zaposlenike unutar sektora i službi odnosno profitnih centara dok su izvan kompanije granice utjecaja na lokalnoj odnosno regionalnoj razini područja djelovanja. Lokalna razina odnosi se na područje grada Biograda na Moru i okolnih mjesta i općina dok regionalna razina obuhvaća područje Zadarske županije.

U upravljanju ljudskim resursima i zapošljavanja koordinirane su aktivnosti Uprave kompanije, Službe kadrova i obračuna plaća i rukovoditelja sektora, koji na operativnoj razini planiraju potrebne kadrove, odnosno optimalan broj stalnih i sezonskih zaposlenika po profitnim centrima, sektorima i na razini cijelog sustava za narednu poslovnu godinu.



Cjelogodišnje zapošljavanje



Od 2015. rast broja zaposlenika za 48%



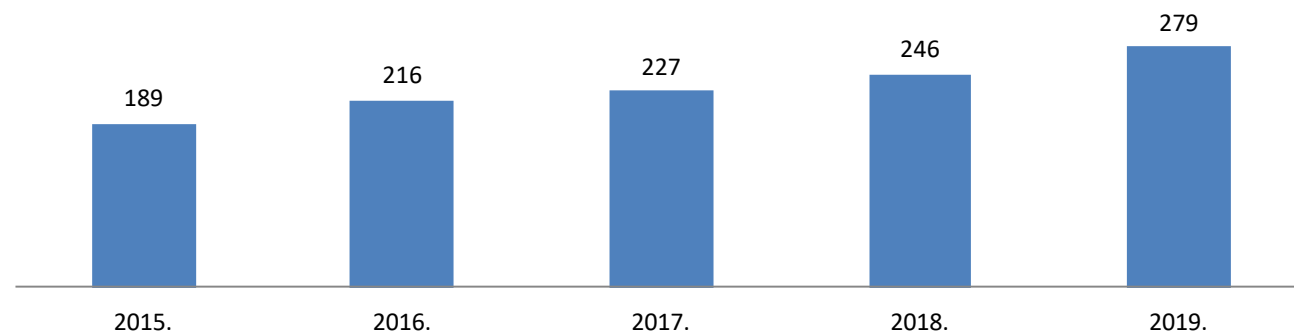
1000 zaposlenika u objektima Ilirije

U dijelu razvoja ljudskih kadrova posebno ističemo činjenicu da je kompanija u 2019. godini primila u radni odnos devet pripravnika, mladih visokoobrazovanih osoba različitih profesija, koje se sustavno rotacijom poslova upoznavaju i educiraju o svim aspektima turističke i ugostiteljske djelatnosti.

Zapošljavanje u 2019. godini

Ilirija je tijekom 2019. godine u radnom odnosu ukupno imala 466 zaposlenika od kojih je u radni odnos bilo primljeno 230 zaposlenika. Na dan 31.12.2019. godine u radnom odnosu je bilo 279 zaposlenika, što je za 14,81% više u odnosu na isti dan 2018. godine, kada je kompanija u radnom odnosu imala 243 zaposlenika. Ilirija bilježi rast broja zaposlenih tijekom posljednjih pet godina. Od 2015. godine broj zaposlenih je porastao za 48%, što ujedno pokazuje kontinuiranu opredjeljenost kompanije ka cjelogodišnjem zapošljavanju što je najvećim dijelom posljedica razvoja ponude i sadržaja s karakterom cjelogodišnjeg poslovanja.

Broj zaposlenih na kraju izvještajnog razdoblja od 2014. do 2019. godine



Također, važno je napomenuti da u objektima kompanije unutar profitnih centara Marina Kornati i Poslovno-trgovačkog centra City Galleria djelatnost obavljaju i njeni poslovni partneri (charter kompanije, servisi, zakupci itd.), slijedom čega Ilirija u svojim objektima osigurava radno mjesto za preko 1.000 osoba.

Obzirom na izrazitu sezonalnost hrvatskog turizma čime je posljedično izrazito izražena fluktacija zaposlenika kroz naglašeno sezonsko zapošljavanje. U 2019. godini zapošljavanje sezonskih zaposlenika na nacionalnoj razinu posebno u turizmu okarakteriziralo je otežano zapošljavanje sezonskih zaposlenika, posebno domaćeg stručnog i kvalificiranog kadra, predstavljajući jedan od ključnih izazova što je u konačnici značajno utjecalo kako na planiranje kadrova te istovremeno na financijske pokazatelje uspješnosti poslovanja.

Slijedom prethodno navedenog kompanija je u 2019. godini posebnu pozornost usmjerila u planiranje kadrova, praćenje kretanja na tržištu rada i praćenje fluktacije zaposlenika uz izrazito izražajnu kontinuiranu, svjesnu i ciljanu politiku poboljšanja materijalnog položaja zaposlenika. Također, kompanija svjesno nije posezala za radnom snagom iz inozemstva već je zapošljavala isključivo domaće, većinom lokalne, kvalificirane zaposlenike, za posljedicu je imalo očekivano veći trošak rada i uz duže zadržavanje u radnom odnos s naslova cjelogodišnjih poslovnih aktivnosti.



Pregled stanja zaposlenika po mjesecima za 2019. godinu

Redni broj	PROFITNI CENTAR / ORGANIZACIJSKA JEDINICA	BROJ IZVRŠITELJA 2019.											
		01.01.	28.02.	31.03.	30.04.	31.05.	30.06.	31.07.	31.08.	30.09.	31.10.	30.11.	31.12.
	*PROFITNI CENTRI												
1.	HOTEL ADRIATIC	37	7	1	32	33	38	36	36	23	4	2	26
2.	HOTEL ILIRIJA	50	37	48	47	47	52	55	54	58	51	42	49
3.	HOTEL KORNATI	35	2	24	31	31	36	41	37	37	24	6	30
4.	HOTEL VILLA DONAT	0	0	0	9	21	23	29	29	20	3	1	0
5.	LAVANDER	1	0	0	3	4	8	9	8	6	2	0	0
6.	MARINA KORNATI	46	45	48	53	55	55	56	55	55	53	52	52
7.	RESTORAN "MARINA KORNATI"	3	14	14	17	16	16	15	16	19	18	16	8
8.	AOATIC CENTAR	1	0	0	6	2	18	26	18	8	2	0	0
9.	TURISTIČKA AGENCIJA	3	2	3	3	5	6	9	8	5	3	3	3
10.	KAMP "PARK SOLINE"	16	20	19	30	32	34	46	39	31	27	22	18
11.	RESTORAN "PARK SOLINE"	1	0	0	13	14	20	28	23	8	6	2	0
12.	ARSENAL	9	12	13	9	13	8	5	5	7	8	15	2
13.	TENIS CENTAR "ILIRIJA"	0	2	3	5	5	5	5	5	5	5	4	3
14.	BEACH BAR DONAT	0	0	0	0	0	0	3	1	0	0	0	0
	*ORGANIZACIJSKE JEDINICE												
15.	ZAJEDNIČKE SLUŽBE	31	33	31	32	33	33	33	33	33	36	36	35
16.	SLUŽBA ODRŽAVANJA	7	8	8	8	8	7	7	9	9	9	9	8
17.	PRAONICA	8	5	5	12	14	15	16	16	16	10	6	6
18.	HORTIKULTURA	10	16	12	12	13	12	10	9	11	11	16	14
19.	BROD NADA	0	1	1	4	7	2	6	2	3	2	2	1
20.	WELLNESSS	6	5	5	5	5	9	9	9	7	6	5	5
21.	NAUČIČKI SAJAM	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2
22.	CITY GALLERIA	16	16	16	18	18	19	19	19	18	18	18	17
	UKUPNO	282	227	253	351	378	419	466	434	382	301	259	279

Broj zaposlenih na
31.12.2019.

279



Prosječan broj
zaposlenih u 2019.

362



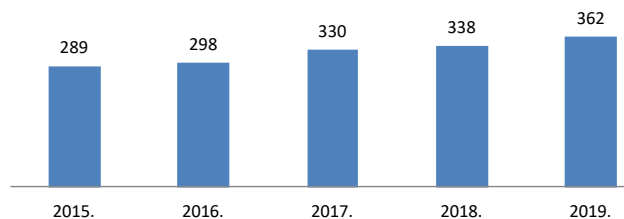
Prosječan broj
zaposlenih na bazi
sata rada

367

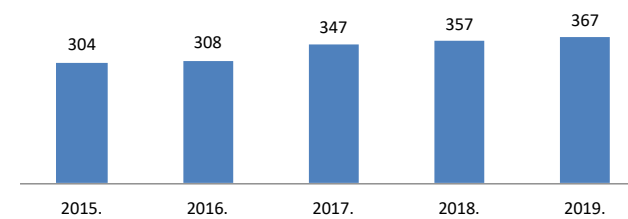


Rast prosječnog broja zaposlenih kao i broja zaposlenika na bazi sati rada bilježimo i u 2019. godini. Prosječan broj zaposlenika u 2019. godini je 362 što je za 7% više nego u prethodnom razdoblju a prosječan broj zaposlenika na bazi sati je 367 što je za 3% više nego u 2018. godini.

Prosječan broj zaposlenih kroz godinu
u razdoblju od 2014.-2018.



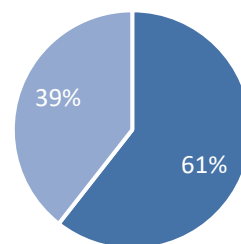
Prosječan broj zaposlenih na bazi plaćenih sati
u razdoblju od 2014.-2018.



**Do broja zaposlenika na bazi sati rada na mjesečnoj razini dolazimo na način da se ukupno plaćeni sati rada u jednom mjesecu podijele sa fondom sati za taj mjesec. Podjelom kumulativnog broja zaposlenika na bazi sati rada po mjesecima sa ukupnim brojem mjeseci u godini dolazimo do prosječnog broja zaposlenika na bazi sati rada na godišnjoj razini.*

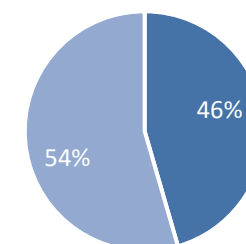
Na dan 31.12.2019. godine u radnom odnosu je bilo 279 zaposlenika od čega 169 odnosno 61% zaposlenika na neodređeno vrijeme te 110 odnosno 39% zaposlenika na određeno vrijeme. Od ukupnog broja zaposlenih 54% je muškaraca a 46% čine žene.

Zaposleni prema ugovoru o radu na dan 31.12.2019.



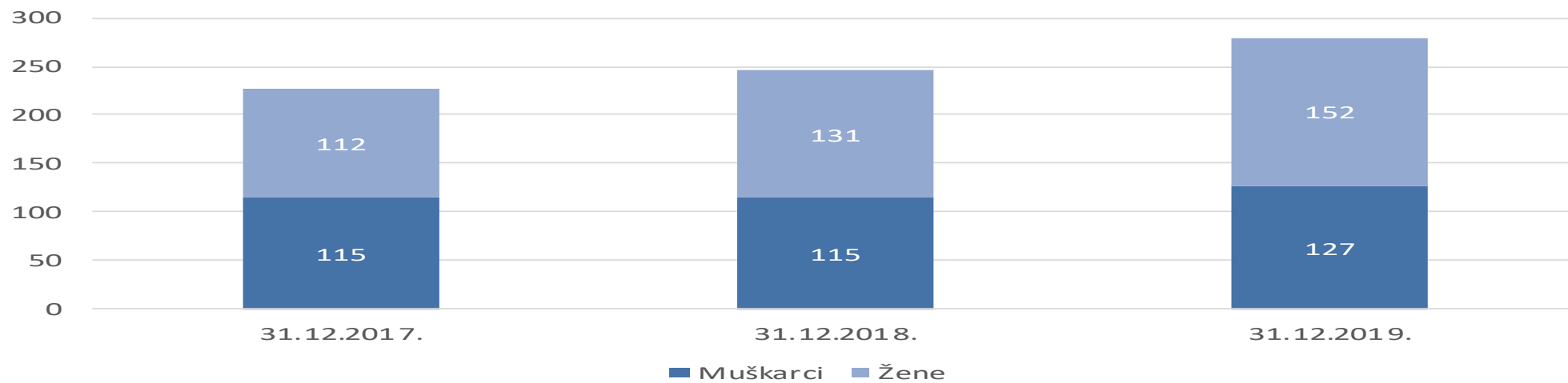
■ Ugovor na neodređeno ■ Ugovor na određeno

Zaposleni prema spolu na dan 31.12.2019.

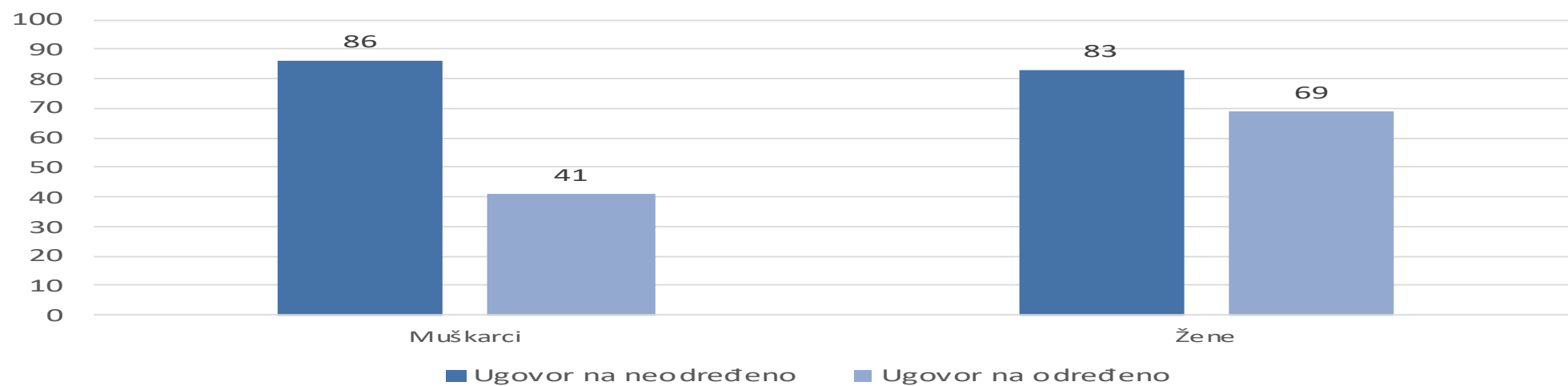


■ Muškarci ■ Žene

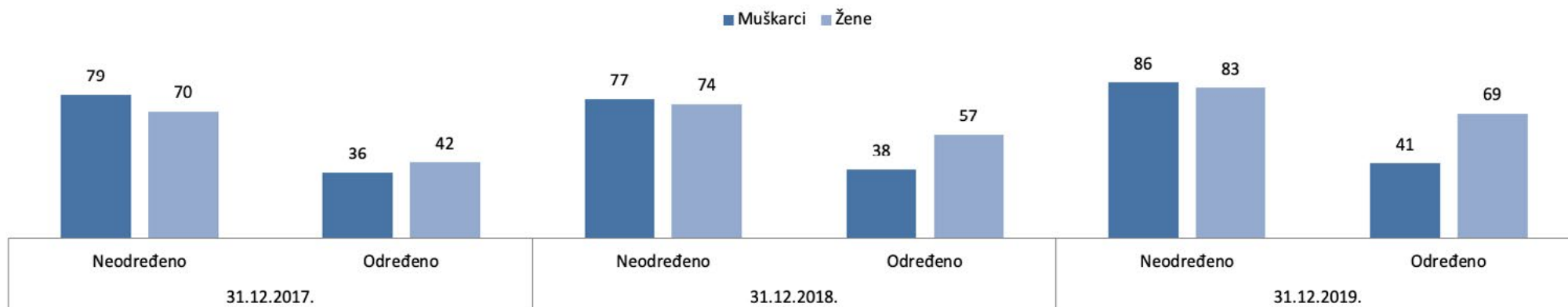
Zaposleni po spolu na kraju izvještajnog razdoblja 2017., 2018. i 2019. godine



Zaposleni na dan 31.12.2019. prema spolu i ugovoru o radu

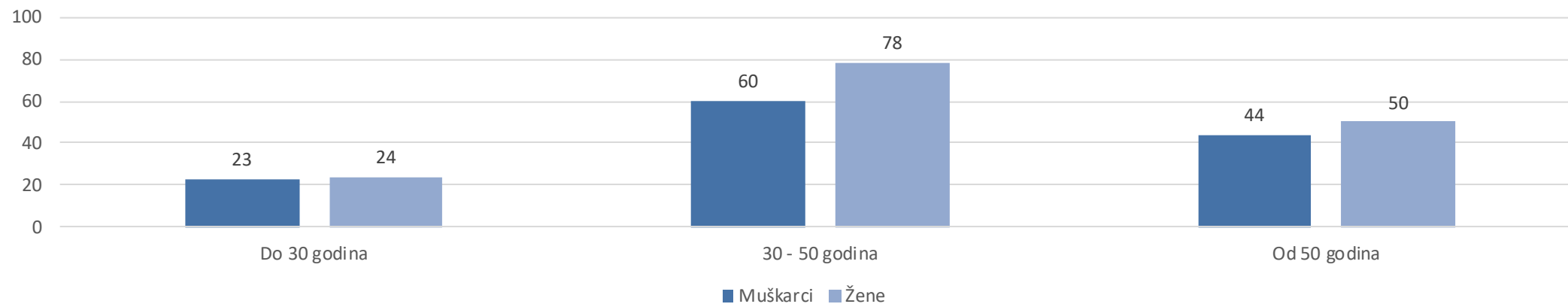


Zaposleni prema ugovoru o radu i spolu na dan 31.12.2017., 2018. i 2019. godine



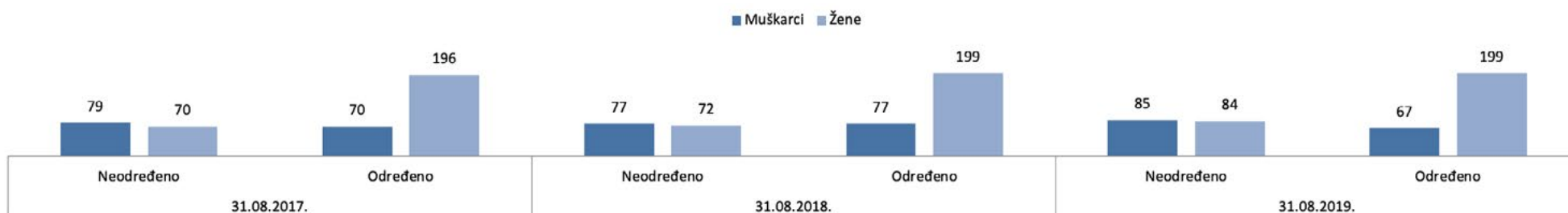
Promatrajući dobnu strukturu zaposlenih na dan 31.12.2019. i dalje prevladavaju zaposlenici dobne skupine od 30 do 50 godina njih 138 od kojih 60 muškaraca i 78 žena. Do 30 godina bilo je 47 zaposlenika a u dobnoj skupini iznad 50 godina 94 zaposlenika

Zaposleni prema spolu i dobnoj skupini na dan 31.12.2019.

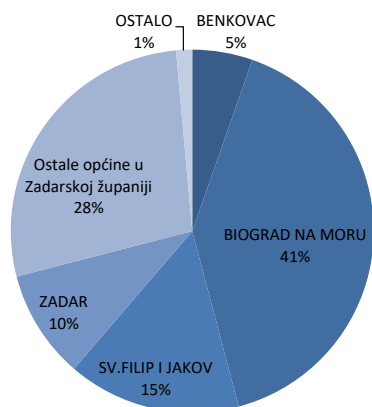


S obzirom na sezonski karakter poslovanja u punoj sezoni odnosno na dan 31.08. bilježimo povećani broj zaposlenih na određeno vrijeme. Među kojima je najviše zaposlenih žena jer je i povećana potražnja na radnim mjestima na koja se uglavnom javljaju žene kao što su radna mjesta u domaćinstvu i kuhinji. Broj zaposlenih u punoj sezoni i dalje kontinuirano raste promatrajući razdoblje od 2017. godine do 2019. godine. U punoj sezoni 2017. godine bilo je zaposleno 415 osoba u 2018. godini 425 a 2019. godine bilo je 435 osoba u radnom odnosu što je rast za 2%.

Zaposleni prema ugovoru o radu i spolu na dan 31.08.2017., 2018. i 2019.

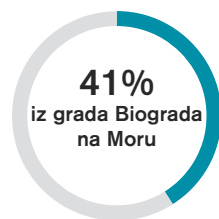
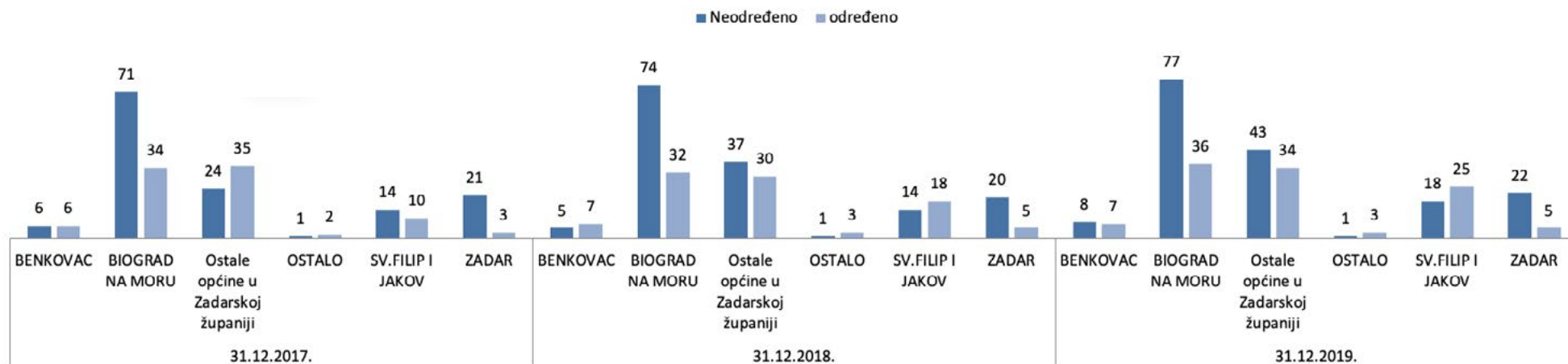


Zaposleni prema prebivalištu na dan 31.12.2019.

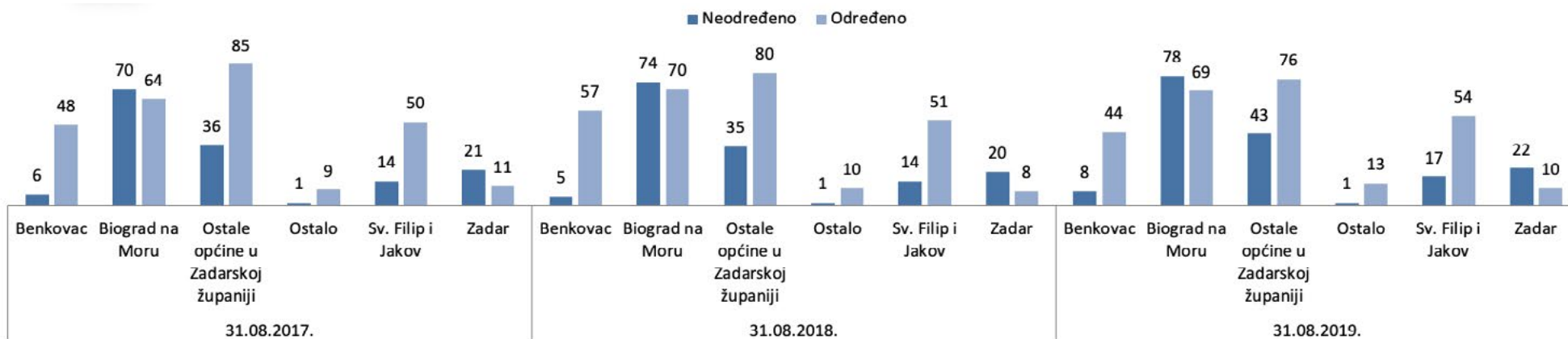


Promatrajući zaposlenike prema mjestu prebivališta većina zaposlenika dolazi iz lokalne sredine odnosno grada Biograda na Moru i susjednih općina. Tako je na dan 31.12.2019. godine iz grada Biograda na Moru bilo 113 zaposlenika odnosno 41% svih zaposlenika dok je samo 1% zaposlenih iz ostalih mjesta u Hrvatskoj. Promatrajući razdoblje od 2017. do 2019. godine u punoj sezoni Ilirija i dalje najveći broj zapošljava upravo iz svog neposrednog okruženja, što je i temeljni cilj kompanije u dijelu upravljanja ljudskim resursima u 2019. godini. Unatoč znatnim poteškoćama u pronalaženju sezonskog adekvatnog i stručnog osoblja za realizaciju turističke sezone 2019. godine, kompanija je uspjela osigurati redovnu djelatnost i svoje poslovanje u 2019. godini bez radne snage iz inozemstva odnosno stranih zaposlenika.

Zaposleni prema prebivalištu i ugovoru o radu na kraju izvještajnog razdoblja 2017., 2018. i 2019. godine



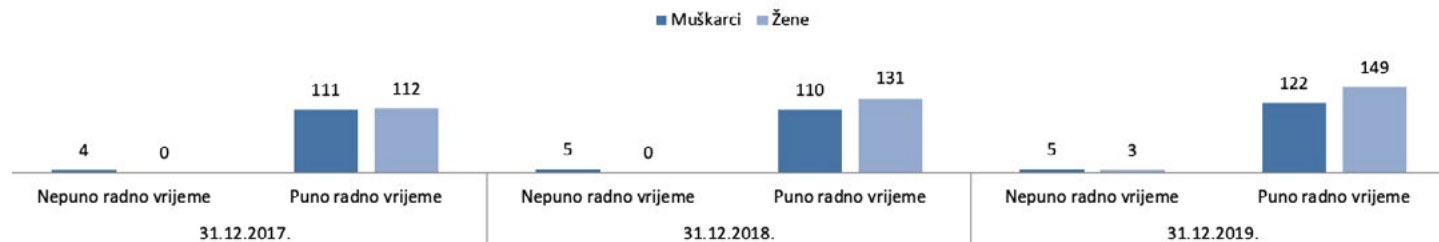
Zaposleni prema prebivalištu i ugovoru o radu na dan 31.08. 2017., 2018. i 2019. godine

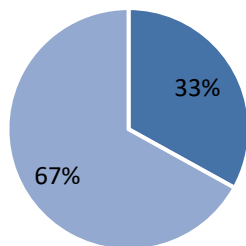


Puno i nepuno radno vrijeme

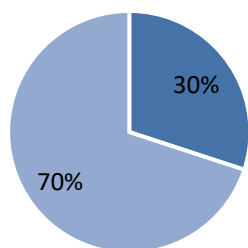
Zaposleni na kraju izvještajnog razdoblja prema spolu i radnom vremenu

Na dan 31.12.2019. godine u punom radnom vremenu radio je 271 zaposlenik, dok je 8 zaposlenika radilo u nepunom radnom vremenu od kojih 5 muškaraca i 3 žene.

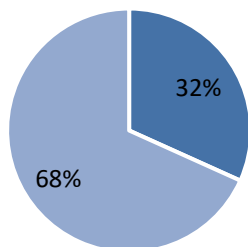




■ Novozaposleni 2017. ■ Stari sezonci 2017.



■ Novozaposleni 2018. ■ Stari sezonci 2018.



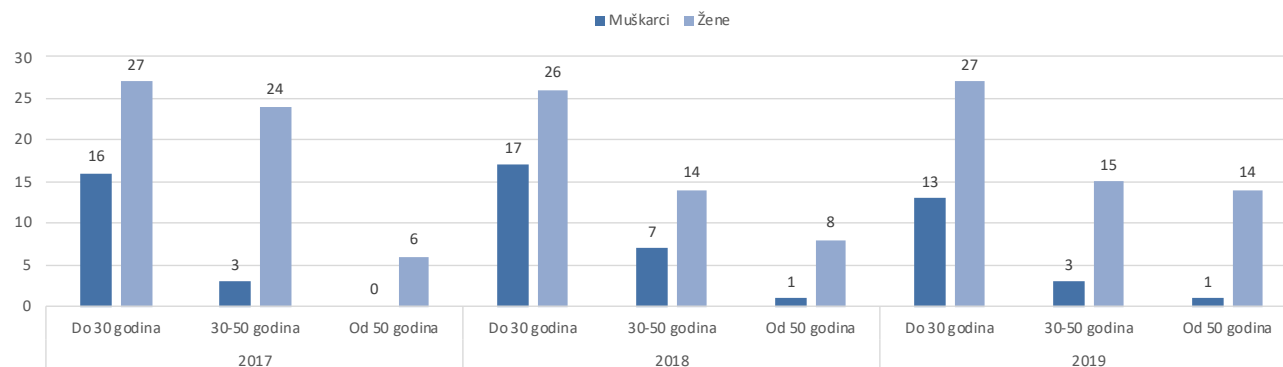
■ Novozaposleni 2019. ■ Stari sezonci 2019.

Novozaposleni

U 2019. godini kompanija je u radni odnos primila ukupno 230 zaposlenika od kojih je 157 sezonaca koji su već bili u radnom odnosu u Iliriji te 73 novozaposlenih odnosno zaposlenika koji su po prvi put u radnom odnosu u kompaniji. Ilirija kontinuirano svake godine zapošljava značajno veći broj sezonaca već zaposlenih u kompaniji što je rezultat kontinuiranog rada na poboljšanju materijalnog položaja i sezonskih zaposlenika, njihova razvoja i edukacije te razvoja cjelogodišnjeg poslovanja čime osiguravamo dužu zaposlenost i sezonske zaposlenike koji nam se kontinuirano vraćaju.

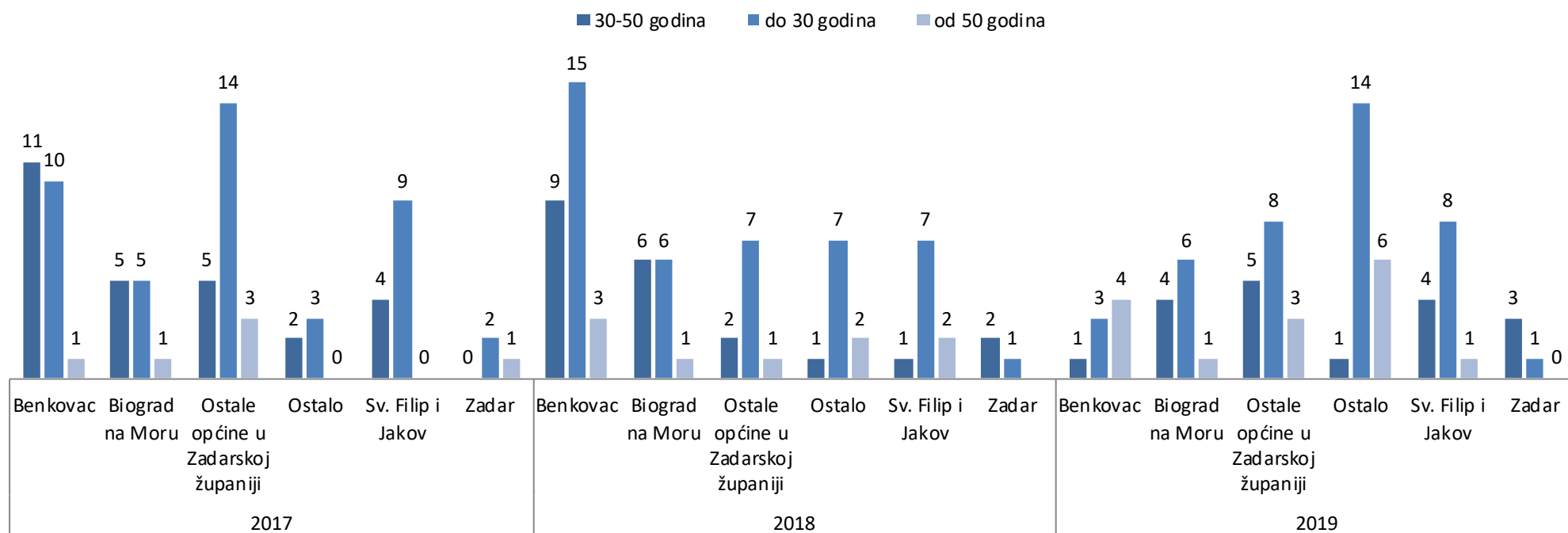
Promatrajući novozaposlene prema spolu i dobnim skupinama kontinuirano je veći broj novozaposlenih žena i to u dobi do 30 godina.

Novozaposleni prema dobnj skupini i spolu u razdoblju od 2017. do 2019. godine

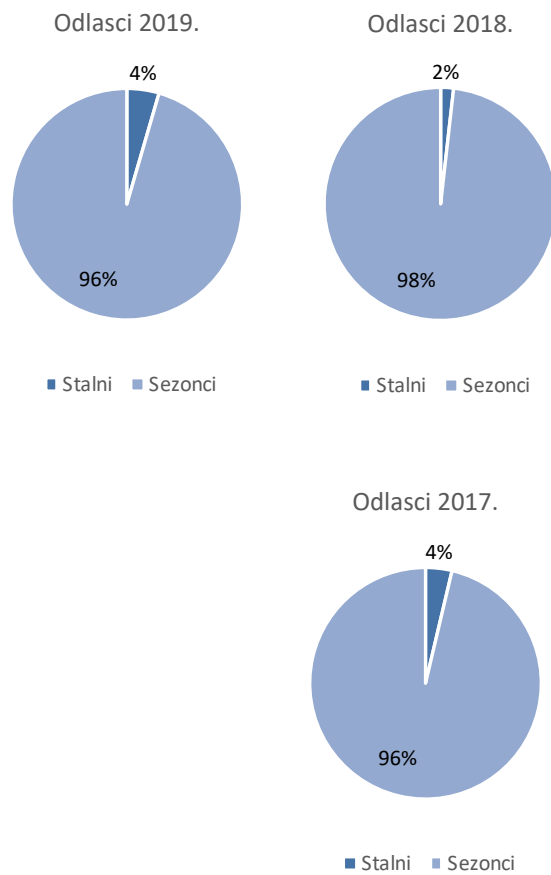


Promatrajući razdoblje 2017.-2019. godine vidljivo je da se 2019. godini u odnosu na prethodna razdoblja promijenio udio novozaposlenih prema prebivalištu. U izvještajnom razdoblju najveći broj novozaposlenih iz ostalih mjesta u Hrvatskoj dok je prethodnih godina najviše novozaposlenih dolazilo iz grada Benkovca, što dodatno ukazuje na činjenicu na otežani pronalazak sezonskih zaposlenika.

Novozaposleni prema dobnoj skupini i prebivalištu u razdoblju od 2017. do 2019. godine



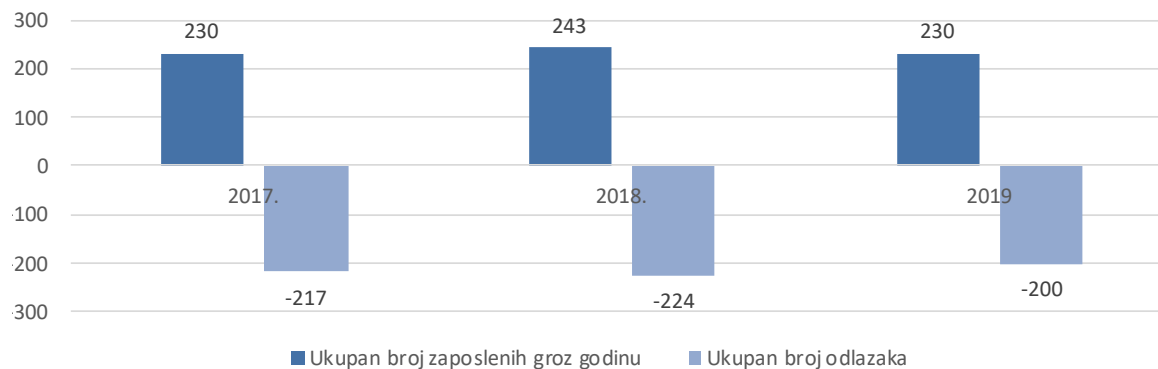
Odlasci zaposlenika prema vrsti ugovora o radu



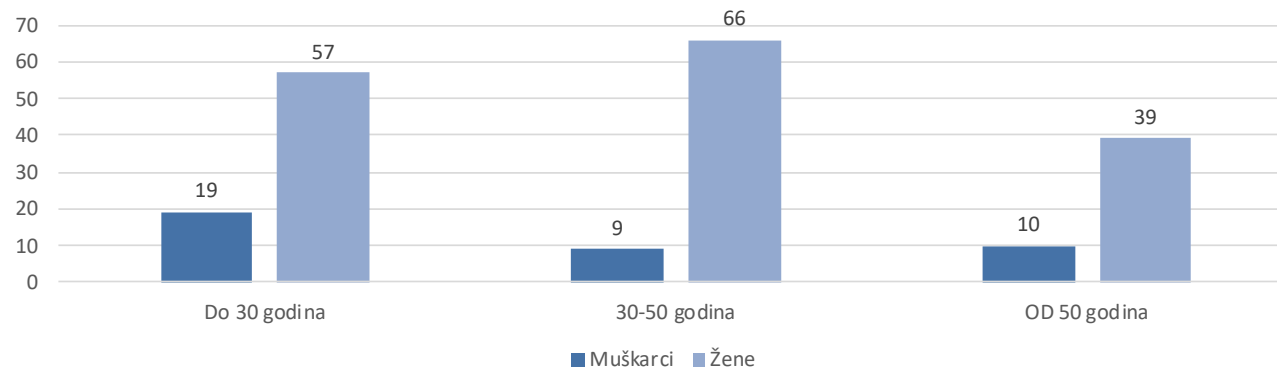
Fluktuacija zaposlenika

Fluktuacija zaposlenika izražena je kroz raskid radnog odnosa, a u 2019. godini od ukupno 200 odlazaka zaposlenika njih sveukupno 9 je raskinulo radni odnos na neodređeno vrijeme, odnosno 4%.

Dolasci i odlasci zaposlenika u razdoblju od 2017. do 2019. godine



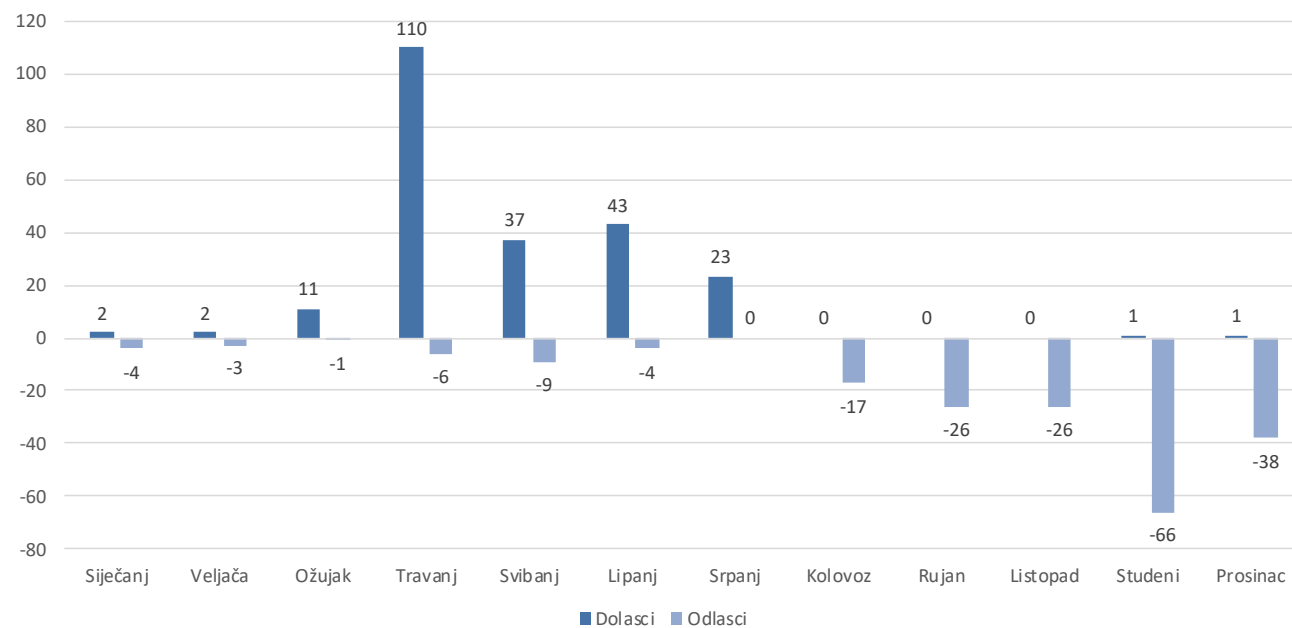
Odlasci zaposlenika u 2019. godini prema spolu i dobnoj skupini



Promatrajući po spolu obzirom na veći broj zaposlenih žena kroz godinu bilježimo i veći broj žena kod odlazaka.

Obzirom da kompanija ima sezonski karakter poslovanja najveći broj dolazaka bilježimo u predsezoni odnosno u mjesecu travnju, a najveći broj odlazaka u mjesecu studenom.

Dolasci i odlasci zaposlenika u mjesecima u 2019. godini



Roditeljski dopust

Svi zaposlenici Ilirije imaju pravo na korištenje roditeljskog dopusta, međutim u 2019. godini to pravo su koristile samo žene. Ukupno je 19 žena koristilo pravo na roditeljski dopust, od tri žene koje su se trebalo vratiti na posao, u 2019. godini vratile su se dvije te stopa povratka na posao u 2019. godini iznosi 67%, jedna zaposlenica se zadržala na poslu i 12 mjeseci nakon korištenja roditeljskog dopusta.

Godina	Ukupan broj zaposlenih kroz godinu		Zaposlenici koji su iskoristili pravo na roditeljski dopust		Ukupan broj zaposlenika koji se vratio na posao nakon završetka roditeljskog dopusta		Stopa povratka na posao	Stopa zadržavanja
	Muškarci	Žene	Muškarci	Žene	Muškarci	Žene		
2017.	175	269	0	13	0	3	33%	50%
2018.	188	278	0	14	0	2	100%	67%
2019.	160	306	0	19	0	2	67%	50%

2. Raznolikost i jednake mogućnosti

Ilirija je potpisnica Povelje o raznolikosti Hrvatska, u organizaciji Hrvatskog poslovnog savjeta za održivi razvoj i Europske komisije kao dijela regionalnog projekta, kojom se obvezala na provođenje politike raznolikosti i nediskriminacije unutar kompanije, i promicanje načela raznolikosti. Goran Ražnjević, predsjednik Uprave, ujedno je i jedan od Ambasadora Povelje o raznolikosti u Republici Hrvatskoj.

**Politika raznolikosti u kompaniji
polazi od sljedećih vrijednosti:**



jedanke mogućnosti na
radnom mjestu za sve
zaposlenike



raznolikost znanja i iskustva,



jednaka plaća



čuvanje osobnog i poslovnog
integriteta i dostojanstva
zaposlenika, i

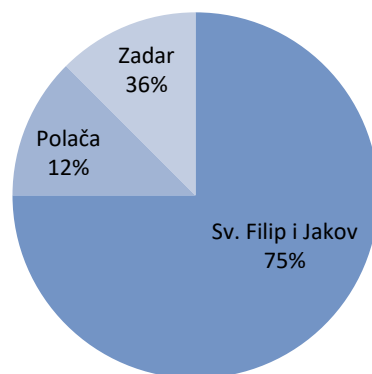


nulta tolerancija na bilo kakvi
oblik diskriminacije.

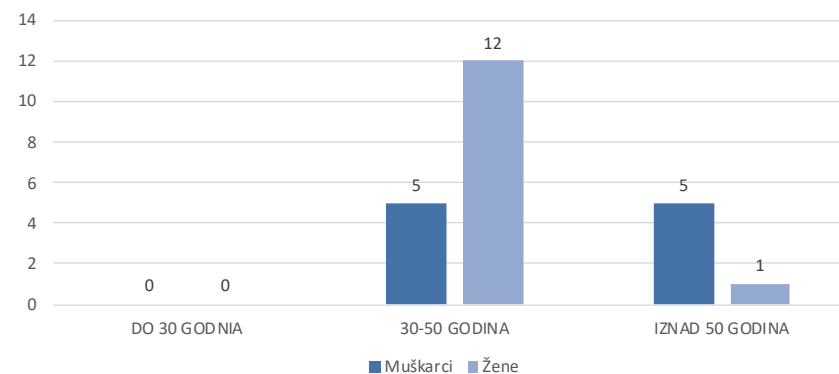
Ovim vrijednostima kompanija ima za cilj stvaranje motivirajućeg i poticajnog poslovnog sustava koji osigurava profesionalni razvoj i kontinuiranu edukaciju zaposlenika istovremeno vodeći brigu o njihovim društvenim i socijalnim potrebama uvažavajući njihove osobne i profesionalne posebnosti.

Na dan 31.12.2019. zaposlenici šireg menadžmenta čine 8% ukupnog broja zaposlenih u kompaniji. Prema spolnoj strukturi 57% čine žene dok promatrajući prema dobnoj skupini 74% čine zaposlenici od 30-50 godina. Svi zaposlenici šireg menadžmenta dolaze iz Zadarske županije a najviše ih je iz Zadra, njih 36%.

Zaposlenici šireg menadžmenta
prema mjestu prebivališta

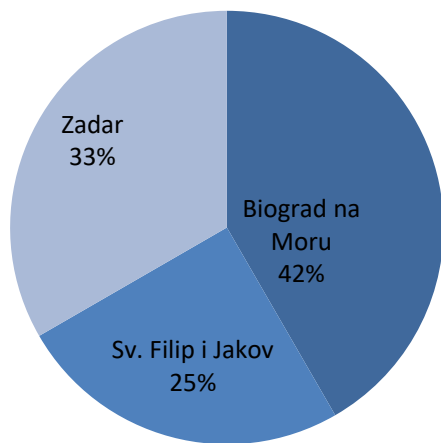


Zaposlenici šireg menadžmenta
prema spolu i dobnoj skupini

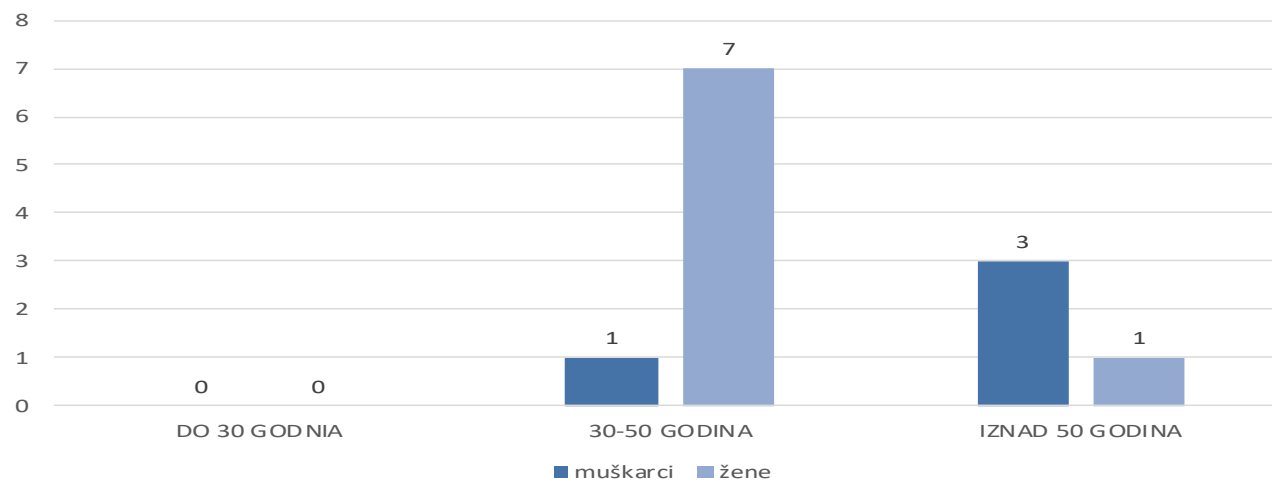


U visokom menadžmentu kompanije kojeg čine Uprava, rukovoditelji/ce sektora i voditelji/ce korporativnih službi nalazi se 12 osoba sa posebnim ovlaštenjima od čega je 58% žena. Svi dolaze iz lokalne i regionalne zajednice odnosno iz grada Biograda na Moru te ostalih gradova i općina Zadarske županije. Prema dobnoj strukturi, 75% visokog menadžmenta čine zaposlenici dobne skupine 30 do 50 godina.

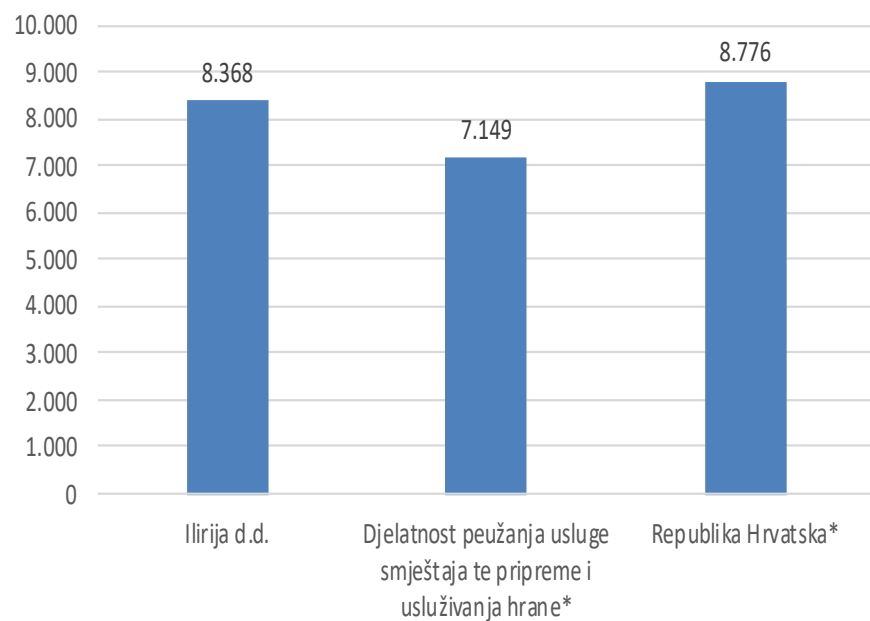
Zaposlenici visokog menadžmenta
prema mjestu prebivališta



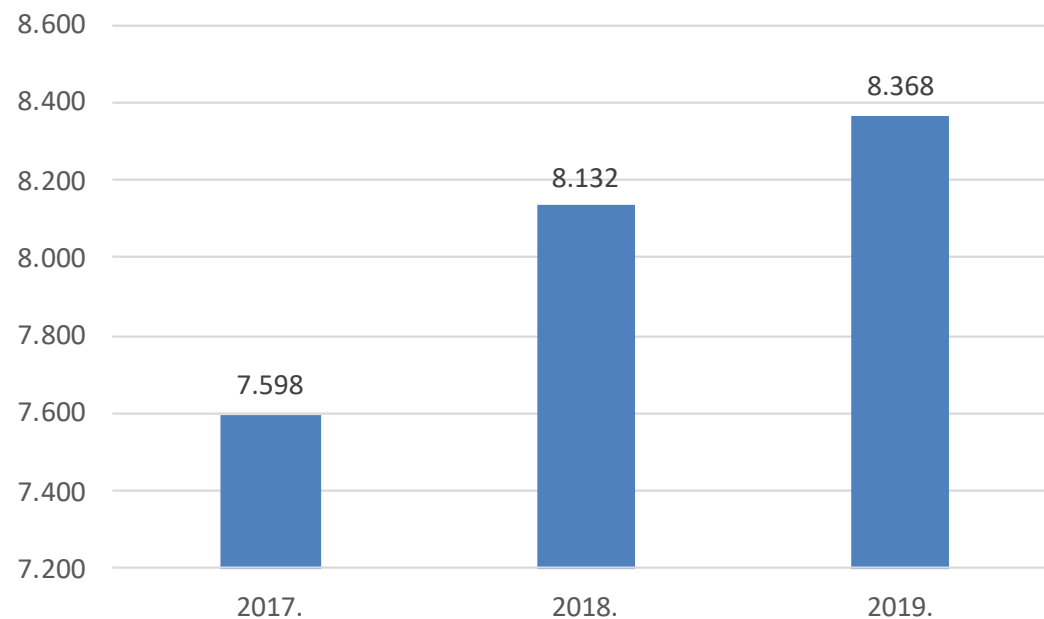
Zaposlenici visokog menadžmenta
prema spolu i dobnoj skupini



Prosječna bruto plaća



Prosječna bruto plaća u razdoblju od 2017. do 2019. godine



*Podaci Državnog zavoda za statistiku

Prosječna bruto plaća u 2019. godini iznosila je 8.368 kn, što je povećanje od 3% u odnosu na 2018. godinu te povećanje od 10% u odnosu na 2017. godinu. U odnosu na prosječnu bruto plaću isplaćenu u Republici Hrvatskoj u djelatnosti pružanja usluge smještaja te pripreme i usluživanja hrana u 2019. godini koja je iznosila 7.149 kn, u Iliriji je za 17% veća od prosjeka.

U dijelu odnosa prema zaposlenicima, nositeljima poslovnog procesa, u 2019. godini kompanija je nastavila sa kontinuiranom politikom unaprjeđenja materijalnog položaja zaposlenika izdvajajući za trošak bruto plaće 10% više sredstava u odnosu na 2018. godinu dok su i ostali troškovi odnosno naknade vezane uz zaposlenje rasle za 13%.

Ne postoji razlika u plaći zaposlenika po spolu, dobi, vjerskom ili bilo kojem drugom uvjerenju ili raznolikosti za isti posao.



Topli obrok dnevno



Naknada za novorođeno dijete



Dar za djecu



152 djece do 15 godina

Na Iliriju d.d. se sukladno Zakonu o radu i Odluci nadležnog ministarstva rada i mirovinskog sustava primjenjuje Kolektivni ugovor ugostiteljstva (NN 36/2018) koji je sklopljen 27.03.2018. godine.

Svojim zaposlenicima pored redovitih materijalnih primanja osigurava dodatne materijalne i nematerijalne pogodnosti uključujući:

- zajmovi zaposlenicima uz rok otplate i visinu anuiteta prema dogovoru sa svakim zaposlenikom individualno,
- jednokratna financijska pomoć i pomoć putem usluga koje kompanija pruža (usluge prijevoza, osiguranja smještaja) zaposlenicima na određeno i neodređeno u slučajevima bolesti njih osobno ili članova njihove uže obitelji,
- topli obrok za zaposlenike na određeno i neodređeno, po simboličnoj cijeni od 1 kn dnevno,
- naknada za novorođeno dijete,
- dar za djecu,
- sufinanciranje putnih troškova za zaposlenike na određeno i neodređeno koji žive izvan mjesta rada,
- edukacije, stručna usavršavanja i prekvalifikacije za zaposlenike kompanije koje u cijelom iznosu financira kompanija uz obvezu za zaposlenika da iste uspješno završe u predviđenom roku,
- kompanija za stalne zaposlenike i članove njihove uže obitelji (djecu) vlastite usluge daje uz značajan popust u odnosu na njenu tržišnu cijenu (usluge hrane i pića) ili ih daje bez ikakve naknade (ustupanjem prostora i objekata u vlasništvu kompanije za privatne potrebe zaposlenika, korištenje inventara za rad, vozila, usluge prijevoza itd.),
- potiče sportske aktivnosti zaposlenika osiguranjem uvjeta za rekreativno bavljenje sportom poput kupnje sportske opreme, plaćanjem najma sportske dvorane, itd.
- predlozi planova edukacije, dodatnog obrazovanja i usavršavanja po modelu bottom-up za sve zaposlenike sukladno i potrebama kompanije, ali i vlastitim željama i interesima zaposlenika posebice menadžera.



Ilirijina božićna čarolija - dodjela prigodnih darova djeci



Edukacija zaposlenika



Team-building izleti



Godišnje okupljanje zaposlenika

Temeljni ciljevi obuke i obrazovanja:



unapređenje postojećih i razvoj novih vještina



veća motivacija i zadovoljstvo zaposlenika



razvoj potrebnih kadrova



podizanje kvalitete usluge,



povećanje zadovoljstva gostiju

3. Obuka i obrazovanje

Obuka i obrazovanje zaposlenika predstavlja materijalnu temu obzirom da jedno od temeljnih načela upravljanja ljudskim potencijalima.

Granice ove materijalne teme odnosi se na sve objekte unutar kompanije uz suradnju sa vanjskim ovlaštenim tvrtkama za edukaciju (odnosi se na po Zakonu ovlaštene edukacije), te tvrtkama i visokim učilištima koje vrše edukacije za ugostiteljstvo i turizam.

Obuka i obrazovanje planiraju se i odobravaju na godišnjoj razini od strane Uprave kompanije i koordinaciji sa Službom kadrova i obračuna plaća i rukovoditeljima sektora u dijelu ključnih segmenata poslovanja (hrana i piće, prodaja i marketing, korporativne službe) čiji plan definira područje odnosno teme obuke, zaposlenike, razdoblje, po potrebi uz teoretski dio i praktičnu edukaciju, te prezentaciju i implementaciju novih znanja, vještina i standarda.

Također, rukovoditelj sektora i voditelj zdravstvene zaštite, zaštite na radu i zaštite okoliša ovisno o potrebama sektora predlažu dodatne programe edukacije za pojedine odjele unutar sektora poput tehničke službe, domaćinstva, hrane i pića itd. koje se provode kroz interne seminare, korištenje stručne literature, angažiranje vanjskih stručnjaka, razmjenom znanja itd. Zaposlenici koji su bili obuhvaćeni bilo kojim oblikom obuke obvezni su Službi kadrova i obračuna plaća dostaviti podatke u obliku potvrde, uvjerenja ili zapisa o završenoj obuci i obrazovanju.

U 2019. godini, u ukupnom broju edukacija (stručne i razvojne edukacije), utrošeno je ukupno 9.348 sati obuke, uključujući one propisane Zakonom o zaštiti od požara, te Zakonom o zaštiti pučanstva od zaraznih bolesti i Zakonom o zdravstvenom odgoju osoba.

Obuku je prošlo 306 zaposlenika, od čega 133 muškaraca i 173 žena, odnosno prosječan broj sati obuke po zaposlenom iznosi 31 sat.



povećanje konkurentnosti kompanije

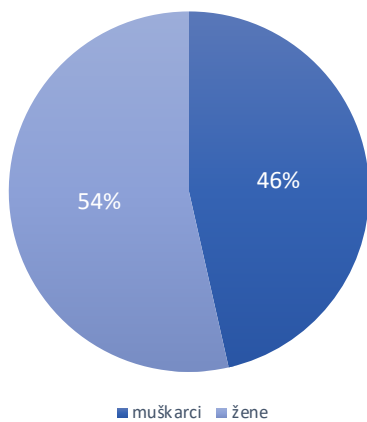


sigurno okruženje za goste, i



sigurno radno okruženje.

Sati edukacije po spolu u postotku



Broj zaposlenika koji su prošli obuku i broj sati obuke za razdoblje 2017.-2019.

	2017.	2018.	2019.
Broj sati obuke	10.968	8.532	9.348
Broj zaposlenika	341	294	306
Broj muškaraca	143	126	133
Broj žena	198	168	173
Prosječan broj sati po zaposlenom	32	29	31

Izuzmemo li zakonom propisane edukacije, tada prosječan broj obuke po zaposlenom iznosi 39 sati, odnosno ukupno je na obuku utrošeno 6.933 sati. Edukacija je obuhvatila 176 zaposlenika, od kojih 81 muškaraca sa 3.324 sata obuke i 95 žena koje su prošle 3.609 sati obuke, čiji odnos prikazuje graf lijevo.



4. Zdravlje i sigurnost na radnom mjestu

Sustav upravljanja zdravljem i sigurnošću na radnom mjestu

S obzirom na to da su zaposlenici jedan od ključnih dionika, a ujedno i nositelji cjelokupnog poslovnog procesa, njihovo zdravlje i sigurnost na radnom mjestu je materijalna tema za kompaniju. Zdravlje i sigurnost kroz osigurane optimalne uvjeta rada, adekvatnu opremu i kontinuiranu edukaciju, smanjuju broj i učestalost ozljeda na radu te povećavaju produktivnost i zadovoljstvo zaposlenika.

Služba sigurnosti u dijelu zdravlja i sigurnosti na radnom mjestu, istovremeno obuhvaća i sigurnost gostiju, podijeljena je na zaštitu na radu, zaštitu od požara i zdravstvenu kontrolu. Voditelji tih segmenata odgovaraju Upravi kompanije.

Povjerenik djelatnika za poslove zaštite na radu i Odbor zaštite na radu zajedno provode aktivnosti praćenja i savjetovanja o programima zaštite zdravlja i sigurnosti na radu. Odbor zaštite na radu kojeg čini pet članova; predsjednik Uprave društva (predsjednik Odbora), voditelj zaštite na radu i zaštite od požara kompanije, stručnjak za zaštitu na radu, voditeljica zdravstvene kontrole kompanije, inspektor zaštite na radu i liječnik specijalist medicine rada. U 2019. godini Odbor zaštite na radu susreo se dva puta, na početku i kraju turističke sezone.

Voditelj zdravstvene kontrole koordinira DDD mjerama, ispunjavanjem svakodnevnih radnih obveza sanitarnog programa, vrši nadzor putem nenajavljenih internih inspekcija, surađuje s državnom inspekcijom tijekom njihovih nadzora, analizira izvješća državnih inspekcija, odnosno zapisnike, kontrolira zdravstvenu ispravnost sustava pitke vode, bazena, sustava samokontrole HACCP-a i sl.

Voditelj zaštite od požara i zaštite na radu zadužen je za organiziranje i neposredno rukovođenje zaštitom na radu, u cilju zaštite, kako kompanije tako i života i zdravlja zaposlenika i svih građana na području na kojem kompanija djeluje. Proučava sigurnost radnog okruženja, tehnoloških postupaka i radnih uvjeta putem: izrade pravilnika, uputa i postupka, sigurnosnih i zaštitnih mjera, praćenja i nadziranja njihovog provođenja i učinkovitosti, izrade programa mjera za poboljšanje radnih uvjeta, organiziranje i provođenje edukacije za osposobljavanje zaposlenika za siguran rad, provjeru njihova znanja i vještina na području zaštite na radu, organiziranje, utvrđivanje i izvođenje protupožarne sigurnosti, nadzora provedbe odgovarajućih protupožarnih mjera, analizu uzroka ozljeda, profesionalnih oboljenja i drugih bolesti u vezi s radom, izradu popisa s rokovima za obavljanje periodičnih zdravstvenih pregleda s obzirom na

radno mjesto, štetnosti, opasnosti i psihofizičke zahtjeve, suradnju sa Službom kadrova i obračuna plaća u traženju odgovarajućeg posla i premještaja zaposlenika na zahtjev medicine rada itd.

Sustavu upravljanja zdravljem i sigurnosti kompanija temelji na:

1. praćenju i usklađivanju se sa svim važećim zakonskim zahtjevima i pravilnicima područja,
2. temelji sustav upravljanja na standardima, uključujući ISO 9001:2015 sustav upravljanja kvalitetom, certifikat „Tvrtka prijatelj zdravlja“, HACCP i HALAL certifikat.
3. procjeni rizika kao osnovi za upravljanje sigurnošću i zdravljem na radnom mjestu jer se svi vidovi rada ne mogu u potpunosti obuhvatiti i tretirati zakonskim odrednicama koje ne mogu predvidjeti što se sve može dogoditi, a posljedično niti spriječiti nastanak štetnog događaja. Procjena rizika omogućuje prepoznavanje eventualnih događaja koji bi mogli uzrokovati neželjene posljedice. Ona omogućuje procjenjivanje mogućih stanja i pronalaženje adekvatnih rješenja za zaštitu kojom se osigurava sigurnost i zaštita zdravlja radnika, a ujedno je i zakonska obveza slijedom Zakona o zaštiti na radu i Pravilnika o radu.

U sustavu upravljanja zdravljem i sigurnosti pratimo i usklađujemo se sa sljedećim zakonskim zahtjevima i pravilnicima:

1.

▪ Zakonski propisi:

Zakon o ugostiteljskoj djelatnosti (NN 85/15, 121/16, 99/18, 25/19), Zakon o izmjenama i dopunama Zakona o ugostiteljskoj djelatnosti (NN 28/19), Zakon o sanitarnoj inspekciji (NN 27/99, 113/08, 88/10), Zakon o predmetima opće uporabe (NN 85/06, 75/09, 43/10), Zakon o zaštiti od neionizirajućih zračenja (NN 91/10, 114/18), Zakon o hrani (NN 46/07), Zakon o kemikalijama (NN150/05), Zakon o zaštiti prirode (NN 70/05), Zakon o gradnji (NN 175/03) Zakon o zaštiti od buke (NN 20/03), Zakon o otrovima (NN 27/99), Zakon o zaštiti na radu (NN 71/14, 118/14, 94/18), Zakon o zaštiti od požara (NN 92/10), Zakon o radu (NN 93/14) i Zakon o inspektoratu rada (NN 19/14).

2.

▪ Pravilnici:

Pravilnik o posebnim uvjetima za proizvodnju i stavljanje na tržište predmeta opće uporabe (NN 82/10), Pravilnik o uvjetima za pripremu i prodaju namirnica izvan prostorija (NN 46/94), Pravilnik o zaštiti od elektromagnetskih polja (NN 146/14, 31/19), Pravilnik o temeljnim zahtjevima za uređaje koji proizvode optičko zračenje te uvjetima i mjerama zaštite od optičkog zračenja (NN 204/03, 91/07), Pravilnik o razvrstavanju, minimalnim uvjetima i kategorizaciji

ugostiteljskih objekata, kampova iz skupine „Kampovi i druge vrste ugostiteljskih objekata za smještaj“ (NN 75/08, 45/09), Pravilnik o razvrstavanju, kategorizaciji i posebnim standardima ugostiteljskih objekata iz skupine hoteli (NN 88/07, 58/08, 62/09), Pravilnik o razvrstavanju i minimalnim uvjetima ugostiteljskih objekata iz skupine „Restorani“, „Barovi“, „Catering objekti“ i „Objekti jednostavnih usluga“ (NN 82/07, 82/09, 69/13), Pravilnik o sadržaju i načinu davanja potvrde o usklađenosti glavnog projekta sa sanitarno-tehničkim uvjetima gradnje i vrstama građevina koje podliježu sanitarnom nadzoru (NN 93/99), Pravilnik o građevinama koje podliježu sanitarnom nadzoru te načinu obavljanja sanitarnog nadzora tijekom njihove gradnje (NN 48/00, 42/08), Pravilnik o sanitarno-tehničkim i higijenskim uvjetima bazenskih kupališta te o zdravstvenoj ispravnosti bazenskih voda (NN 107/12, 88/14), Pravilnik o higijeni hrane (NN 99/07), Uredba o izmjeni i dopuni Zakona o hrani (NN 85/06) Uredba o izmjenama i dopunama Zakona o sanitarnoj inspekciji (NN 82/07), Pravilnik o prehrambenim aditivima (NN 173/04), Pravilnik o provođenju monitoringa hrane radi utvrđivanja razina nutrijenata, kontaminata, aditiva, drugih sastojaka i tvari (NN 135/04), Pravilnik o općem deklariranju ili označavanju hrane (NN 114/04), Pravilnik o posebnoj radnoj odjeći i obući osoba koje na svojim radnim mjestima u proizvodnji ili prometu dolaze u neposredan dodir s namirnicama, sredstvima za održavanje osobne higijene, njegu i uljepšavanje lica i tijela (NN 46/94), Pravilnik o mikrobiološkim standardima za namirnice (NN 46/94), Vodič za mikrobiološke kriterije za hranu, ožujak, 2011., Pravilnik o zaštiti na radu pri uporabi radne opreme (NN 18/17), Pravilnik o ispitivanju radnog okoliša (NN 16/16), Pravilnik o pregledu i ispitivanju radne opreme (NN 16/16), Pravilnik o sigurnosnim znakovima (NN 91/15, 102/15).

3.

Također, pored usklađivanja poslovnih procesa važećim zakonskim propisima kompanija dodatno sustav upravljanja temelji na dodatnim standardima uključujući ISO 9001:2015 sustav upravljanja kvalitetom, certifikat Tvrтка prijatelj zdravlja, HACCAP i HALAL certifikat.

Identifikacija opasnosti, procjena rizika i istraživanje nesreća

Postupak procjenjivanja rizika u kompaniji u dijelu zdravlja i sigurnosti na radnom polazi od:

- prikupljanja podataka na mjestu rada,
- analize i procjene prikupljenih podataka što uključuje:
 - utvrđivanje opasnosti, štetnosti i napora,
 - procjenjivanje opasnosti, štetnosti i napora,
 - utvrđivanje mjera za uklanjanje, odnosno smanjivanje opasnosti, štetnosti i napora,



▪ plana mjera za uklanjanje, odnosno, smanjivanje razine opasnosti, štetnosti i napora koji mora sadržavati rokove. Na godišnjoj osnovi voditelji zaštite od požara i zaštite na radu i zaštite zdravlja izrađuju godišnje planove pregleda zaposlenika, edukacije i pregleda objekata. Jedna od zakonskih obveza u području sigurnosti i zdravlja na radu jest „raspolagati procjenom rizika za sigurnost i zdravlje na radu, uključujući i one s kojima su suočene skupine djelatnika izložene posebnim rizicima” te odluka o zaštitnim mjerama koje se moraju poduzeti.

Poduzimanjem preventivnih mjera cilj je bio smanjenje vjerojatnosti događanja nesreće na radu ili pojave profesionalne bolesti.

Dvije su vrste preventivnih mjera kojima smo se služili u 2019. godini:

- **inženjerske ili tehničke mjere** kroz suradnju s vanjskim pružateljima usluga – čiji je cilj djelovati izravno na izvor rizika kako bi se taj rizik uklonio, smanjio ili zamijenio,
- **interne organizacijske ili administrativne mjere** – čiji je cilj promijeniti ponašanja i stavove te promicati pozitivnu kulturu sigurnosti.

Preventivne mjere nadopunili smo zaštitnim mjerama i mjerama ublažavanja kroz:

- **skupne mjere** – osmišljene za ograničavanje ili izoliranje rizika, na primjer primjenom fizičkih prepreka, organizacijskih ili administrativnih mjera za smanjenje trajanja izloženosti (rotacija radnih mjesta, određivanje vremena obavljanja posla, sigurnosni znakovi), i
- **pojedinačne mjere** – svaka odgovarajuća osobna zaštitna oprema (OZO) projektirana za zaštitu djelatnika.

Zdravstvene usluge na radnom mjestu

Kao odgovoran poslovni subjekt kompanija ima za cilj osigurati maksimalnu sigurnost i zdravlje naših zaposlenika na njihovom radnom mjestu. Kako bi ispunila tu obvezu, poduzete su sve mjere poput procjenjivanje rizika za sigurnost i zdravlje djelatnika, osposobljavanja u području zaštite sigurnosti i zdravlja, uključivanja djelatnika u rasprave o zdravlju i sigurnosti, vođenja evidencija o nesrećama na radu i po analizi istih poduzete su po potrebi korektivne radnje.

Plan i program mjera specifične zdravstvene zaštite zaposlenika na razini primarne zdravstvene zaštite organizira se na godišnjoj osnovi, plan se provodi kod zaposlenika s obzirom na radne uvjete te opasnosti, štetnosti i napore pri obavljanju poslova. Po utvrđenoj metodologiji pregledi se obavljaju u svrhu ocjene radne sposobnosti u odnosu na

zahtjeve poslova s posebnim uvjetima rada.

Za sve zaposlenike Odjela hrane i pića kao i ostalih odjela koji podliježu obveznom sanitarnom nadzoru, pregled obavlja Zavod za javno zdravstvo koji ima akreditaciju za isto. Pregledi se obavljaju van radnog mjesta, a unutar radnog vremena.

Prikaz sanitarno-higijenskih pregleda

Vrsta sanitarno-higijenskih pregleda zaposlenika pri Zavodu za javno zdravstvo Zadar	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.
Godišnji pregled	127	135	156	193	199
Polugodišnji pregled	65	62	58	58	0
Godišnji pregled zdravstvenih djelatnika	1	1	1	1	1
Nova sanitarna iskaznica	45	43	50	4	81
Osoblje koje radi na higijenskoj razini	5	6	5	5	6
Pregled učenika	0	0	0	1	3
Ukupno	243	247	270	262	290

Pregledi na medicini rada

Pregledi na medicini rada	2016.	2017.	2018.	2019.
Nautika	32	8	21	7
Kamping	7	3	8	4
Praonica	12	3	6	3
Tehnička služba	6	2	4	3
Hortikultura	6	2	5	3
Ukupno	63	18	34	20

*U sektoru hotelijerstva nema zaposlenika na radnim mjestima s povećanim opasnostima na radu stoga podaci za navedeni sektor nisu niti navedeni.



Obuka radnika o zdravlju i sigurnosti na radnom mjestu

Interno osposobljavanje obavljaju voditelji zdravstvene kontrole i zaštite na radu i od požara u suradnji s vanjskim ovlaštenim tvrtke te Zavodom za javno zdravstvo. Na Zavodu za javno zdravstvo tečaj Zdravstvenog odgoja pohađalo je 38 zaposlenika. Djelatnici Odjela domaćinstva i Odjela hrane i pića dodatno interno su educirani o najčešćim kroničnim bolestima, čimbenicima rizika na radnom mjestu, mogućnostima prevencije kroničnih nezaraznih bolesti, potrebi ranog otkrivanja bolesti te važnosti usvajanja zdravih životnih navika u cilju sprječavanja bolesti.

U 2019. godini u sklopu procesa implementacije i certifikacije HALAL standarda u dijelu pružanja usluge smještaja te hrane i pića provedena je edukacija o HALAL kvaliteti u koju je uključeno 17 djelatnika na temelju Priručnika kvalitete PK-01-02. točka 6.2. te Procedure certificiranja HALAL kvalitete RP-06-02 točka 5.5.3 i 5.5.9 Centra za certificiranje HALAL kvalitete. Obavljena je edukaciju za stjecanje znanja internog auditora HACCP sustava za djelatnike Odjela hrane pića.

Na temelju procjene rizika osposobljavamo zaposlenike za rad na siguran način što provodi Voditelj zaštite na radu u suradnji sa stručnjacima zaštite na radu koji su ovlašteni za osposobljavanje.

Osposobljavanja na rad na siguran način

Godina	2016.	2017.	2018.	2019.
Osposobljavanje za rad na siguran način	57	76	65	32

Na godišnjoj razini vršimo vježbe iz zaštite od požara na razini svih sektora na kojima sudjeluju svi zaposlenici unutar sektora.

Protupožarne vježbe

Godina	2016.	2017.	2018.	2019.
Broj protupožarnih vježbi	4	4	4	4



U mjesecu svibnju 2019. godine u kampu „Park Soline“ provedena je vježba civilne zaštite pod nazivom „Evakuacija turista iz kampa Park Soline“ u organizaciji Ilirije d.d. i Grada Biograda na Moru. Glavni cilj ove vježbe je provjera sposobnosti i uvježbavanje suradnje svih operativnih snaga i sudionika sustava civilne zaštite, koordinacija rada između Stožera civilne zaštite Grada Biograda na Moru i koordinatora na lokaciji sa operativnim snagama i sudionicima sustava civilne zaštite na terenu i provjera sustava pozivanja.

Održavanjem simulacije mogućeg olujnog nevrijemena u kampu provjerila se spremnost svih sudionika u zaštiti i spašavanju u akciji evakuacije, gašenje požara, pružanje hitne medicinske pomoći te se nastojala podići razina informiranosti turista i građana o aktivnostima i postupcima u slučaju nesreće. U provedbi simulacije sudjelovali su zaposlenici Ilirije d.d., Grad Biograd na Moru, Postrojba opće namjene Biograd na Moru te Služba civilne zaštite Zadar.

Održavanje vatrogasnih aparata ispravnim i funkcionalnim obavljamo kroz redovne preglede i periodične servise. Vatrogasne aparate pregledavamo i ispitujemo sukladno propisima za opremu pod tlakom, a preglede obavlja registrirani vatrogasni servis.

U 2019. godini imali smo porast pregleda vatrogasnih aparata zbog kontinuiranog unaprjeđenja sigurnosti od požara.

Održavanje pregleda protupožarnih aparata

Godina	2016.	2017.	2018.	2019.
Broj pregleda protupožarnih aparata	252	304	312	314

Stope ozljeda, profesionalnih bolesti, izgubljenih dana i izostanaka te broj smrtnih slučajeva povezanih s nesrećama na radu

	2017.				2018.				2019.			
	Broj ozljeda	Broj profesionalnih bolesti	Broj izgubljenih dana	Broj smrtnih slučajeva	Broj ozljeda	Broj profesionalnih bolesti	Broj izgubljenih dana	Broj smrtnih slučajeva	Broj ozljeda	Broj profesionalnih bolesti	Broj izgubljenih dana	Broj smrtnih slučajeva
Muško	1	0	16	0	1	0	20	0	3	0	120	0
Žensko	3	0	43	0	3	0	28	0	3	0	38	0
Ukupno	4	0	59	0	4	0	48	0	6	0	158	0

Parametri stopa ozljeda

Parametar	2016.	2017.	2018.	2019.
IR (ozljeda)	1,38	1,76	1,12	1,89
ODR (stopa profesionalnih bolesti)	0	0	0	0
LDR (stopa izgubljenih radnih dana)	0,07	0,09	0,06	0,09
AR (stopa izostanaka zbog smrtnog slučaja)	0	0	0	0



Promocija zdravlja zaposlenika

Ilirija je od 2018. godine nositelj priznanja „Tvrтка prijatelj zdravlja“ za uvođenje posebnih oznaka u radnom okruženju, potom omogućavanje svojim zaposlenicima usvajanja zdravih životnih navika, promicanje i poticanje zdravlja na radnom mjestu te iskazivanja brige o zdravlju zaposlenika, a u 2019. godini nastavljeno je s navedenim programom. „Tvrтка prijatelj zdravlja“ je suprojekt unutar nacionalnog programa „Živjeti zdravo“ kojeg su pokrenuli Ministarstvo zdravstva i Hrvatski zavod za javno zdravstvo s ciljem poticanja poslovnih subjekata u promoviranju aktivnosti unapređenja zdravlja na radnom mjestu.

Kompanija polazi u svom poslovanju od načela da su zaposlenici ključ njenog uspjeha, stoga kontinuirana briga o zaposlenicima koja pored brige o materijalnim pravima, uključuje i brigu o njihovim radnim uvjetima te sigurnosti i zdravlju na radnom mjestu predstavlja njeno dugoročno opredjeljenje i politiku u dijelu upravljanja ljudskim resursima. Ilirijina opredijeljenost prema kontinuiranom unapređenju zdravlja i sigurnosti zaposlenika, stalnih i sezonskih, kojih tijekom glavne sezone ima više od 466, kroz osigurane sigurne uvjete rada, adekvatnu opremu i kontinuiranu edukaciju smanjuje broj i učestalost ozljeda na radu, povećava produktivnost i zadovoljstvo njenih zaposlenika.

Uključivanjem u ovaj projekt dodatno smo pridonijeli:

- (I) stvaranju zdravog radnog okruženja,
- (II) dodatnoj edukaciji zaposlenika, i
- (III) informiranju zaposlenika što svatko od njih osobno može na dnevnoj razini činiti za svoje zdravlje.

Implementacija modula „Tvrтка prijatelj zdravlja“ provodi se na razini cijele kompanije te između ostalog podrazumijeva ocjenjivanje radnog okruženja tvrtke u devet područja:

- 1) **pravilna prehrana,**
- 2) **zdravstvena ispravnost hrane,**
- 3) **promicanje tjelesne aktivnosti,**
- 4) **mentalno zdravlje na radnom mjestu,**
- 5) **zabrana pušenja,**
- 6) **prevencija kroničnih bolesti,**
- 7) **zabrana konzumacije alkohola**
- 8) **kockanje i klađenje, i**
- 9) **okoliš i zdravlje.**

O brizi za zdravlje zaposlenika i gostiju dodatno svjedoče dostignuti standardi i certifikati:

- HACCAP
- integrirala sustav upravljanja kvalitetom i okolišom ISO 9001: 2015 i ISO 14001:2015
- Plava zastava
- Zeleni ključ
- Ecocamping
- Sustainable hotel
- Certifikat ZelEn
- Green mark - Sign of excellence
- Halal certifikat
- Tvrtka prijatelj zdravlja

Pored zadovoljstva pruženom uslugom za kompaniju je jako značajna i prioritetna briga o sigurnosti i zdravlju naših gostiju koji 24 sata borave u našim objektima, slijedom čega predstavlja i materijalnu temu čije granice se odnosne na sve objekte unutar kompanije.

Kompanija pored poštovanja zakonskih propisa i implementacije pravilnika provodi dodatne aktivnosti u dijelu zaštite zdravlja i sigurnosti svojih zaposlenika:

- implementiran je i certificiran je HACCAP sustav čime se jamči visoki stupanj kontrole, kvalitete i sigurnosti prilikom procesa pripreme, proizvodnje i distribucije usluga hrane i pića, istovremeno vodeći računa o raznolikosti prehrane i njenoj nutritivnoj vrijednosti,
- osigurane su informacije označavanjem alergena u hrani,
- u svim objektima, na vidljivim mjestima, istaknuti su planovi evakuacije i spašavanja,
- primjenjuje metodologiju čišće proizvodnje,
- provode se cjelovite mjere uništavanja mikroorganizama, te suzbijanja štetnika sukladno zakonskim propisima suradnji s ovlaštenim vanjskim tvrtkama,
- ispituje se kakvoća mora,
- ispituju se bazenske vode na fizikalne, kemijske i mikrobiološke parametre, i
- pružene su informacije te provedene edukacije o važnosti očuvanja prirodnih resursa (čuvanje i zaštite vode, energije, odlaganje otpada itd.),
- provode se DDD mjere,
- uvedena je praksa rada na siguran način prilikom korištenja kemikalija,
- prilikom nabave rubenine odabiru se dobavljači sa fairtrade i sustainable certifikatima,
- uvedena je praksa izbjegavanja individualnih pakovanja proizvoda hrane i pića te prašaka za rublje,
- biraju se proizvodi koji ne štete okolišu ili je njihov utjecaj na okoliš minimalan





5. Marketing i označavanje

Označavanje proizvoda i usluga

Ispravno označavanje i informiranje kupca o hrani i piću koje konzumira je materijalna tema za kompaniju, s obzirom na to da je ispravnost i sigurnost hrane iznimno važan segment u poslovanju.

Pravilnik o informiranju potrošača o nepretpakiranoj hrani (NN 144/14) propisuje obavezno informiranje o prisutnosti tvari ili proizvoda koji mogu izazvati alergije ili netolerancije. Zakonodavstvo europske unije navodi 14 specifičnih alergena koji se koriste u pripremi hrane (uključujući i pića) te su prisutni u gotovom proizvodu. To su: mlijeko, jaja, gluten, soja, gorušica, celer, sezam, kikiriki, orašasti plodovi, lupina ili vučji bob, riba, školjkaši, rakovice te sulfiti.

O prisutnosti alergena u hrani posluženoj na „buffet“ stolu u hotelima ili na banketima goste informiramo vidljivo istaknutim piktogramima alergena u sklopu naziva jela, dok su u à la carte restoranima postavljene uočljive i jasno čitljive obavijesti kojima se potrošači pozivaju da se za informacije o prisutnosti tvari ili proizvoda koji uzrokuju alergije ili netolerancije u hrani obrate osoblju. Djelatnici u odjelu hrane i pića su educirani o važnosti ispravnog informiranja gosta o prisutnosti alergena te o mogućem štetnom učinku istih na zdravlje. Nadzor nad rukovanjem s tvarima ili proizvodima koji mogu izazvati alergijske reakcije ili netoleranciju vrši se interno od strane voditeljice zdravstvene kontrole te od strane vanjskih nadzornih tijela kao što su sanitarna inspekcija ili akreditirani auditori HALAL ili HACCP sustava.

U 2019. godini nije zabilježen slučaj kršenja propisa niti smo zaprimili pritužbe po pitanju kršenja propisa u dijelu označavanja proizvoda i usluga. U svim kuhinjama kompanije uspješno se primjenjuje sustav upravljanja sigurnošću hrane (HACCP) te se svi postupci pri rukovanju hranom provode sukladno načelima i smjernicama dobre proizvodne prakse (DPP) i uvjetima dobre higijenske prakse (DHP). Time sustavno doprinosimo sigurnosti poslužene hrane u našim objektima. Prilikom pripreme hrane otpad se nastoji svesti na minimum. Nastali otpad sortira se u odgovarajuće odvojene spremnike za svaku skupinu otpada: miješani komunalni otpad, kartonska ambalaža, plastika, staklo, metal, biootpad, ostaci termički obrađene hrane te otpadno jestivo ulje čime se zalažemo za odgovorno gospodarenje otpadom te nastojimo što je moguće manje utjecati na okoliš.



ILIRIJA D.D.

Tina Ujevića 7, Biograd na Moru, Republika Hrvatska

TEL: 023 383 165 FAX: 023 384 564

www.ilirjabiograd.com