



**Godišnji izvještaj
o društveno odgovornom poslovanju za 2018.**

Biograd na Moru, prosinac 2019. godine



Godišnji izvještaj o društveno odgovornom poslovanju za 2018.

I Izjava predsjednika Uprave 5

Godišnji izvještaj o društveno odgovornom poslovanju za 2018.

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. Misija i vizija 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	59
10. Dodijeljena priznanja, standardi i certifikati	61
11. Korporativno upravljanje	64
12. Ključni utjecaji, rizici i prilike	70
13. Dionici i materijalne teme	73

III Ekonomske teme

1. Upravljanje ekonomskim aspektom poslovanja	83
2. Rezultati poslovanja u 2018. godini	84
3. Neizravni ekonomski utjecaji kompanije	105
4. Prisutnost na tržištu	107
5. Korporativna filantropija i razvoj destinacije	109

IV Okolišne teme

1. Upravljanje okolišem	120
2. Edukacija	122
3. Ulaganje u okoliš	123
4. Energija	124
5. Voda	131
6. Otpadne vode i otpad	135
7. Pridržavanje propisa zaštite okoliša	139
8. Hortikulturno uređenje i oblikovanje u skladu sa mediteranskim okruženjem	140

V Društvene teme

1. Zapošljavanje	142
2. Raznolikost i jednake mogućnosti	158
3. Obuka i obrazovanje	160
4. Zdravlje i sigurnost na radnom mjestu	162
5. Marketing i označavanje	174
6. Lokalne zajednice	175

VI Kazalo sadržaja GRI-a 177

VII Vanjska verifikacija 183



I Izjava predsjednika Uprave

Izjava predsjednika Uprave



Poštovani dionici,

u svom četvrtom nefinancijskom izvještaju predstavljamo cjelokupne aktivnosti kompanije kako u dijelu ostvarenih rezultata poslovanja tako i detaljan pregled aktivnosti na području društveno odgovornog poslovanja u tri ključna područja: (I) odnosima prema zajednici, (II) zaposlenicima i (III) okolišu. Godišnji izvještaj o društveno odgovornom poslovanju za 2018. godinu drugi je izvještaj izrađen sukladno međunarodnim standardima nefinancijskog izvještavanja GRI standardima – Sržna opcija.

Ilirija je i u 2018. godini nastavila sa kontinuiranim procesom rasta i razvoja, koji se ogleda u ostvarivanju do sada najboljih rezultata poslovanja imajući za posljedicu daljnje kapitalno, financijsko i tržišno jačanje kompanije. Poslovni rezultati ostvareni u 2018. godini potvrdili su da Ilirija kao kompanija sa širokim spektrom gospodarskih djelatnosti nastavlja sa uspješnim, profitabilnim i odgovornim poslovanjem.

Kompanija je u navedenom periodu nastavila sa ostvarenjem svog stareškog cilja uspješnog razvoja cjelogodišnjeg poslovanja na razini svih ključnih turističkih sektora posebice kroz sustav destinacijske menadžment kompanije Ilirije Tra-

vel, njenog komplementarnog i integriranog proizvoda.

Ostvareni operativni rezultati poslovanja sa ukupno ostvarenih 662.335 noćenja (hotelijerstvo, nautika i kamping) daleko su najbolji do sada i čine preko 47,76% svih noćenja destinacije, kad se izuzmu noćenja hotelskog sektora realiziranog u destinaciji Sv. Filip i Jakov, i dvije trećine organiziranog turizma u destinaciji Biograd na Moru realizira se u objektima kompanije. U sektoru hotelijerstva sa ostvarenih 144.745 noćenja realiziran je rast od 4% dok je sektor kampinga sa 302.845 noćenja i stopom rasta od 6,99% po prvi put ostvario dugogodišnji strateški cilj – ostvarenje iznad 300.000 noćenja. Nadalje, turistički promet sektora hotelijerstva i kampinga, u dolacima i noćenjima, ostvario je rast veći od rasta navedenih sektora na razini Republike Hrvatske gdje su noćenja u hotelskom sektoru rasla po stopi od 2,45% i u kampovima po stopi od 1,18%. U nautičkom sektoru ostvareno je 214.745 charter noćenja odnosno 23,39% više čime je u Marini Kornati ostvareno 78,96% svih nautičkih noćenja destinacije Biograd na Moru odnosno 32,14%% svih noćenja u charteru u Zadarskoj županiji. U destinacijskoj menadžment kompaniji Iliriji Travel kroz organizaciju 561 za-

sebnog događaja (eventa), rast od 14% u odnosu na 2017. godinu, kompanija je znatno doprinijela razvoju cjelogodišnjeg turizma. U real-estate sektoru već drugu godinu zaredom rezultati Poslovno-trgovačkog centra City Galleria potvrđuju da je predmetna investicija ekonomski isplativa i opravdana. Gledajući sa aspekta ostvarenih rezultata poslovanja nekretninski sektor je ostvario najveću stopu rasta poslovnih prihoda od 14% uz dvoznamenkasti rast pokazatelja profitabilnosti poslovanja.

Financijski rezultati poslovanja u njegovim ključnim parametrima, poslovnim i ukupnim prihodima, kao i pokazateljima profitabilnosti poslovanja – operativnoj dobiti, dobiti, EBITDA i EBIT-u najbolji su do sada. Ukupni prihodi ostvareni su u iznosu od 161.048.880,05 kuna i stopom rasta od 7,03% rezultat su rasta poslovnih prihoda kompanije odnosno njene realizacije na domaćem i stranom tržištu s rastom od 8%. Poslovni prihodi, ostvareni u iznosu od 159.490.115,09 kuna rezultat su rasta poslovnih prihoda u svim sektorima izuzev destinacijske menadžment kompanije. Nadalje, unatoč rastu poslovnih rashoda pokazatelji profitabilnosti poslovanja daleko su najbolji do sada. Operativna dobit ostvarena je u iznosu od 52.657.489,21 kuna s rastom od 8,27% dok dobit za 2018. godinu iznosi 37.035.167,22 kuna sa ostvarenom stopom rasta od 9,29%. EBITDA

(zarada prije amortizacije, kamata i poreza) je realizirana u iznosu od 54.216.254,17 kuna i veća je za 9,31% dok je EBIT (zarada prije rashoda financiranja) ostvarena je u iznosu od 41.419.356,76 kuna.

U mjesecu siječnju 2018. godini u Središnjem kliničkom depozitarnom Društvu, temeljem Odluke Glavne skupštine o podjeli dionica, od 20. studenog 2017. godine, provedena je korporativna akcija podjele dionica čime je jedna redovna kompanije koja glasi na ime bez nominalnog iznosa podijeljena na osam (8) redovnih dionica, bez nominalnog iznosa. Na tržištu kapitala ostvarena je prosječna cijena dionice u iznosu od 182,00 kuna čime je u odnosu na prethodnu poslovnu godinu ostvaren rast od 6,79%, a navedenom periodu kompanija je dioničarima isplatilo dividendu u iznosu od 7.221.240,00 kuna odnosno 3,00 kune po dionici.

Investirali smo 38.790.932,29 kuna s ciljem kontinuiranog podizanja razine kvalitete usluge i standarda, povećanja konkurentnosti, tržišne prepoznatljivosti kompanije, stvaranja daljnjih uvjeta za razvoj cjelogodišnje turističke ponude i kvalitete ponude same destinacije vodeći se istovremeno principima održivog i odgovornog investiranja. U 2018. godini značajan dio ulaganja odnosio se na kamp „Park Soline“ gdje kupnjom novih mobilnih

kućica i njihovim cjelokupnim opremanjem, potom daljnjim unaprjeđenjem infrastrukture samog kampa, podizanjem kvalitete ponude i hortikulturnim uređenjem do razine arboretuma stvaramo uvjete u kamping sektoru za cjelogodišnjim poslovanjem. U sektoru hotelijerstva izgrađen je zatvoreni bazen sa pratećim sadržajima čime je nadopunjena postojeća ponuda našeg hotelskog sektora dok su se u nautičkom sektoru investicije odnosile na modernizaciju ponude i sadržaja marine.

U šezdeset i jednu godinu svog postojanja Ilirija je postala jedna od tri vodeće turističke kompanije na području šire zadarske regije, jedna od sedam vodećih na području Dalmacije i među 15 vodećih turističkih kompanija u Hrvatskoj koja svojim poslovanjem doprinosi razvoju gospodarstva zajednica u kojima posluje. Najznačajniji utjecaji kompanije vidljivi su u zapošljavanju lokalnog stanovništva odnosno stanovništva iz grada Biograda na Moru i ostalih mjesta i općina Zadarske županije koji čini 99% svih zaposlenih dok nacionalnu ekonomiju potičemo i kroz suradnju sa dobavljačima iz Hrvatske s kojim ostvarujemo 96,02% ukupnog prometa. Također, posebno se ponosimo što kroz svoje poslovanje doprinosimo razvoju turističke ponude destinacije kroz osmišljenu ponudu i sadržaje koji imaju za cilj razvoj cjelogodišnje turističke ponude kroz organizaciju 561 događaja za 58.023 osoba. Pored toga kroz sustav korporativne filantropije

poduprli smo i pomogli 84 projekt i aktivnost iz zajednice u ukupnoj vrijednosti od 518.159,69 kuna. U razdoblju od 2015. do 2018. godine kroz šest područja korporativne filantropije izdvojili smo 1.811.266,98 kuna za podršku aktivnostima zajednice.

U dijelu odnosa prema zaposlenicima, koji su promicatelji naših vrijednosti i nositelji cjelokupnog poslovnog procesa, ponosimo se činjenicom je 99% naših zaposlenika iz naše lokalne zajednice. Pored toga u 2018. godini dodatno smo radili na unapređenju njihova materijalnog položaja i u navedenom periodu prosječna bruto plaća iznosila je 8.132,00 kuna što je rat za 7% u odnosu na 2017. godinu odnosno veća je za 18% u odnosu na prosječnu bruto plaću isplaćenu u djelatnosti usluga smještaja te pripreme i usluživanja hrane u Republici Hrvatskoj dok je trošak bruto plaća rastao za 9,62%. Kao potpisnica Povelje raznolikosti Hrvatska potičemo raznolikost odnosno jedanke mogućnosti za sve naše zaposlenike slijedom čega u visokom menadžment 67% čini žene dok u ukupnom broju zaposlenika žene čini 53% svih zaposlenih na kraju izvještajnog razdoblja. Posebno se ponosimo što od osnutka kompanije do danas nismo imali niti jedan radni spor. Brinući se o zdravlju naših zaposlenika priključili smo se nacionalnom programu „Tvrтка prijatelj zdravlja“ kroz koji smo našim zaposlenicima omogu-

čili usvajanje zdravih navika. Zaposlenicima smo omogućili ukupno 8.532 sata edukacije ili 29 sati po zaposleniku bilo kroz vlastitu Akademiju poslovne izvrsnosti – ILIRIJA EDUKA, in-house radionice, seminare ili edukacije na visokim učilištima za ugostiteljstvo i turizam.

Posebno ističemo investicije od 1.445.109,00 kuna u zaštitu okoliša s posebnim naglaskom na plinifikaciju sva tri hotela u destinaciji Biograd na Moru, potom koristimo električnu energiju dobivenu iz obnovljivih izvora, a potrošnju energije izvan organizacije smanjili smo za 18,93%. U dijelu zaštite okoliša posebno se ponosimo hortikulturnim oblikovanjem i uređenjem prostora u skladu sa mediteranskim podnebljem u svim našim destinacijama i objektima sadnjom 16.267 sadnica samo u 2018. godini dok smo u razdoblju od 2015.-2018. godine ukupno zasadili 34.919 sadnica od čega posebno ističemo hortikulturno oblikovanje kampa „Park Soline“ do razine kampa-parka.

Ilirija d.d. kao odgovoran poslovni sustav, javna i transparentna kompanija u procese odlučivanja u sve ključne aspekte korporativnog upravljanja, svoje strateške dokumente integrirala je ekonomske aspekte, kao temeljni stup društvene odgovornosti kompanije, sa okolišnim i društvenim aspektima svog poslovanja, što smatramo svojom obvezom i u budućnosti.

Goran Ražnjević
predsjednik Uprave



Godišnji izvještaj o društveno odgovornom poslovanju za 2018.

Godišnji izvještaj o društveno odgovornom poslovanju za 2018. obuhvaća vremensko razdoblje od 01. siječnja do 31. prosinca 2018. godine, a naslanja se jednim dijelom na Godišnji izvještaj o poslovanju za 2018. 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 izvještaj je sukladan s GRI Standardima: Sržna opcija. Ujedno je i četvrti nefinancijski izvještaj Ilirije d.d.. U mjesecu kolovozu 2018. godine objavljen je treći nefinancijski izvještaj Godišnji izvještaj o društveno odgovornom poslovanju za 2017. godinu.

Izvještaj je verificiran od strane Hrvatskog poslovnog savjeta za održivi razvoj (HR PSOR), nezavisne nedobitne organizacije gospodarskog sektora čija je Ilirija d.d. članica od 2013. godine, a sastoji se od pisanog mišljenja nezavisne komisije koje se nalazi u prilogu izvještaja. Godišnji izvještaj o društveno odgovornom poslovanju objavljen je na web stranicama kompanije www.ilirijabiograd.com, web stranicama Zagrebačke burze, www.zse.hr, i Hrvatskoj agenciji za nadzor financijskih usluga, www.hanfa.hr. Dostupan je i na upit u elektronskom obliku.

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.



Hotelijerstvo



Nautika



Ilirija Travel



Kamping



Real estate



Il O Ilirji

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 2018. godini kroz sustav destinacijske menadžment kompanije Ilirija Travel organizirano je **561** posebnih događaja za preko **58.023** 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 preko 6.000 gostiju dnevno**.

Vodeći je poslodavac na području biogradske regije koji zapošljava **246** zaposlenika, u sezoni preko **425** 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 2018. godini najbolja su od osnutka kompanije:

Ukupni prihodi

161.048.880,05 kuna

+7,03%

Poslovni prihodi

159.490.115,09 kuna

+6,67%

Dobit

29.795.129,95 kuna

+9,38%

EBITDA

54.216.254,17 kuna

+9,31%

Vrijednost imovine

457.638.774,55 kuna

+7,41%

Kapital

317.135.375,81 kuna

+7,79%

Isplaćena dividenda

7.221.240,00 kuna

+20,2%

Prosječna cijena dionice

182,00 kune

+6,79%

Broj zaposlenika (31.12.)

246

+8,37%

Noćenja

662.335

+11,15%



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 u ne samo na cijeloj Biogradskoj rivijeri čime kompanije 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 čarter 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 rješenja o pretvorbi HTP Ilirija u dioničko društvo.

1999. – 2018. godine

Razdoblje intenzivnog 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 31.12.2018. godine kompanija je investirala 514.370.686,33 kuna što je rezultiralo značajnim rastom ukupnih prihoda i novostvorenom vrijednošću u navedenom razdoblju u iznosu od 806.986.579,22 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 dizajnerski 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

Kao korporativna kompanija i javno dioničko društvo svi podaci o poslovanju su javni i transparentni te u svakom trenutku dostupni svim državnim, finansijskim i ostalim ustanovama, udruženjima, partnerima i građanima.

U svom djelovanju kompanija se pridržava preporuka iz Kodeksa korporativnog upravljanja kojeg su kao oblik transparentnog i dobrog upravljanja javnih dioničkih društava usvojile Zagrebačka burza i Hrvatska agencija za nadzor finansijskih usluga. Ilirija se o korporativnom upravljanju detaljno očituje u Godišnjem upitniku Kodeksa korporativnog upravljanja javno objavljenom na web stranicama kompanije www.ilirijabiograd.com te isti dostavlja Zagrebačkoj burzi, HANFA-i i Središnjem registru propisanih informacija. Manja odstupnja od primjene

pojedinih preporuka iz Kodeksa korporativnog upravljanja uz navođenje obrazloženja istih navedena su u Godišnjem upitniku.

Također, kompanija primjenjuje i Kodeks etike u poslovanju Hrvatske gospodarske komore djelujući u svom poslovanju u skladu sa načelima odgovornosti, etičnosti, transparentnosti i poštivanja dobrih poslovnih običaja prema svim dionicima u poslovnom procesu kompanije.

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 intergitet – jednakost postupnja i odnosa prema svim našim dionicima osnovne su vrijednosti poslovanja naše kompanije.



Kvaliteta – vrhunski proizvod, profesionalna usluga i individualan pristup klijentima temelj su odnosa prema gostu koji je u srcu usluge kompanije.



Inovativnost - biti pokretač, kreator i inicijator novih proizvoda i usluga pridonoseći budućem razvoju 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. 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

Trajno osigurati 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 i 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.

Sukladno navedenom **misija** je: **povećanje imovine i ostvarenje financijskih rezultata poslovanja** kojim će osigurati dugoročnu poslovnu i financijsku stabilnost, uspostavljanje optimalne razine kvalitete i konkurentnosti u poslovanju na razini ukupne hrvatske turističke ponude, 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, zaštiti i obnovi prirodne i kulturne baštine te očuvanju okoliša odnosno **stvaranju odgovorne i održive turističke ponude.**

6. Vanjske inicijative i članstvo u udruženjima

Kompanija je članica 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 turističkom i ostalom građevinskom zemljištu neprocijenjenom u postupku pretvorbe i privatizacije, 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 kompanije 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) i real-estate segment (Poslovno-trgovački centar City Galleria u Zadru). Sastavni dio ponude unutar turističkog sektora kompanije su i ugostiteljski objekti sa ponudom i uslugom hrane i pića (restoran „Marina Kornati“, restoran „Park Soline“, Aquatic centar, Lavender lounge bar i Beach bar „Donat“) te sportsko-rekreacijski i zabavni sadržaji (Tenis centar Ilirija i Aquatic centar).

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.



 *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 sa četiri zvjezdice, kapaciteta 165 soba i 338 kreveta, koji sadrži restoran s 200 sjedala, terasu sa 70 i aperitiv bar sa 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.

Hotel Kornati kategoriziran s četiri zvjezdice, kapaciteta 106 soba i 230 kreveta, sa 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 s Lukom nautičkog turizma Hotelskom lučicom Ilirija - Kornati koja je smještena u centru 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 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 depadansa 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.

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 a od mjeseca svibnja 2018. godine i zatvoreni bazen.





**Pioniri razvoja nautičkog
turizma u Hrvatskoj**



Među Top 3 marine



805 vezova



**do 2.000 nautičara
dnevno**



**Preko 60.000 nautičara
godišnje**

Nautika

Ilirija se ponosi **izgradnjom prve nautičke marine u Hrvatskoj** (Hotelske lučice Kornati) sa 100 vezova te nabavkom i organiziranjem prve vlastite charter flote na Jadranu sa preko 40 plovila za potrebe nautičara stoga se s pravom smatra pionirom nautičkog turizma na hrvatskom dijelu Jadrana.

Današnji nautički sektor kompanije čine Marina Kornati i Hotelska lučica Ilirija-Kornati, sa ukupno **805** vezova na moru i kopnu, koje mogu u jednom danu prihvatiti i do **2000 nautičara**. U razdoblju od 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 čime je omogućen smještaj za veću kategoriju plovila, bolja iskorištenost akvatorija marine, dodatno je obogaćena i modernizira ponuda implementacijom najboljih postojećih tehničkih rješenja što pridonosi daljnjem jačanju tržišne pozicije Marine Kornati među tri vodeće luke nautičkog turizma na Jadranu. Komplementiranjem svoje usluge i povećanjem kapaciteta na sadašnjih 805 vezova od čega 70 na kopnu i 15 gatova sa priključcima za struju i vodu za prijam plovila maksimalne veličine do 23 metra, potom po broju vezova, moderno tehničkoj opremljenosti, kvaliteti usluga, čistoći i urednosti (Plava zastava) Marina Kornati je jedna od tri vodeće hrvatske marine koju godišnje posjeti preko 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 sa 365 vezova u moru i 70 na kopnu, (II) zapadnog akvatorija sa 190 vezova u moru i (III) južnog akvatorija sa 80 vezova u moru.

Osim vlastite servisne zone za popravke, održavanje plovila i suhi vez sa istezalištem i travel liftom, marina ima cjelodnevnu uslugu mornarsko-čuvarske službe, osiguran i čuvan parking sa 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 flotila 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 prihvat plovila do 8,50 m i dodatne sadržaje u sklopu hotelskog resorta.





20,00 Ha površine



**1.220 smještajnih
jedinica**



3.660 osoba



**Hortikulturno uređenje
do razine arboretuma**

Kamping

Kamp „Park Soline“, kategoriziran sa četiri zvjezdice, smješten također u Biogradu na Moru prostire se na 20,00 Ha površine, sadrži 1.220 smještajnih jedinica ukupnog kapaciteta do 3.660 osoba. Kamp osim, potpuno opremljenih parcela (parcela standard mare i comfort) nudi i parcele sa osnovnom infrastrukturom (parcele standard) te ima i zone mobilnih kućica Shelbox-Tavolara, Premium, Comfort Plus, Tavolara Plus i Comfort Family veličine od 32 m² i zonu sa glamping šatorima.

Unutar kampa gostima su na raspolaganju moderno uređeni sanitarni prostori, strojevi za pranje i sušenje rublja, mje-njačnica, 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 sa brigom za očuvanje okoliša.

Uz obogaćenu ponudu restorana, novosagrađenu šetnicu koja se proteže duž cijelog kampa i uz plažu koja vodi do samog centra Biograda kamp „Park Soline“ pravi je izbor za obiteljski odmor. Uz animaciju za djecu i večernju zabavu, aktivan odmor uz atraktivne sportove, opuštati 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, pješačenje 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).





**Integriran i komplementaran
turistički proizvod**



**Razvoj cjelogodišnje
turističke ponude**



4 vlastita objekta



**561 posebnih događaja
sa 58.023 osoba**

Ilirija Travel

Destinacijska menadžment kompanija 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**, koji je revitaliziran 2005. godine kao gradski trg u zatvorenom odnosno kao **središte javnog, kulturnog i zabavnog života regije** u kojem se godišnje organizira 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. višenamjenski funkcionalni objekt, smješten u naselju Polača u istoimenoj općini, srcu Ravnih kotara, na pola puta između Biograda na Moru i Benkovca, **prvi je objekt takve kategorije** u Republici Hrvatskoj. Difuzni hotel sastoji se od šest funkcionalno povezanih kamenih kuća te predstavlja autohtono seosko imanje okruženo maslinicima i vinogradima. 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, vinoteci i oleteci u sklopu hotela. Prostor je namijenjen i opremljen i kao mjesto za održavanje sastanaka, insentiva, 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. Kako se sve više traži doživljaj lokacije na kojoj se gost nalazi, na imanju je na tradicionalan i ekološki način prikazana proizvodnja vina i maslinovog ulja koji se mogu degustirati.

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, sa cjelovitim restoranom, kuhinjom i barom koja pruža izvrsnu ugostiteljsku uslugu za vrijeme plovidbe. Kongresi, seminari, posebna događanja, jedinstveni poslovni skupovi, gala prijemi i banketi, unikatna vjenčanja, ekskluzivna dnevna i noćna krstarenja, incentive događanja, sve su to sadržaji za koje event brod „Nada“ pruža mogućnost prilagođavajući se individualnim zahtjevima klijenata.



Arsenal



Ražnjevića dvori A.D. 1307.



Villa Primorje



Event brod "Nada"



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

Real-estate segment - City Galleria

Poslovno-trgovački centar City Galleria nalazi se u blizini stare jezgre grada Zadra, **jedan je od dva najveća trgovačka centra u gradu i široj zadarskoj regiji**, dovršen je i otvoren za javnost u listopadu 2008. godine sa ukupnom bruto površinom većom od 28.500 m² rasprostranjenih na ukupno šest etaža (dvije garažne i četiri prodajne). Bruto površina centra sastoji se od pripadajuće podzemne garaže ukupne površine 10.863,50m², potom 9.897,60m² neto iznajmljive površine, te sporednih prostorija i hodnika.

U samom centru nalaze se sljedeći sadržaji: podzemna auto garaža sa više od 400 parkirnih mjesta na dvije etaže, otvorena i zatvorena tržnica, supermarket, specijalizirane prodavaonice hrane i pića, modni dućani odjećom, obućom i sportskom opremom, dječje trgovine, ugostiteljski objekti, wellness i beauty centar, te 6 multiplex kino dvorana. Dodanu vrijednost i prepoznatljivost centru daju otvorena gradska tržnica, smještena na vanjskom natkrivenom trgu centra, zatvorena tržnica i ribarnica čime se Poslovno-trgovački centar City Galleria nametnuo kao mjesto na kojem posjetitelji mogu zadovoljiti većinu svojih dnevnih potreba i kao takav predstavlja odmak od sadržaja klasičnih trgovačkih centara.

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,
50 posebnih događanja sa
6.598 osoba**



**280 osoba, Dalmatinska konoba,
Vinski podrum**



280 osoba



**140 osoba,
Zgrada upisana u registar
kulturnih dobara**

Ugostiteljstvo

Restoran „Marina Kornati“, smješten u Marini Kornati, kapaciteta preko 350 osoba, koji zajedno s nedavno obnovljenim Kapetanskim klubom kapaciteta 70 osoba, ima kapacitet 420 osoba zadovoljava potrebe nautičara za održavanje 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. U 2018. godini u restoranu “Marina Kornati” održalo se sveukupno 50 događaja na kojima je nazočilo 6.598 osoba.

Restoran „Park Soline“ nalazi se u kampu “Park Soline”****, neposredno uz more, desetak minuta hoda od centra grada Biograda na Moru čija se ponuda hrane temelji na mediteranskoj kuhinji. Restoran kapaciteta 280 osoba nudi mogućnost organizacije različitih događanja – obiteljskih svečanosti, banketa i domjenaka, kao i sastanaka. U sklopu restorana nalazi se i dalmatinska konoba sa 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, nalazi se u sklopu hotela Adriatic, uz samu plažu, poznat po svom mediteranskom dizajnu, potpuno prilagođen opuštanju, uz prekrasan pogled na Pašmanski kanal, mjesto je koje nudi mogućnost organizacije brojnih događaja različitog karaktera (MICE, vjenčanja, banketi, cocktail bar, noćni klub itd.).

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



Kongresni kapaciteti kompanije namijenjeni su klijentima koji zahtjevaju puno više od samog event prostora traže autentičan ambijent koji istovremeno održava povijest, kulturu i tradiciju mjesta, destinacije i regije i 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 nezaboran doživljaj nudimo organizaciju M.I.C.E. događaja na event shipu „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 jezge 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.

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



**Najveći međunarodni
nautički sajam u Hrvatskoj
i jugoistočnoj Europi**

BBS
u brojkama

**310 registriranih izlagača
320 plovila
16.000 posjetitelja
2.000 poslovnih posjeta**

Sportsko-rekreacijski i zabavni sadržaji:

Aquatic centar - izgrađen je kao sportski, zabavni i ugostiteljski objekt sa otvorenim olimpijskim bazenom, a smješten na glavnoj gradskoj plaži okrunjenom Plavom zastavom. **Posjeduje tribine sa 4.000 mjesta i terasu površine 1.000 m² te predstavlja centar održavanja gotovo svih sportskih, zabavnih i glazbenih manifestacija u destinaciji.** Opremljen je ugostiteljskim sadržajima caffe barom i restoranom brze prehrane kapaciteta 350 osoba i kao takav nudi mogućnost organizacije brojnih događaja javnog i privatnog karaktera te je idealno mjesto za organizaciju team-buildinga, vjenčanja, banketa, M.I.C.E. događaja itd.

Tenis centar „Ilirija“, smješten u borovoj šumi Soline u blizini stare gradske jezgre, prostire se na površini od 48.000 m² sastoji se od 20 tenis terena i višenamjenskih igrališta (14 zemljanih i 6 color-set igrališta) s noćnim osvjetljenjem, ugostiteljskim objektom i svlačionicama te pratećim kapacitetima.

Manifestacije:

Biograd Boat Show - najveći međunarodni jesenski nautički sajam u Republici Hrvatskoj i najveći nautički sajam u jugoistočnoj Europi, među sajmovima koji se održava na vodi, na jednom mjestu okuplja sve ključne predstavnike nautičke industrije i turizma. U svojim počecima dakle 1999. godine nautički sajam organiziran je kao proljetni Otvoreni dani uglavnom namjenjeni tvrtkama koje posluju unutar marine, kao prva takva manifestaciju u Sjevernoj Dalmaciji koji su od 2004. godine organizira kao jesenski nautički sajam Biograd Boat Show što je pridonijelo poboljšanju nautičke ponude i produženju turističke sezone.

Biograd Boat Show primljen je u Međunarodnu udruhu organizatora nautičkih sajmova (International Federation of Boat Show Organisers-IFBSO) na 50. sjednici Udruženja održanoj u Istanbulu, Turska, u lipnju 2014. godine, a u 2015. godini postao je njihov zlatni član.

Na dvadesetom izdanju sajma u 2018. godini sudjelovalo je 310 registriranih izlagača sa 320 plovila, dok je broj posjetitelja prešao brojku od 16.000 sa preko 2000 ostvarenih poslovnih posjeta.



Aquatic centar



Tenis centar "Ilirija"



Biograd Boat Show

Kapaciteti hotelskog sektora - Ilirija Resorta



	Broj soba				Broj kreveta			
	2016.	2017.	2018.	Index 2018./2017.	2016.	2017.	2018.	Index 2018./2017.
Hotel ILIRIJA	165	165	165	1,00	337	337	338	1,00
Hotel KORNATI	106	106	106	1,00	216	216	230	1,06
Hotel ADRIATIC	100	100	100	1,00	210	210	210	1,00
Hotel Villa DONAT	72	72	72	1,00	144	144	144	1,00
Ukupno	443	443	443	1,00	907	907	922	1,02

Kapaciteti nautičkog sektora - Marina Kornati



	Dužina gatova / m	Broj vezova	Suhi vez	Ukupan br. vezova
Centralna marina	923	365	70	435
Zapadna marina	262	190	0	190
Južna marina	180	80	0	80
Hotelska marina	450	100	0	100
Ukupno	1.815	735	70	805

Kapaciteti kamping sektora - kampa "Park Soline"

		2014.	2015.	2016.	2017.	2018.
I	Extra zona					
	Parcela	80	81	81	81	81
	Kamp mjesta	0	0	0	0	0
	Ukupno	80	81	81	81	81
II	Prva zona					
	Parcela	345	326	326	326	303
	Kamp mjesta	0	0	0	0	0
	Ukupno	345	326	326	326	303
III	Druga zona					
	Parcela	168	182	182	182	198
	Kamp mjesta	0	0	0	0	0
	Ukupno	168	182	182	182	198
IV	Treća zona					
	Parcela	342	347	347	347	638
	Kamp mjesta	188	187	194	194	0
	Ukupno	530	534	541	541	638
Σ	Sveukupno					
	Parcela	935	936	936	936	1220
	Kamp mjesta	188	187	194	194	0
	Sveukupno	1123	1123	1130	1130	1220





Ostvareno 662.335 noćenja



Ostvareno 144.745 noćenja



Ostvareno 302.845 noćenja



Ostvareno 214.745 noćenja



DMK Ilirija Travel
561 zaseban događaj (event)
58.023 osoba

8. Pregled tržišta, kupaca i dobavljača

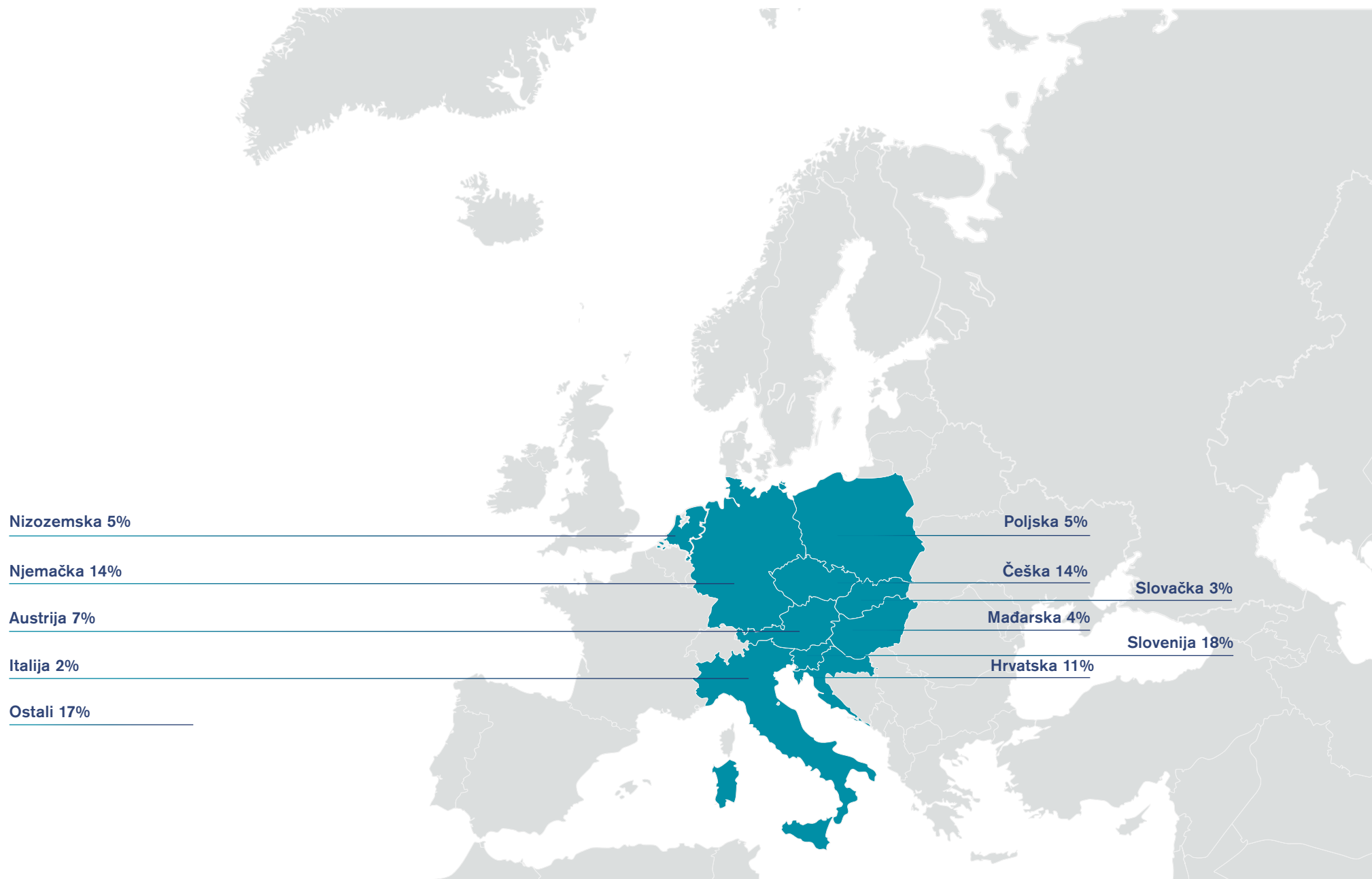
Obzirom na diverzificiranu i kompleksnu ponudu kompanije tržište i kupce dijelimo na dva ključna segmenta:

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

Diverzificiranosti i raznolikosti ključnih turističkih sektora, zahtjevaju različit markentiško-tržišni pristup i aktivnosti u dijelu razvoja i osmišljavanja proizvoda. Razvoj četvrtog segmenta ponude u turističkom sektoru kompanije – destinacijske menadžment kompanije Ilirija Travel kao komplementarnog i integriranog proizvoda koji objedinjuje ponudu sva tri njena ključna turistička sektora doprinosi razvoju cjelogodišnjeg poslovanja, snažnijeg markentiško – prodajnog jačanja ponude i usluge do bolje pozicioniranja i profilacije kompanije na njenim ključnim emitivnim tržištima.

U 2018. godini kompanija je na razini svoja tri ključna sektora ostvarila sveukupno 662.335 noćenja od čega je u sektoru hotelijerstva ostvareno 144.745 noćenja ili 22% svih noćenja, u sektoru kampinga ostvareno je 46% noćenja dok je u sektoru nautike s naslova poslovne suradnje sa tvrtkama koje se unutra Marine Kornati bave djelatnostima pružanje usluge smještaja na plovilu ostvareno 32% noćenja. U destinacijskoj menadžment kompaniji realiziran je 561 zaseban događaja sa ukupno 58.023 osoba. Važno je za naglasiti da 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.





Ostvareni rezultati poslovanja rezultat su daljnjeg tržišnog profiliranja kompanije u svim segmentima njene ponude na sljedećim temeljima:

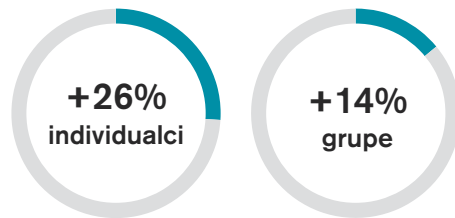
- ✓ kontinuiranog razvoja nove i unapređenja postojeće ponude i sadržaja u svim sektorima na razini 4****,
- ✓ diverzificirane ponude kompanije (hotelijerstvo, nautika, kamping, DMK Ilirija Travel, ugostiteljstvo i real-estate),
- ✓ dugogodišnje tradicije poslovanja – 61 godinu kreator turističke ponude destinacije, regije i zemlje,
- ✓ dobre povezanosti destinacije (cestovna, zračna, pomorska) sa ključnim emitivnim tržištima,
- ✓ očuvanom okoliša i prirodnim ljepotama,
- ✓ blizini nacionalnih parkova i parka prirode,
- ✓ bogatstvu kulturne i prirodne baštine zemlje i destinacije,
- ✓ položaju objekata unutar destinacije (na samoj plaži, u centru grada – hoteli, marina i kamp),
- ✓ postignutim međunarodnim ekološkim standardima,
- ✓ razvoju komplementarnog i integriranog proizvoda odnosno destinacijske menadžment kompanije/DMK Ilirije Travel kroz koju se razvijaju posebni programi i ponude s naglaskom na pred i posezonu,
- ✓ razvoju cjelogodišnjeg poslovanja,
- ✓ kontinuiranom ulaganju u edukaciju i razvoj kadrova, i
- ✓ poticanju razvoja lokalne zajednice kroz zapošljavanje lokalnih zaposlenika i poticanje lokalne ekonomije.

Analiza tržišta i kupaca po sektorima

Obilježja tržišta hotelskog tržišta:

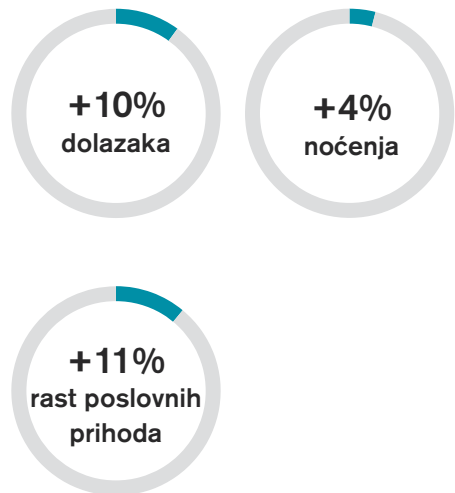
1.

Rast ključnih tržišnih segmenata



2.

Rast operativnih i finansijskih rezultata



Hotelijerstvo:

Hotelski sektor Ilirije nastupa pod brandom Ilirija Resort i broji četiri hotela, sa 443 smještajne jedinice i ukupno 922 kreveta, smještenih u destinacijama Biograd na Moru i Sv. Filip i Jakov.

Prema tržišnim segmentima 2018. godinu obilježio je značajan rast udjela individualaca od 26% u odnosu na prethodnu poslovnu godinu i rast grupnog segmenta od 14%, što je rezultiralo smanjenjem udjela alatmana i fiksnog zakupa. Rast turističkog prometa, rast udjela lukrativnijih emitivnih tržišta i rast individualnog i grupnog segmenta, odrazilo se pozitivno na ukupan fizički i finansijski promet sektora hotelijerstva u 2018. godini čime smo u predmetnom razdoblju zadržali veći rast od rasta fizičkog prometa hotelskog sektora na nacionalnoj razini. Ovi rezultati dijelom su posljedica snaženja direktnog ugovaranja s poslovnim grupama odnosno kriz cjelokupan MICE segment čime se i značajno snažilo razdoblje pred i posezone. U organizaciji i domaćinstvu kongresnih, edukativnih i team building okupljanja, pridodani su tematski grupni boravci i obilasci uz korištenje komparativnih sadržaja Ilirije odnosno DMK Ilirije Travel.

Tijekom 2018. godine u sektoru hotelijerstva Ilirija Resorta boravilo je 46.383 gostiju odnosno 10% više nego 2017., sa realiziranih 144.745 noćenja odnosno 4% više. U strukturi ostvarenih noćenja među pet vodećih emitivnih tržišta nalazi se (I) hrvatsko tržište sa udjelom od 16% noćenja, (II) njemačko tržište sa udjelom od 14%, (III) austrijsko tržište sa 10% udjela u noćenjima, (IV) slovensko sa udjelom od 10% te (V) slovačko tržište sa 6% noćenja. Hrvatsko tržište i dalje je vodeće tržište hotelskog sektora kompanije na kojem u 2018. godini bilježimo rast od 6%, prvenstveno kao posljedicu produženja turističke sezone odnosno značajnijeg prometa u pred i posezoni te grupnih odnosno event i kongresnih sadržaja. Opredjeljenje ka lukrativnijim europskim emitivnim tržištima sa značajnim rastom turističkog prometa na tržištima zapadne i sjeverne Europe imalo je i za posljedicu promjene u strukturi noćenja tradicionalnih emitivnih tržišta hotelskog sektora posebno Slovačke, te značajan rasta učešća gostiju iz Skandinavije prvenstveno Švedske i Norveške koji su se ostvarenim rezultatima poslovanja našli među deset vodećih tržišta hotelskog sektora Društva. Na dotičnim tržištima, sjeverne i zapadne Europe, uz kombinacija sa long haul tržištima nastavljamo značajnije aktivnosti u svrhu maksimalne disperzije rizika ovisnosti o svega nekoliko tržišta.



Snaženje poslovnih aktivnosti u pred i posezoni



Širenje na nova tržišta (long haul)

U promatranom razdoblju, pokazatelji zauzetosti kapaciteta, kao i dani popunjenosti hotela su povećani, zauzetost kapaciteta sa 43,10% na 45,12% zauzetosti, a dani popunjenosti sa 157 dana u 2017. godini na 165 u 2018. godini. Bolja popunjenost hotela bilježi se u gotovo svim mjesecima, a izraženija je u pred i posezonskim mjesecima od ožujka do lipnja, odnosno rujnu i listopadu. Sve navedeno rezultat je i ulaganja u promjenu strukture, odnosno otvaranje novih mahom udaljenijih tržišta s ranijim bookingom i lukrativnijih tržišta, s ciljem disperzije rizika i produljenja sezone. Dolasci takvih grupa ostvaruju se snaženjem komparativne ponude kompanije putem komplementarnih sadržaja odnosno kroz destinacijski menadžment kompaniju/DMK Iliriju Travel, ostale sektore i profitne centre osiguravajući produženje glavne sezone i smanjenje sezonalnosti sadržajima koji obogaćuju ponudu gostima u tim razdobljima. Ističemo značajan rast turističkog prometa ostvaren u zadnjem kvartalu poslovne godine (listopad-prosinac) odnosno doprinos produženju turističke sezone.

Hotelski sektor Ilirije sudjelovao je na ključnim sajmovima i poslovnim radionicama hotelske industrije te općim turističkim sajmovima, kao i partnerskim istupima na ciljanim tržištima s HTZ-om, Turističkom zajednicom Zadarske županije, Zadarskom županijom i gradom Biogradom na Moru. Redovito su se pored sajmova vrši i obilasci ključnih agencija i partnera, a u marketinškim aktivnostima naglasak je stavljen na on-line oglašavanje, društvene mreže kao i ciljane Google Adwords kampanje, i predstavljanja kroz tiskane medije, odnosno u suradnji sa sustavima turističkih zajednica i partnerima u ugošćivanju istaknutih novinara i prodajnih agenata.



1.

Obilježja nautičkog tržišta:**+4%**
ugovorena plovila**(741 individualana i charter plovila)****323****plovila u charteru
sa ostvarenih 214.745 noćenja**

2.

**Rast financijskih rezultata
poslovanja****+3%****rast poslovnih prihoda****Nautika:**

Danas nautički sektor Ilirije, Marina Kornati i Hotelska lučica Ilirija-Kornati, smješten na najrazvedenijem dijelu Jadrana na vratima Kornata, s dobrom prometnom povezanošću (blizina autoceste, zračne luke, međunarodnog trajektnog pristaništa), prepoznatom tradicijom, kvalitetom usluge, tehničkom opremljenošću, dostignutim ekološkim standardima, brojnim priznanjima i nagradama čineći ga jednim od tri vodeće hrvatske nautičke luke.

Nautički turizam u Iliriji postao je cjelogodišnji zahvaljujući i geografsko-klimatskim obilježjima, izrazitoj vjernosti gostiju i njihovom višegodišnjem vraćanju, potpunoj infrastrukturnoj opremljenosti, kompletnom servisnom uslugom, rastu duljine boravka vlasnika brodova i višekratnim dolascima tijekom godine.

Ključni tržišni segmenti nautičkog tržišta:

(I) Individualno ugovorno tržište – čine korisnici/vlasnici plovila koji sklapaju godišnji ili sezonski Ugovor o korištenju veza kojih je u 2018. godini sklopljeno ukupno 418 od čega 44 sezonskih ugovora. Među plovilima 34,68% čine plovila pod hrvatskom zastavom, a potom slijede plovila pod austrijskom zastavom sa udjelom od 31,33%, njemačkom sa udjelom od 13,63% i slovenskom zastavom sa udjelom od 4,78%.

(II) Charter tržište - čine charter tvrtke koje iznajmljuju plovila. U 2018. godini u Marini Kornati poslovalo je 14 charter tvrtki sa ukupno 323 plovila čime je Marina Kornati bila jedna od vodećih charter baza u Hrvatskoj sa više monotipnih flota (Bavaria/Elan). Plovila su pod hrvatskom zastavom među kojima 52,32% su činila plovila dužine od 12 do 15 m. U 2018. na charter plovilima ostvareno je 214.745 noćenja gostiju odnosno oko 79% noćenja nautičara u Biogradu na Moru ili 32% svih noćenja u charteru ostvarenih u Zadarskoj županiji.

(III) Tranzitno tržište dijeli se na:

a) tranzitno servisno tržište - odnosi se na korisnike sa plovilima koji u marinu uplovljavaju ili dolaze kopnenim putem radi servisa plovila i ostalih tehničkih usluga Marine Kornate odnosno njenih partnera-servis tvrtki koji posluju unutar marine. U 2018. godini Marinu Kornati posjetilo je u svrhu servisa ukupno 177 plovila sa ostvarenih 1737 noćenja i prosječnim boravkom od 9,8 dana.

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. U 2018. godini uplovilo je ukupno 235 plovila u tranzitu u vrhu sportske rekreacije sa prosječnim boravkom u marini od 2,5 dan, a 60% činila su plovila u kategoriji dužine od 10-13 m. U navedenom razdoblju održano je ukupno 54 regatnih manifestacija na kojima je sudjelovalo 350 plovila sa 6000 nautičara, a najznačajnija regatna manifestacija odnosila se na Kornati Cup na kojem je sudjelovalo oko 600 nautičara na oko 100 plovila, te Business Cup sa 190 jedriličara na 30 jedrila.

3.



Cjelogodišnje poslovanje

c) odmorišno – rekreativno tržište - čine korisnici/vlasnici koji u marinu dolaze najavljeni ili bez najave. Djelimo ih na korisnike vlastitih plovila i charter plovila. Korisnici charter plovila uglavnom uplovljavaju na jedan dan nenajavljeni i to prilikom početka odnosno kraja njihovog boravka tj. povratka u obližnje bazne marine.

Prema zastavi plovila tranzitno tržište 52,5 % čine plovila pod hrvatskom zastavom, potom slijede plovila sa njemačkom zastavom 16,97%, pod austrijskom zastavom (8,27%) te talijanskom sa udjelom od 8%. Prema Zakonu o strancima (NN 74/13) Ministarstvu unutarnjih poslova više nije potrebno prijavljivati državljane EU zemalja, po shodno tome nemamo podatke o noćenjima gostiju, osim za izvaneuropske zemlje čiji broj je zanemariv.

4.

Kontinuirani rast Biograd Boat Show-a:

+19%

rast poslovnih prihoda

Servisne usluge

Marina Kornati pruža vlastite servisne usluge od čega su najznačajnije usluge dizanja i spuštanja, pranja i teglenja plovila. Najveći broj tehničkih operacija obavlja se u periodu od svibnja do rujna i to najčešće za plovila od 12 do 14 m dužine. Obzirom na specifičnost nautike i širok obim potrebnih usluga koje zahtjeva tržišta, unutar njenog koncesijskog područja djeluje 50-tak tvrtki-obrta, charter tvrtki i servis partner tvrtki, koje pružaju usluge koje kompletno zadovoljavaju potrebe nautičara kao i nautičkih subjekata kako u samoj marini tako i izvan nje.

Nautički sajam – Biograd Boat Show

U 2018. godini održan je jubilarni dvadeseti Biograd Boat Show na kojem je sudjelovalo je 310 izlagača sa 320 plovila, preko 16.000 posjetitelja i 40 premijera plovila.

U posljednjih nekoliko godina Biograd Boat Show ima intezivan „business to business“ karakter komu je dana još veća relevantnost kroz razvoj platforme pod nazivom „Biograd B2B“ s ciljem jačanja poslovnog karaktera sajma, jače interakcije poslovnih posjetitelja i izlagača, posebno iz dijela brodogradnje i nautičkog turizma odnosno jačanja njegovih poslovnih aktivnosti na kojem je do otvorenja sajma registrirano preko 380 poslovnih subjekata.

Sajam su prepoznale vodeće strukovne i poslovne udruge i udruženja kao centralno mjesto okupljanja svih segmenata hrvatske nautičke industrije i turizma: (I) luka nautičkog turizma-marina, (II) čartera, (III) brodarka, (IV) brodograditelja, (V) proizvođača brodske i nautičke opreme i (VI) ronilačkog turizma. Stoga je Biograd Boat Show od nautičkog sajma prerastao u kongres hrvatske nautičke industrije i turizma što je na devetnaestom izdanju sajma i formalno potvrđeno kroz organizaciju „2. HGK Dana nautika“ sa bogatim kongresnim i stručnim programom iz svih područja nautičke industrije i turizma.



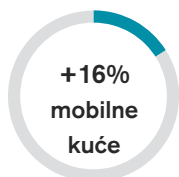
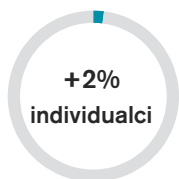
Razvoj novih usluga – Biograd B2B



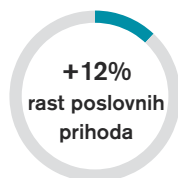
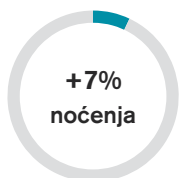
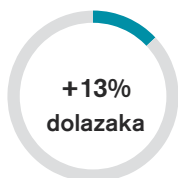
Kongresni program – HGK Dani nautike

Obilježja kamping tržišta:

1. Rast ključnih tržišnih segmenata



2. Rast operativnih i finansijskih rezultata



Kamping

Kamp „Park Soline“ kontinuirano bilježi rast broja gostiju i noćenja te prihoda, produktivnosti i profitabilnosti, zahvaljujući unaprijeđenju ponude i infrastrukture, praćenju tržišta i marketiškim aktivnostima. Atraktivnost kampa čini dobra povezanost destinacije (autoceste, zračne luke i međunarodnog trajektnog pristaništa), potom smještaj kampa u park šumi na samom moru, u neposrednoj blizini stare gradske jezgre mjesta i svih drugih objekata i sadržaja ponude Ilirije, te blizini četiri nacionalna parka i parka prirode.

U 2018. godini u kamping sektoru ostvareno je 42.138 dolazaka, što je povećanje za 13% u odnosu na prethodnu poslovnu godinu, što je rezultiralo i rastom broja noćenja za 7% kojih je u navedenom periodu realizirano 302.845. Također, na nacionalnoj razini, kamping sektor u 2018. godini bilježi rast broja noćenja za 1,18%, pa je time kamp Park Soline sa ostvarenim rastom noćenja iznad razine cijelog kamping sektora Hrvatske.

Ključni tržišni segmenti kamping sektora su:

(I) Paušal – obuhvaća goste koji u kampu postavljaju kamp prikolicu ili mobilnu kućicu na određeni period. Ovaj segment obuhvaća 19% ukupnih noćenja u kampu, a najveći dio noćenja se odnosi na goste iz Slovenije i Hrvatske.

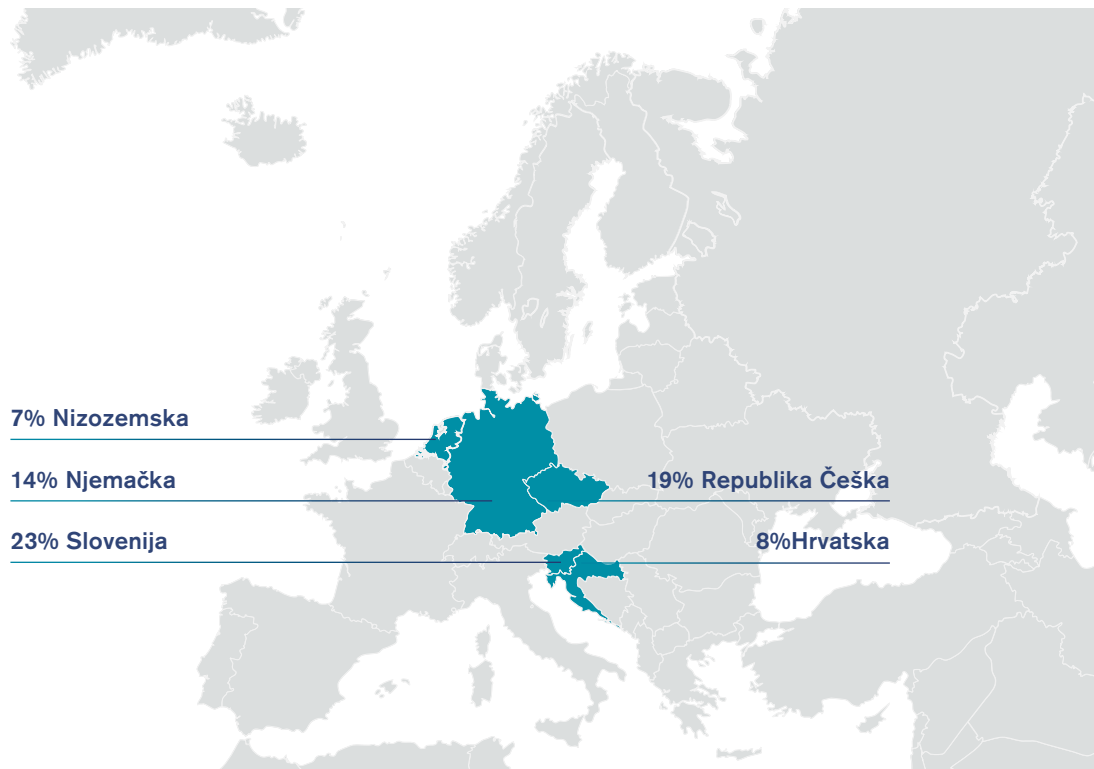
(II) Agencije – agencija koja u fiksnom zakupu ima određen broj parcela te na iste postavlja svoje mobilne kućice ili šatore. Ovaj segment poslovanja čini 30% udjela u sveukupnom broju noćenja i izuzetno je važan u ukupnom poslovanju kampa.

(III) Mobilne kućice - kao tržišni segment obuhvaćaju mobilne kućice koje su u vlasništvu Ilirije. Ovaj segment iz godine u godinu ima tendenciju znatnog rasta u noćenjima, te u ukupnom udjelu noćenja iznosi 24%.

(IV) Individualne parcele - odnose se na goste koje dolaze sa vlastitim kamp prikolicama, kamperima ili šatorima te se smještaju na parcelama veličine od 80-100 m², opremljenih sa strujom, vodom, odvodom. Udjel individualnih gostiju u ukupnim noćenjima iznosi 27%.

Sva četiri ključna tržišna segmenta poslovanja kampa (alotman, paušal, individualci i mobilne kućice) bilježe rast u dolascima dok u noćenjima izuzev tržišnog segmenta alotman realiziran je rast noćenja kod individualaca, mobilnih kućica i paušala. U strukturi noćenja prema tržišnim segmentima prevladavali su agencijski gosti sa udjelom od 30%, individualni gosti sa udjelom od 27%, zatim gosti u mobilnim kućicama sa udjelom od 24% noćenja, dok su gosti u paušalu činili 19% svih noćenja.

Top 5 kamping tržišta



U 2018. godini, najznačajnija emitivna tržišta na razini svih tržišnih segmenata su: (I) Slovenija, (II) Češka, (III) Njemačka, (IV) Hrvatska i (V) Nizozemska. Slovensko tržište već godinama za kamp „Park Soline“ predstavlja jedno od najvažnijih tržišta posebice kod paušalnih gostiju, te u sveukupnom broju noćenja drže prvo mjesto. U 2018. godini broj noćenja paušalnih gostiju se povećao za 9,32%, te broj noćenja u mobilnim kućicama za 24,08%, a što je rezultat kombiniranih marketinško-prodajnih napora sa usmenom predajom stalnih gostiju, kojih je u ovom tržišnom segmentu najviše, te uz Google Adwords kampanju. Gosti sa češkog emitivnog tržišta sa ostvarenih 58.258 noćenja sudjeluju sa 19% udjela u ukupnim noćenjima kamping sektora od čega je najznačajniji dio ostvaren u segmentu agencijskih gostiju.

Njemačko tržište sa udjelom od 14% u ukupnim noćenjima ima poseban značenje u strateškom opredjeljenju ka snaženju tržišta mobilnih kućica i individualnih parcela. Gosti sa njemačkog emitivnog tržišta su vodeći po broju noćenja na individualnim parcelama i drugi prema noćenjima u mobilnim kućicama. Hrvatsko tržište u kampingu općenito, pa time i u kampu „Park Soline“ sa udjelom od 8%, počiva mahom na paušalcima i bilježi rast od 28,63%, a u istom razdoblju te se rast je ostvario i u segmentu mobilnih kućica za 16,37%. Radi navedenog, prisutni smo kroz promotivne aktivnosti u sklopu Kamping Udruženja Hrvatske i udruge Top Camping, te kroz tiskovine kao što su „Enjoy Croatia“, zatim kroz on-line Google Adwords kampanje, i dodatno kroz društvene mreže.

Prodajne i marketinške ostavrenja u kamping sektoru kombinacija su nastupa na najznačajnijim sajmovima na ključnim emitivnim tržištima, predstavljanja na najznačajnijim specijaliziranim tiskanim medijama kamping turizma (ADAC i DCC kamping i karavaning vodič, Avto dom magazine, Kamping i karavaning vodnik), on-line oglašavanja (web stranica, Google Adwords kampanje), potom ulaganja u unaprjeđenje kvalitete objekata i usluga kampa, optimizacije cijena, marketinških aktivnosti i strateški planiranih ulaganja u ključne kanale prodaje, te intenzivnog ranog bookinga od kraja 2017. godine..

DMK Ilirija Travel:

Ilirija Travel – agencija djeluje kao destinacijska menadžment kompanija razvojem novih usluga i sadržaja kroz komplementaran turistički proizvod, koji objedinjuje sve sastavnice Društva, udovoljava potrebama suvremene turističke potražnje, uključuje proizvode i programe sa 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 Društva, a dijelom zasebnih proizvoda van samih njegovih objekata. Tijekom 2018. godine kroz 561 događaj, počevši od jednostavnijih pojedinačnih događaja, izleta do posebnih programa, insentiva, evenata, konferencija, kongresa, vjenčanja, izleta, regata i sl., organiziranih većinom u pred i posezoni, pružena je usluga za 58.023 osoba.

Broj događanja uvećan je za 14,26% ali uz manje osoba. Nakon rekordne 2017. godine sa nizom jedinstvenih grupa i evenata koji su odrađivani na prostoru cijelog Jadrana event brodom Nada, veći dio događanja u 2018. godini odvijao se na području zadarsko-biogradskog prostora i u funkciji ovdašnjih gostiju.





Obilježja real-estate tržišta:

1.

Kontinuirani rast popunjenosti centra



36 zakupnika



99,64% popunjenost kapaciteta

2.

Zakupnici



I Lokalni zakupci

- lokalna trgovačka društva
- mali trgovci domaćim proizvodima
- obrtnici
- OPG - ovi

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. Komercijalna popunjenost centra na dan 31.12.2018. godine iznosi 99,64% svih kapaciteta sa aktivnih 36 ugovora sa zakupnicima čija je struktura poslovanja raznolika - od manjih lokalnih obrtnika do međunarodnih tržišnih lidera u svojim kategorijama djelatnosti.

Kupce odnosno zakupnike dijelimo na:

- I Lokalne,
- II Nacionalne, i
- III Internacionalne zakupnike

I Lokalni zakupnici - s ponosom ističemo našu suradnju sa lokalnim trgovačkim društvima, malim trgovcima domaćim proizvodima i obrtnicima koji posluju u sklopu naše otvorene i zatvorene tržnice. Uzimajući u obzir centralnu lokaciju Poslovno-trgovačkog centra City Galleria u gradu Zadru, interes lokalnih poslovnih subjekata za suradnjom iznimno je velik. U ponudi zatvorene tržnice prevladavaju manji lokalni zakupci i OPG-ovi što privlači velik broj lokalnog stanovništva i stranih posjetitelja koji zbog ponude svježnih lokalnih namirnica mogu zadovoljiti većinu svojih dnevnih potreba, te City Galleria predstavlja odmak od sadržaja klasičnih trgovačkih centara. Kao jednog od značajnijih poslovnih partnera želimo navesti gradsko društvo Tržnica Zadar d.o.o. koje svakodnevno posluje u jutarnjim satima na više od 800m² vanjskog natkrivenog trga centra na kojima lokalni prodavači nude sezonsko svježe voće i povrće, cvijeće, med, prirodne proizvode i ostali autohtoni asortiman. Uz centralnu poziciju gradske tržnice na poluotoku, u samom srcu grada Zadra, lokacija tržnice u sklopu centra City Galleria druga je po veličini sa više od 35 lokalnih prodavača, te sa najvećim interesom za zakupom novih prodajnih pozicija.

II Nacionalni zakupnici - koji posluju u centru City Galleria nude različite vrste proizvoda i usluga, a smatramo važnim napomenuti kako sa velikim broj navedenih poslovnih subjekata surađujemo već deset godina, od samog otvorenja centra za javnost. Među njima želimo istaknuti regionalni lanac trgovina sportskom odjećom i obućom Sport&Moda d.o.o. koji su zastupnici svjetski poznatih međunarodnih modnih marki Nike, Converse, Puma, Adidas, Reebok i ostalih; zatim društvo Monile d.o.o. sa poznatim domaćim lancem muškom odjećom Galileo koji, osim u Hrvatskoj, posluje i u Sloveniji, Srbiji i Slovačkoj; također i najveći domaći lanac optika sa više od 90 poslovnica na teritoriju Republike Hrvatske Ghetaldus Optika d.d. uz koji u centru posluje i Poliklinika Ghetaldus specijalizirana za oftalmološke usluge; kao i domaći lanac trgovina kućanskim tekstilom Posteljina.hr koji posluje na više od 20 prodajnih mjesta diljem Hrvatske; te lanac specijaliziranih prodavaonica Farmacia rasprostranjenih cijelom Hrvatskom na ukupno 85 lokacija. U dijelu ugostiteljske ponude želimo istaknuti Leggiero bar, domaći renomirani ugostiteljski lanac prisutan u više od 10 gradova diljem Hrvatske, a uz koji se veže zanimljivost kako je sam koncept i naziv osmišljen 2008. godine otvorenjem prvog Leggiero bara baš u City Galleriji. Noviji zakupnici centra su tvrtka Wulf sport d.d. sa svojim ShoeBeDo



II Nacionalni zakupci

- trgovački
- ugostiteljski
- sportski
- zabavni
- ostali sadržaji



III Internacionalni zakupci

- 50,27% ukupne neto iznajmljive površine
- tržišni lideri u svojim djelatnostima

konceptom sportske lifestyle ponude koji u centru posluje kao format ShoeBeDo mini; te Gyms4You - poznati domaći lanac fitness klubova nastao po europskom konceptu otvorenosti 7 dana u tjednu, od 0 do 24 sata.

III Internacionalni zakupnici - čiji zbroj zakupljene neto površine iznosi 50,27% ukupne neto iznajmljive površine centra, predstavljaju najveće i najpoznatije europske trgovačke lance prisutne na domaćem tržištu. Među njima želimo navesti tržišne lidere u svojim djelatnostima poput društva Müller trgovina Zagreb d.o.o., jednog od najvećih europskih lanaca drogerija, parfumerija, papirnica i odjela igračaka i multimedije koji u centru posluje na više od 1.800m² poslovnog prostora; zatim društvo SPAR Hrvatska d.o.o. čija trgovina SPAR posluje u centru na više od 1.500m² prostora, a koje društvo je prisutno sa mrežom trgovina na teritoriju Republike Hrvatske od 84 SPAR supermarketa i 19 INTERSPAR hipermarketa; kao i lanac potpuno digitaliziranih CineStar multiplex kina koji je trenutno u Hrvatskoj rasprostranjen u 11 gradova sa 15 lokacija, te koji je u 2018. godini proslavio 15 godina svog poslovanja. Poslovna suradnja sa društvom Blitz-Cinestar d.o.o. omogućuje jedinstvenu uslugu jedinog multiplexa u cijeloj Zadarskoj županiji. Kao ostale internacionalne zakupnike možemo još istaknuti trgovine PEPCO - europski lanac diskontnih trgovina koji nudi odjeću za cijelu obitelj i proizvode za kućanstvo; te CCC shoes&bags – trgovinu torbama i obucom za cijelu obitelj.

Marketinške aktivnosti centra imaju za cilj učvrstiti poziciju centra City Galleria na lokalnom tržištu, povećati posjećenost i vrijeme zadržavanja u objektu, osigurati što kvalitetnije i ugodnije iskustvo posjeta, te jačati sveukupnu tržišnu prepoznatljivost sadržaja centra. Uzimajući u obzir navedeno, kontinuirano se radi na organiziranju raznih događanja radi unaprijeđivanja poslovanja putem privlačenja posjetitelja, povećanja prodaje, kreiranja dodatnog publiciteta, stimuliranja zakupnika na sudjelovanje u promotivnim aktivnostima centra, razvoja „osobnosti“ centra i slično. Među brojnim aktivnostima u 2018. godini, kao najzanimljivija događanja su „Plesni karneval“ organiziran u suradnji sa lokalnim dječjim plesnim udrugama Gesta, Antis i In Flux; „Proletna glazbena čarolija“ u suradnji sa dječjim zborom Libreto; „Generation Next“ dječje beat-box plesne borbe; „I. Golden Voice“ otvoreno pjevačko natjecanje za djecu uz stručno vodstvo glazbenih mentora; nastavak višegodišnje suradnje u održavanju turnira u uličnoj košarci „Basket Tour“, „Sportski dan“ u suradnji sa partnerima Zdrava navika i In-door cycling Zadar; lutkarske i klaun predstave; kao i brojna druga događanja. Iz navedenog je vidljivo kako nastojimo što više aktivnosti u centru organizirati u suradnji sa lokalnom zajednicom, umjetničkim i sportskim udrugama s područja Zadarske županije koje su okrenute suradnji s djecom školske i predškolske dobi, te domaćim kulturnim ustanovama i ostalim potencijalnim partnerima kako bi istaknuli suživot centra City Galleria sa okolinom u kojoj posluje.

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

Odnosi sa dobavljačima

U odnosu sa dobavljačima polazimo od temeljnog cilja izgradnje poslovnog odnosa i suradnje koji će obje strane u poslovnom procesu stvarati dodanu vrijednost. Za Iliriju d.d. to znači stvaranje dodane vrijednosti našim uslugama i proizvodima i to kroz osiguranje kvalitete, pravovremene dostave, pouzdanost količina, tržišno-konkurentne i sigurne isporuke bilo materijalnih dobara ili usluga u suradnji s dobavljačima s kojim gradimo partnerske odnose. Praksa nabave predstavlja materijalnu temu za Iliriju d.d. 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 ekonomiju polazeći od činjenice da je većina dobavljača iz Republike Hrvatske.

Služba nabave ima za cilj da na temelju podataka o planiranom investicijskom ulaganju, fizičkom obujmu pružanja usluga, normativima utrošaka osnovnih i drugih materijala, zalihama, veličini skladišnog prostora i mogućnostima nabave, osigurati opskrbu pojedinih organizacijskih jedinica/punktova u odgovarajuće vrijeme s optimalnim količinama roba/usluga, a sve u svrhu održavanja kvalitete usluge te smanjenja troškova poslovanja.

Kako bi se postigli navedeni ciljevi Služba nabave sustavno istražuje tržište nabave koje je sklono neprestanim promjenama, stoga je često potrebno uskladiti zahtjeve za nabavom robe ili usluga s novo nastalim tržišnim uvjetima. 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.

Nabava za sve njene segmente, izuzev nabave hrane i pića, kao i prethodnih godina organizirana je na način da su direktno prikupljane 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.

Nabava hrane i pića u 2018. godini drugu je godinu za redom organizirana kroz objavu Poziva za prikupljanje ponuda kako od postojećih tako i od potencijalnih dobavljača. Nakon provedenog poziva sljedila je analiza rezultata poziva i izbor ključnih dobavljača. Obzirom na djelatnost kompanije dio nabave koji se odnosi na nabavu hrane i pića zbog njenog cjelogodišnjeg kontinuitetu, zahtjeva u dijelu zdravstvene ispravnosti i sigurnosti namirnica te posjedovanja potrebnih certifikata i dozvola sljedom čega u ovom dijelu nabave prilikom odabira dobavljača tražimo da se zadovoljavaju sljedeći kriteriji:

Sustav ocjenjivanja dobavljača:



cijene



kvaliteta proizvoda



financijska sposobnost dobavljača



distribucija



certifikati



uvjeti i način plaćanja

(I) registrirana djelatnost,

(II) skladišti, pakira, transportira i rukuje s hranom/pićem na način koji će očuvati njihovu zdravstvenu ispravnost,

(III) uz hranu dostavlja i 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 veterinar na otpremnici,

(IV) postojanje sustav samokontrole, i

(V) primjenjuje, poštuje i ima implementiran HACCP sustava.

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

U odnos sa dobavljačimo možemo definirati tri ključna elementa:

1. Sustva selekcije dobavljača – bilo kroz organizirane natječaje odnosno pozive ili kroz sustav direktnog prikupljenja ponuda
2. Sustav ocjenjivanja dobavljača - u svrhu procjene mogućnosti i svođenja rizika procesa nabave na najmanju moguću razinu u 2018. 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 2018. godini uzeta su obzir šest kriterija, i kroz njih je ocijenjeno petnaest najvećih dobavljača u sektoru hrane i pića.

Kriteriji ocjenjivanja su:

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

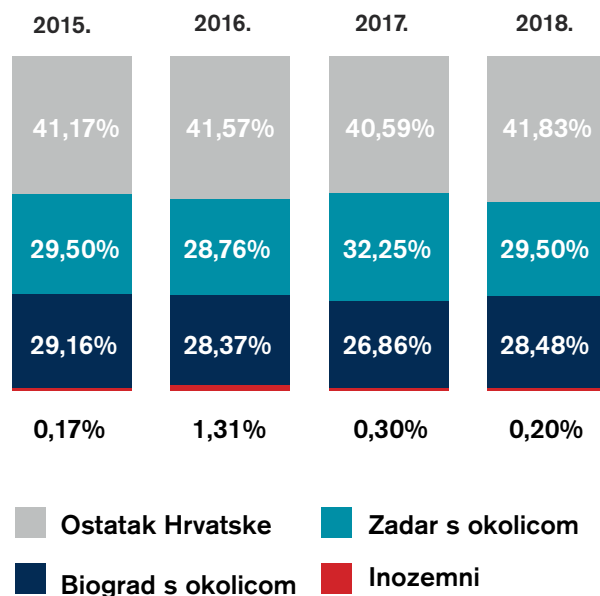
3. Stvaranje starteškog odnosa sa ključnim dobavljačima - u skladu s tržišnim uvjetima i vlastitom strategijom poslovanja kompanija sa ključnim dobavljačima planira poslovne aktivnosti vezane za nabavku proizvoda i usluga, njihovo



967 dobavljača

93,49% domaćih

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



*Nisu uključeni dobavljači usluga

skladištenje i isporuku dok sa pojedinim dobavljačima usluga dijelimo znanja (know-how) u svrhu unapređenja poslovnog procesa, proizvoda i usluga. Kao kompanija težimo strateškom, dugoročnom i kvalitetnom uzajamnom odnosu sa dobavljačima s kojima kroz višegodišnju suradnju radimo na stvaranju dodatne vrijednosti za obje kompanije kroz (1.) razmjenu znanja, (2.) unapređenju poslovnog procesa obje strana i (3.) stvaranja kvalitetnog proizvoda odnosno usluge za obje kompanije. Od ukupno 967 dobavljača s kojima smo ostvarili poslovnu suradnju u 2018. godini s njih 15 ostvarujemo poslovnu suradnju dužu od 30 godina, a među njima su i dobavljači s kojim kompanija surađuje od samog osnutka, dakle preko 61 godinu.

Karakteristike nabave u 2018. godini

U svom dobavljačkom lancu surađujemo sa proizvođačima, primarnim proizvođačima, distributerima, veletrgovcima, ugovorenim partnerima, brokerima i konzultantima. **U 2018. nismo imali tužbi od strane naših dobavljača.**

U 2018. godini kompanija je ostvarila poslovnu suradnju s ukupno **967 dobavljača**, od čega su 63 inozemna, što predstavlja 6,51% u ukupnom broju dobavljača odnosno **93,49% dobavljača je iz Republike Hrvatske**. S inozemnim dobavljačima ostvareno je 3,98 % ukupnog prometa, dok se na domaće dobavljače odnosilo **96,02% ukupnog prometa**. Iz grafikona u nastavku vidljivo je kao je i u 2018. godini nastavljen trend niskog udjela prometa inozemnih dobavljača u ukupnom ostvarenom prometu, čak se bilježi i lagani pad udjela prometa inozemnih dobavljača u odnosu na prethodnu godinu.



Ako promatramo promet koji se odnosi na nabavu hrane i pića, potrošnog, uredskog i tehničkog materijala, a koji čini 25,10% ukupnog prometa, tek se 0,2% prometa odnosilo se na promet s inozemnim dobavljačima, dok se na lokalne dobavljače odnosilo 57,98% prometa, a preostalih 41,83% odnosilo se na promet s dobavljačima iz ostalih dijelova Hrvatske.

9. Značajni događaji

Značajni događaji koji su obilježili poslovanje kompanije u pogledu njene djelatnosti, vlasništva i kapitala:

1.

Dodjela vlastitih dionica zaposlenicima Društva

Nadzorni odbor, na sjednici održanoj 08. veljače 2018. godine, dao je suglasnost Upravi Društva na Odluku o dodjeli 4288 vlastitih dionica zaposlenicima Društva, koje predstavljaju 0,178% udjela u temeljnom kapitalu, i to bez naknade, kao nagradu za ostvarene poslovne rezultate Društva.

2.

Nadzorni odbor na svojim sjednicama donio je sljedeće odluke:

- Na sjednici održanoj 19. ožujka 2018. godine prihvatio je Godišnje izvješće Uprave o poslovanju i stanju Društva za 2017. godinu, Izvješće Uprave o stjecanju vlastitih dionica, Izvješće revizije o poslovanju Društva za 2017. godinu, Izvješće Nadzornog odbora o obavljenom nadzoru vođenja poslovanja u 2017. godini, utvrđena su temeljna godišnja financijska izvješća za 2017. godinu, prijedlog odluke o upotrebi dobiti i isplati dividende, prijedlog odluke o imenovanju revizora Društva za 2018. godinu i prijedlog poziva s dnevnim redom za sazivanje Glavne skupštine.

- Nadzorni odbor predložio je da se ostvarena dobit u poslovnoj 2017. godini, nakon oporezivanja, u iznosu od 27.755.384,38 kuna rasporedi na sljedeći način:

- 22.512.403,90 kuna u zadržanu dobit,
- 3.000.000,00 kuna u zakonske rezerve, i
- 2.242.980,48 kuna za isplatu dividende.

- Također, predložio je isplatu dividende iz ostataka zadržane dobiti iz 2011. godine i dijela dobiti iz 2017. godine u ukupnom iznosu od 7.240.464,00 kuna. Dividenda po jednoj dionici iznosi 3,00 kune.

- Nadzorni odbor, na sjednici održanoj 19. studenog 2018. godine, dao je suglasnost Upravi Društva na sklapanje Aneksa ugovora o kreditu zaključenog sa Erste&Steiermarkische Bank d.d., kojim će su u Ugovoru o kreditu izvršiti konverzija promjenjive u fiksnu kamatnu stopu.

3.

Na redovitoj Glavnoj skupštini Društva, održanoj dana 11. svibnja 2018. godine, donesene su sljedeće odluke:

- Primitljena su na znanje sljedeća izvješća: Izvještaj Uprave o poslovanju i stanju Društva za 2017.godinu, Izvješće Uprave

o stjecanju i raspolaganju vlastitih dionica, Izvješće Nadzornog odbora Društva o obavljenom nadzoru vođenja poslova Društva u 2017. godini, Izvješće Revizora o provedenoj reviziji poslovanja Društva u 2017. godini i primljena je na znanje Odluke o utvrđivanju temeljnih godišnjih financijskih izvješća Društva za 2017. godinu.

▪ **Odluka o upotrebi dobiti Ilirije d.d. za poslovnu 2017. godinu** temeljem koje se ostvarena dobit u poslovnoj 2017. godini, nakon oporezivanja, u iznosu od 27.755.384,38 kuna, raspoređuje na sljedeći način:

- 22.512.403,90 kuna u zadržanu dobit,
- 3.000.000,00 kuna u zakonske rezerve, i
- 2.242.980,48 kuna za isplatu dividende.

▪ **Odluka o isplati dividende** temeljem koje je dioničarima isplaćena dividenda u ukupnom iznosu od 7.221.240,00 kuna. Dividenda je isplaćena iz ostatka zadržane dobiti iz 2011. godine i dijela dobiti za 2017. godinu u iznosu od 2.242.980,48 kuna. Dividenda po jednoj dionici iznosi 3,00 kune.

▪ **Odluka o davanju razrješnice Upravi Društva** čime Glavna skupština odobrava rad Uprave u vođenju poslova Društva za 2017. godinu,

▪ **Odluka o davanju razrješnice članovima Nadzornog odbora** za obavljeni nadzor poslovanja Društva u 2017. godini.

▪ Odluka o imenovanju revizora za 2018. godinu temeljem koje se za obavljanje revizije u 2018. godini imenuje ovlaštena revizorska kuća „Revicon“ d.o.o., Zadar, Ruđera Boškovića 4, OIB: 31008688672.

4,

Revizijski odbor Ilirije d.d.

Na sjednici Nadzornog odbora, održanoj 21. svibnja 2018. godine, donesena je Odluka o opozivu člana Revizijskog odbora Društva g. Mladena Ostričkog, imenovanog odlukom Nadzornog odbora od dana 21. srpnja 2017. godine, te je umjesto njega za člana Revizijskog odbora imenovan prof.dr.sc. Darko Prebežac, redoviti profesor u trajnom zvanju na Ekonomskom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu, koji je ujedno i član Nadzornog odbora Društva. Slijedom navedene Odluke, Revizijski odbor Ilirije d.d. sastoji se od slijedećih članova: (I) g. David Anthony Tudorović, predsjednik; (II) g. Goran Medić, zamjenik predsjednika, i (III) g. Darko Prebežac, član.

10. Dodijeljena priznanja, standardi i certifikati

Nagrade i priznanja:

Nautička patrola Jutarnjeg lista priznanje Iliriji d.d. za Marinu Kornati za najveći napredak u turističkoj sezoni i izniman doprinos razvoju hrvatskog nautičkog turizma.

„22. Turistički cvijet – kvaliteta za Hrvatsku“, u organizaciji Hrvatske gospodarske komore i Hrvatske radiotelevizije, Marina Kornati osvojila je 3. mjesto u kategoriji velika marina.

Nagrada „Anton Štifanić“, koju dodjeljuje Hrvatska turistička zajednica, uručena Iliriji d.d. u kategoriju tvrtka, ustanova i udruga za organizaciju nautičkog sajma Biograd Boat Show – za izniman doprinos u turizmu Republike Hrvatske.

Hrvatska gospodarska komora – Županijska komora Zadar dodijelila Iliriji d.d. priznanje „Plaketa zlatna kuna“ za najuspješnije trgovačko društvo u 2017. godini u kategoriji velikih trgovačkih društava u Zadarskoj županiji.

Na I. Svjetskom kamping kongresu, održanom u mjesecu studenom u Lisabonu, Portugal, Međunarodni savez za kamping i karavaning, izabrao kamp „Park Soline“ među 10 najboljih kampova u Hrvatskoj i 100 najboljih u Europi.

Udruga Lijepa naša u suradnji sa tvrtkom Henkel Hrvatska dodijelila nagradu u iznosu od 15.000,00 kuna za provedbu projekt „Biotpad“.



HGK - Županijska komora Zadar: Plaketa zlatna kuna za najuspješnije trgovačko društvo u 2017.



Nagrada „Anton Štifanić“



„22. Turistički cvijet – kvaliteta za Hrvatsku“



Svjetski kamping kongres - kamp "Park Soline" izabran među 100 najboljih kampova u Europi



Nautička patrola Jutarnjeg lista

Standardi i certifikati:

U mjesecu kolovozu izvršen je prijelaz odnosno tranzicija na novu normu sustava upravljanja kvalitetom ISO 9001:2015 i sustava upravljanja okolišem ISO 14001:2015.

Također, je u mjesecu kolovozu Iliriji dodijeljeno priznanje „Tvrtka prijatelj zdravlja“ od strane Hrvatskog zavoda za javno zdravstvo za uvođenje posebnih oznaka u radnom okruženja, potom omogućavanja svojim zaposlenicima usvajanja zdravih životnih navika, promicanja i poticanja zdravlja na radnom mjestu te iskazivanja brige o zdravlju zaposlenika.

Objavljen Godišnji izvještaj o društveno odgovornom poslovanju za 2017., treći nefinancijski izvještaj kompanije na hrvatskom i engleskom jeziku, sukladno vodećim međunarodnim standardima nefinancijskog izvještavanja - GRI Standardi.

AAA certifikat zlatne bonitetne izvrsnosti, međunarodno priznata oznaka ekonomske kvalitete i izvrsnosti poslovnog subjekta, dodijeljen je od strane bonitetne tvrtke Bisnode, za zadovoljavanje strogih analitičkih kriterija kao jedan od najvažnijih europskih standarda o kvaliteti, financijskoj stabilnosti i uspješnosti poslovanja kompanije za 2018. godinu.

Hrvatsko povjerenstvo Zaklade za odgoj i obrazovanje za okoliš i Povjerenstvo za Plavu zastavu i srodne programe dodijelio je priznanje za 15 godina neprekidne vjernosti međunarodnom programu Plava zastava za plaže i marine u Republici Hrvatskoj za Luku nautičkog turizma Marina Kornati.



11. Korporativno upravljanje

Ilirija kao dioničko društvo koje je od 2003. godine izlistano na Zagrebačkoj burzi, odnosno od mjeseca listopada 2015. godine dionice kompanije kotiraju na njenom Službenom tržištu, ima jasno definiranu dualističku upravljačku strukturu sukladno praksi korporativnog upravljanja i zakonskim propisima Republike Hrvatske, s jasno razdvojenim ovlastima i odgovornostima slijedećih upravljačkih organa kompanije:



Glavnu skupštinu čine svi dioničari (vlasnici) imatelji vrijednosnih papira kompanije. U 2018. godini na dan 29.12. kompanija je imala ukupno 194 dioničara koji su imatelji ukupno 2.413.488 dionica kompanije. 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 Društva 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 2018. godini održana je jedna Glavna skupština na kojoj je sudjelovalo minimalno 78,76% temeljnog kapitala čije su se odluke u skladu sa zakonskim propisima objavljene i dostupne na web stranicama Društva (www.ilirijabiograd.com), Zagrebačke burze (www.zse.hr), HANFA-e i Središnjeg registra propisanih informacija – SRPI (www.hanfa.hr), Hrvatskoj izvještajnoj novinskoj agenciji (www.hina.hr) i dostavljene su u sudski registar Trgovačkog suda.

Nadzorni odbor ima pet članova koji se imenuju na mandat od četiri godine. Nadzorni odbor može donositi odluke ako najmanje polovina imenovanih članova sudjeluje u odlučivanju. Članovi Nadzornog odbora imaju pravo na nagradu za svoj rad. Sjednice Nadzornog odbora saziva predsjednik Nadzornog odbora. Sukladno Statutu kompanije i Zakonu o trgovačkim društvima Nadzorni odbor nadzire vođenje poslova kompanije, podnosi Glavnoj skupštini Izvješće o obavlje-

nom 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.

Na sjednici Nadzornog odbora, održanoj 21. svibnja 2018. godine, donesena je Odluka o opozivu člana Revizijskog odbora Ilirije d.d. g. Mladena Ostričkog, imenovanog odlukom Nadzornog odbora od dana 21. srpnja 2017. godine, te je umjesto njega za člana Revizijskog odbora imenovan prof.dr.sc. Darko Prebežac, redoviti profesor u trajnom zvanju na Ekonomskom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu, koji je ujedno i član Nadzornog odbora kompanije. Slijedom navedene Odluke, Revizijski odbor Ilirije d.d. sastoji se od slijedećih članova: (I) g. David Anthony Tundo-rović, predsjednik; (II) g. Goran Medić, zamjenik predsjednika, i (III) g. Darko Prebežac, član.

Prema Statutu Društva sjednice se sazivaju najmanje jednom polugodišnje. U 2018. godini održano je šest sjednica Nadzornog odbora. Na redovitoj Glavnoj skupštini Društva, održanoj dana 11. svibnja 2018. godine, dana je razrješnica Nadzornom odboru za nadzor poslovanja kompanije u 2017. godini.



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

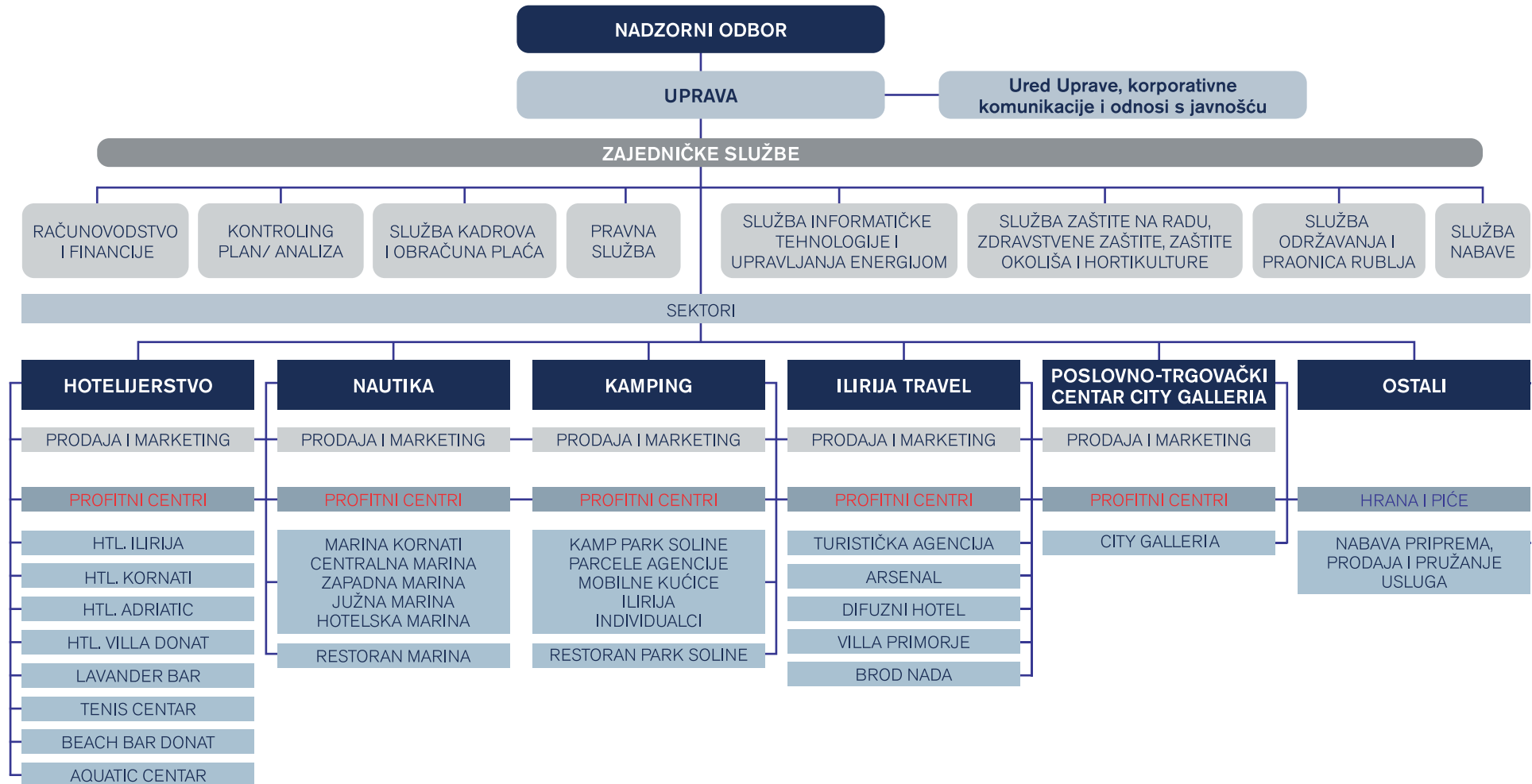
Uprava ima jednog člana koji se imenuje na vrijeme od pet godina. Prava i dužnosti Uprave određena su Statutu Društva i Zakonom o trgovačkim društvima.

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



Dioničari i tržište kapitala

Temeljni kapital Društva iznosi 229.146.480,00 HRK i podijeljen je na 2.413.488 redovnih dionica, bez nominalnog iznosa.

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. U 2018. godini nije došlo do značajnije promjene vlasničke strukture.

Pregled najvećih dioničara Ilirije d.d. na dan 31.12.2018.

Vlasnici - dioničari	Broj dionica	%
Arsenal Holdings d.o.o. Zadar	1.429.032	59,21
OTP banka d.d./AZ OMF kategorije B	321.978	13,34
Goran Ražnjević	202.536	8,39
Davor Tudorović	95.744	3,97
CERP/REPUBLIKA HRVATSKA	74.200	3,07
OTP banka d.d./AZ obvezni mirovinski fond kategorije A	70.027	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)	8.256	0,34
Dražen Hrkač	7.224	0,30
Zagrebačka banka d.d./AZ ZABA zatvoreni dobrovoljni mirovinski fond	4.904	0,20
Ostali mali dioničari	65.171	2,70
UKUPNO	2.413.488	100,00

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.*

Trgovanje dionicama kompanije na Zagrebačkoj burzi

(iznosi u kunama)*	I-XII 2018.	I-XII 2017.		% promjene
		Prije podjele dionica	Izvedenica nakon podjele dionica	
Ukupan promet	765.134,00	1.936.020,36	1.936.020,36	-60,48%
Prosječna cijena dionice	182,00	1.363,39	170,42	6,79%
Prosječan promet po transakciji	9.564,18	16.133,50	16.133,50	-40,72%
Prosječan dnevni promet	16.633,38	25.473,95	25.473,95	-34,70%
Zadnja cijena dionice	176,00	1.300,00	162,50	8,31%
Tržišna kapitalizacija	424.773.888,00	392.191.800,00	392.191.800,00	8,31%
Količina dionica:	2.413.488	301.686		100,00

Trgovanje dionicama Društva na tržištu kapitala u 2018. godini u odnosu na prethodnu poslovnu godinu treba promatrati u kontekstu Odluke Glavne skupštine iz studenog 2017. godine o podjeli redovnih dionica bez nominalnog iznosa na način da se jedna dionica podijelila na osam redovnih dionica bez nominalnog iznosa stoga podaci za 2018. sa prethodnom godinom nisu u potpunosti usporedivi. Korporativna akcija podjele dionica izvršena je u mjesecu siječnju 2018. godine. 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 2018. godini na Zagrebačkoj burzi trgovano je sa 3.315 dionice kompanije (odnosno 4.204 dionice, svedeno nakon korporativne akcije podjele dionica) kojim je realiziran promet u iznosu od 765.134,00 kuna. Prosječna cijena dionice ostvarena je u iznosu od 182,00 kuna što je rast od 6,79% u odnosu na 2017. godinu, kad je prosječna cijena dionice ostvarena u iznosu od 170,42 kuna, dok je prosječan promet po transakciji iznosio 9.564,18 kuna.

Najveća pojedinačna cijena dionice postignuta je u iznosu od 200,00 kuna po dionici, što je ekvivalent cijene od 1.600,00 kuna po dionici prije podjele, u odnosu na 2017. godinu, kad je najveća cijena dionice postignuta u iznosu od 1.500,00 kuna odnosno 187,50 kuna, i predstavlja rast od 6,67%. Zadnja cijena dionice Društva, postignuta je u iznosu od 176,00 kuna što je u usporedbi sa zadnjom cijenom dionice od 1.300,00 kuna odnosno 162,50 kuna nakon korporativne akcije podjele dionica, ostvarenom prethodne poslovne godine, rast od 8,31%. U istom razdoblju indeks CROBEX ostvario je pad za 5,10%, a indeks CROBEXturist, koji iskazuje kretanje cijena dionica turističkih kompanija



+8,31% rast tržišne kapitalizacije

(dionica ILRA nije sastavnica tog indeksa), ostvario je tijekom 2018. godine pad za 2,35%.

Tržišna kapitalizacija ostvarena je u iznosu od 424.773.888,00 kuna što u odnosu na prethodnu poslovnu godinu, kada je tržišna kapitalizacija iznosila 392.191.800,00 kuna, predstavlja rast od 8,31% odnosno za 32.582.088,00 kuna.

U 2018. godini kompanija je otpustila 4.288 vlastitih dionica, temeljem Ugovora o prijenosu dionica, sklopljenim sa radnicima Ilirije d.d. u skladu sa Odlukom Uprave Društva o dodijeli vlastitih (trezorskih dionica) bez naknade, kao naknadu za ostvarene poslovne rezultate u proteklom srednjoročnom razdoblju zaključno sa poslovnom godinom 2017. Kompanija je tijekom 2018. godine stekla 1.848 vlastitih dionica i zaključno 31.12.2018. godine poslovne godine drži 8.256 vlastitih dionica koje čine 0,34% udjela u temeljnom kapitalu.

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



12. Ključni utjecaji, rizici i prilike

U svrhu ispunjenja ciljeva poslovnja, 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.

(I) Financijski rizici

- Kompanija je, uostalom, kao i većina poduzetnika iz turističkog sektora, izložena valutnom, cjenovnom, kreditnom riziku kao i riziku likvidnosti, riziku turističke grane gospodarstva, riziku makroekonomskih kretanja i riziku promijene 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 kompanije kod poslovne banke ugovorena su uglavnom po fiksnim kamatnim stopama te s te strane kompanija dijelom nije izložena kamatnim stopama.
- U cilju smanjenja kreditnog rizika kompanija nastoji ukupne kreditne obveze svesti na adekvatnu visinu kako bi bila inferiornija u odnosu na vlastiti izvor sredstava.
- Većinu svojih cijena kompanija ima iskazano u eurima te većinu potraživanja naplaćuje u istoj valuti čime ostvaruje zaštitu cjenovnog rizika.

(II) Regulatorni rizici

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

(III) Rizici poslovanja

- 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

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.

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.

- Obzirom da turistička industrija ovisi o očuvanim prirodnim resursima odnosno očuvanom i čistom okolišu, moru, vodi, zraku itd. stoga moguća zagađenja mora i obale većih razmjera (npr. havarije tankera – izljevi nafte, zagađenje kemikalijama i sl.), cvjetanje mora, zagađenja zraka, klimatske promijene i povezano s tim elementarne nepogode mogu imati izravan utjecaj na turističku ponudu odnosno potražnju za proizvodima i uslugama kompanije što se u konačnici može odraziti na ukupnu kvalitetu ponude i njenu tržišnu konkurentnost. 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 inteziteta i nepredvidljivosti te mogu izazvati izvanredne i nepredvidljive štete i ugroze za njeno poslovanje.

Promatrajući s konteksta održivog poslovanja kompanija kao vodeći turistički i gospodarski subjekt kroz svoje poslovanje utječe na zajednicu kroz upotrebe i potrošnju resursa (voda), energije, proizvodnju otpada i činjenicu da je Ilirija nositelj gotovo dvije trećine organiziranog turizma u svojoj ključnoj destinaciji, Biograd na Moru, gdje se eventualna negativna tržišna kretanja sigurno održavaju na ukupan turistički promet destinacije Biograd na Moru. Okolišni i ekonomski utjecaji Ilirije na vanjske dionike detaljnije su opisani u poglavljima Okolišne i Ekonomske teme. S druge strane, doprinosimo zajednici kroz zapošljavanje lokalnog stanovništva, kroz poticaj razvoju lokalne i nacionalne ekonomije nabavom od domaćih dobavljača, kroz programe korporativne filantropije podupiremo brojne projekte unutar zajednice u kojoj poslujemo, razvojem vlastitih proizvoda i usluga razvijamo i turističku ponudu destinacije odnosno regije



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 i materijalne teme

Ekonomске teme:

- Ekonomski učinak
- Prisutnost na tržištu
- Neizravni ekonomski utjecaji
- Prakse nabave

Okolišne teme:

- Energija
- Voda
- Otpadne vode i otpad
- Pridržavanje propisa zaštite okoliša

Društvene teme:

- Zapošljavanje
- Zdravlje i sigurnost na radnom mjestu
- Obuka i obrazovanje
- Raznolikost i jednake mogućnosti
- Lokalne zajednice
- Zdravlje i sigurnost kupaca
- Marketing i označavanje

Ilirija je u izradu Godišnjeg izvještaja o društveno odgovornom poslovanju za 2018., drugi put zaredom uključila svoje dionike u identifikaciju materijalnih tema odnosno njihovu materijalizaciju, obzirom da polazimo od toga da kroz aktivnu podršku svih dioničkih skupina stvaramo preduvjete za nastavak razvoja Ilirije kao odgovornog, održivog i uspješnog poslovnog sustava čega nema bez aktivne i kontinuirane komunikacije sa svim dioničkim skupinama.

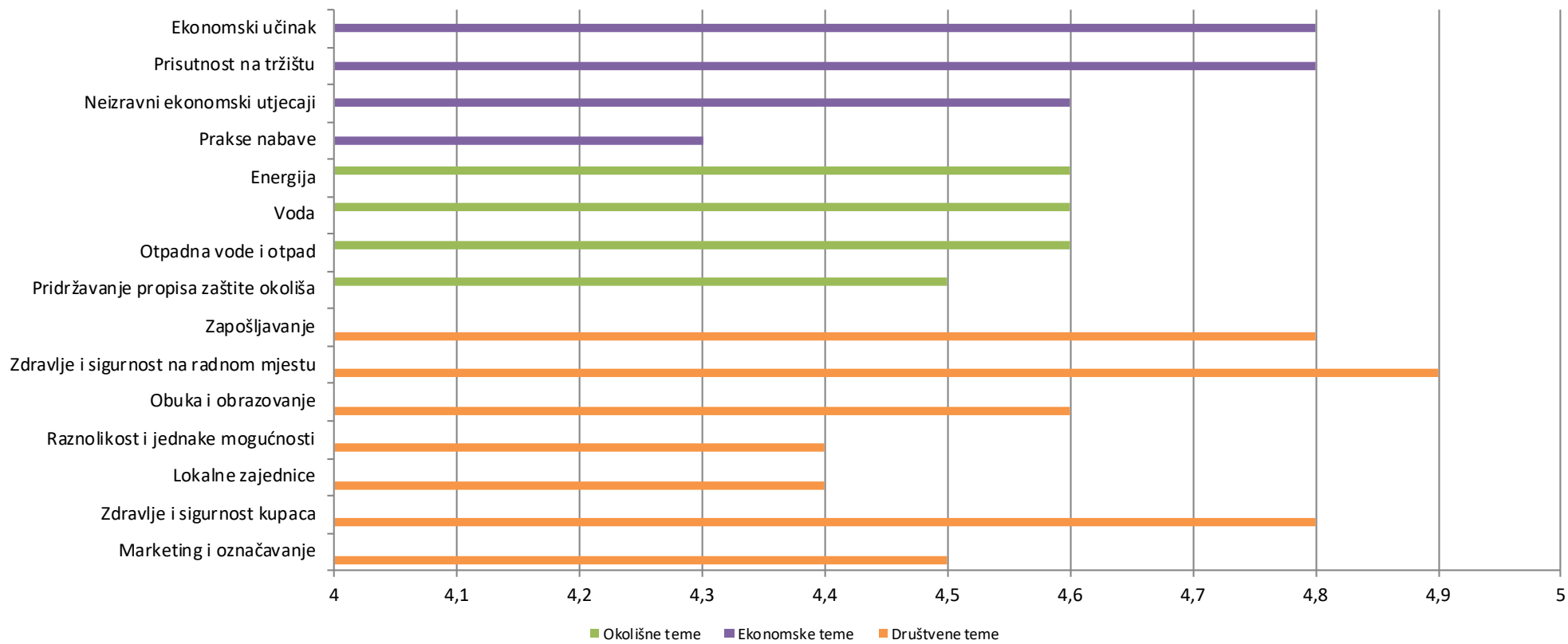
Stručni tim za izradu izvještaja o društveno odgovornom poslovanju izradio je prijedlog materijalnih tema koje su u odnosu na prethodnu poslovnu godinu identične obzirom da nije došlo do značajnije promijene u poslovnoj politici i strategiji kompanije. Definirane materijalne teme odražavaju bitne ekonomske, okolišne i društvene utjecaje Ilirije kao poslovnog sustava kao i utjecaj na odluke dionika koje su kao takve prepoznate kao važne obzirom na srednjoročne i dugoročne razvojne planove, misiju i viziju, te njene temeljne vrijednosti.

Konzultaciju sa dionicima proveli smo na način da smo im uputili poziv da sudjeluju u proces definiranja ključnih materijalnih tema obzirom na njihova očekivanja, interese i prioritete odnosno važnost i utjecaj materijalnih tema na njih kao naše dionike, putem ankete koja je radi bolje dostupnosti svim predstavnicima dionika i transparentnosti samog procesa javno objavljena na web stranici kompanije.

U anketi smo 15 materijalnih tema podijeli u tri kategorije:

- **ekonomske** (ekonomski učinak, prisutnost na tržištu, neizravni ekonomski utjecaji, prakse nabave),
 - **okolišne** (energija, voda, otpadne vode i otpad, pridržavanje propisa zaštite okoliša), i
 - **društvene** (zapošljavanje, zdravlje i sigurnost na radnom mjestu, obuka i obrazovanje, raznolikost i jednake mogućnosti, lokalne zajednice, zdravlje i sigurnost kupaca, marketing i označavanje)
- koje su bile ocijenjene ocjenama u rasponu od 1 kao najmanji utjecaj do 5 kao najveći utjecaj.

U procesu identifikacije materijalnih tema sudjelovalo su dionici iz dvadeset različitih organizacija iz šest dioničkih skupina. Nakon provedene konzultacije sa dionicima i njihovog povratnog mišljenja identificirane materijalne teme potom su prioritizirane odnosno evaluirane slijedom čega je izrađena matrica materijalnosti. U matrici materijalnosti materijalne teme su identificirane i evaluirane obzirom na njihov utjecaj na odluke dionika i ekonomske, okolišne i društvene utjecaje kompanije na druge.



15 identificiranih materijalnih tema

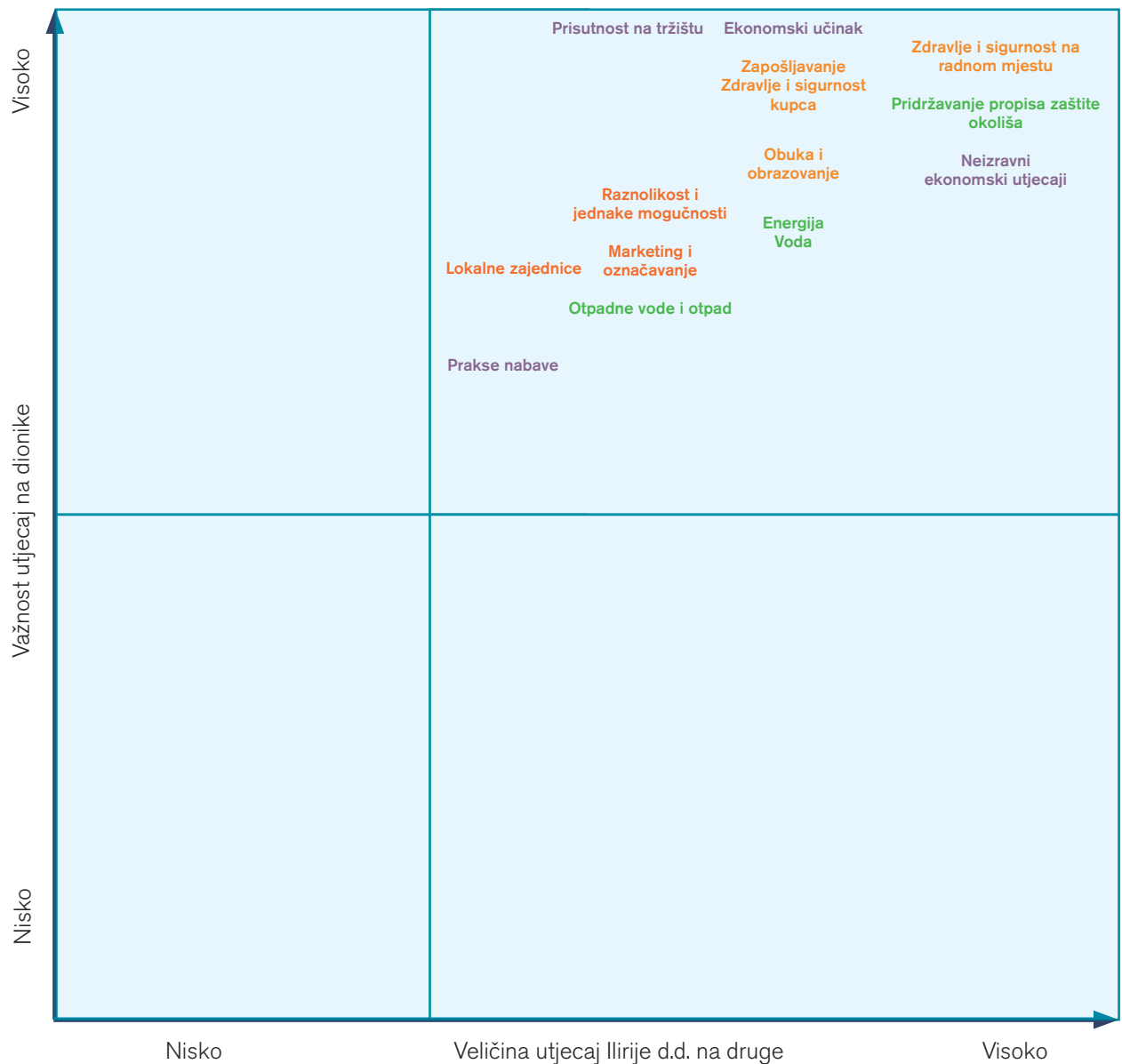


dionici iz 20 organizacija



iz 6 dioničkih skupina

Nakon provedene ankete identificirane materijalne teme percipirane su kao važne obzirom da niti jedna materijalna tema nije imala prosječnu ocijenu manju od 4,33 gdje u odnosu na anketu provedenu prethodne poslovne godine vidljivo je da su dionici za 2018. godinu naglasak stavili na društvene i ekonomske teme posebice ekonomski učinak, zapošljavanje, zdravlje i sigurnost na radnom mjestu te zdravlje i sigurnost kupca.



Pregled i komunikacija sa ključnim dionicima



Broj
dionica
2.413.488



Broj
dioničara
porastao za

+13,45%

Prosječna
cijena dionice
182,00 kune

+6,79%

1. Dioničari (vlasnici) odnosno imatelji kapitala svoja prava ostvaruju kroz Glavnu skupštinu. Kompanija održava redovnu komunikaciju sa svojim dioničarima kroz:

- održavanje Glavne skupštine – u 2018. godini održane je jedna redovna Glavna skupština na kojoj je sudjelovalo minimalno 78,76% temeljnog kapitalu,
- financijske izvještaje (kvartalni i godišnji),
- korporativne obavijesti,
- mrežne stranice kompanije,
- Godišnji izvještaj o društveno odgovornom poslovanju za 2017., objavljen u mjesecu kolovozu 2018. godine

U poslovnoj godini 2018. Nastavljen je kontinuirani rast kompanije u ključnim pokazateljima poslovanja ostvarivanjem do naboljih rezultata poslovanja od njenog osnutka čime su ostvareni temeljni ciljevi u odnosu sa dioničarima:

- ostvareni rezultati poslovanja u 2018. godini najbolji su od osnutka kompanije posebno u dijelu pokazatelja profitabilnosti poslovanja,
- rast pokazatelja poslovanja u svi 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 u povećanje konkurentnosti, tržišne prepoznatljivosti kompanije i stvaranja daljnjih

Isplaćena
dividenda

7.221.240,00 kuna

+20,02%

44.360.458,00 kuna

Isplaćeno dioničarima u razdoblju od
2009. do 2018.



121.274 broj osoba



662.335 broj noćenja



561 događaj
(event)



58.023 osoba na
događajima

uvjeta za razvoj cjelogodišnje turističke ponude vodeći se istovremeno principima održivog i odgovornog investiranja,

- daljni razvoj ponude i programa koji artikuliraju cjelogodišnje poslovanje kroz sustav destinacijske menadžment kompanije Ilirije Travel,
- u mjesecu siječnju 2018. godini u Središnjem klirinškom depozitarnom Društvu, temeljem Odluke Glavne skupštine o podjeli dionica, od 20. studenog 2017. godine, provedena je korporativna akcija podjele dionica čime je jedna redovna dionica kompanije koja glasi na ime bez nominalnog iznosa podijeljena na osam (8) redovnih dionica, bez nominalnog iznosa,
- prosječna cijena dionice ostvarena je u iznosu od 182,00 kune koja je rasla za 6,79%,
- tržišna kapitalizacija ostvarena je u iznosu od 424.773.888,00 kuna što u odnosu na prethodnu poslovnu godinu predstavlja rast od 8,31%,
- redovita godišnja isplata dividende. U 2018. godini isplaćeno je 7.221.240,00 kuna što je za 20,02% više nego prethodne godine.

2. Kupci/gosti – su središte naše usluge. Održavamo redovitu i kontinuiranu komunikaciju sa našim kupcima, neovisno o tome da li se radi o turističkim agencijama, poslovnim partnerima ili individualnim gostima s ciljem zadovoljstva krajnjeg korisnika pruženom uslugom. Stoga je povratna informacija naših kupaca i njihovo iskustvo pruženom uslugom za nas iznimno važno 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.

U odnosu sa gostima polazimo od načela da sve informacije, podaci, opisi i prikazi proizvoda i usluga u različitim oblicima markentiških komunikacija kroz oglašavanje, promidžbu i pokoroviteljstva moraju biti vjerodostojni, istiniti, pravovremeni i ažurni uz neomalovažavanje konkurentskih proizvoda i usluga, zaštita privatnosti potrošača i njihovih prava, poštovanje ljudskog dostojanstva i prava potrošača. U 2018. godini nismo zabilježili slučaj kršenja propisa niti smo zaprimili pritužbe po pitanju kršenja propisa u dijelu markentiških komunikacija.



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 direktno odjelima prodaje i marketinga te putem društvenih mreža, i
- direktnom komunikacijom s gostima tijekom njihova boravaka u objektima.

Na sve zaprimljene komentare naših gostiju iz prethodno opisanih izvora uključujući i pritužbe/reklamacije reagiramo odmah odnosno najkasnije unutar 24 sata, a u ključnim turističkim sektorima (hotelijerstvu, nautici i kampu) vrše se analize zadovoljstva kupaca s ciljem povećanja zadovoljstva gosta i unapređenja postojećih usluga i standarda, te razvoja novih proizvoda. Obzirom na specifičnost poslovanja i diferenciranost ponude turističkih sektora kompanije analiza zadovoljstva gostiju nije unificirana već svaki sektor zasebno sukladno analizira zadovoljstvo kupaca uslugom. U sektoru hotelijerstva analiza zadovoljstva gostiju temelji se na analizi recenzija gostiju na online platformama ocijenjena su s minimalno 70 i maksimalno 82 posto ukupne ocjene odnosno sa 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 doživlja unutar samih objekata. Kroz segmentaciju ocjena, očituje se nešto slabija percepcija vrijednosti za novac u odnosu na druge parametre usluge.

U sektoru kampa zadovoljstvo gostiju kompanija pratim 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, (V) odnos cijene i kvalitete usluga, (VI) te način pronalaska kampa. Navedene parametre analiziramo po kriteriju ocjenjivanja od odličan do loše. U analiziranim anketama prevladavaju ocjene od dobro – odličan dok niti jednom segmentu usluge kampa nije dodijeljena ocjena loše.

U nautičkom sektoru kao relevantnu analizu zadovoljstva gostiju uslugama marine uzeti su rezultati ankete Nautičke patrole Jutarnjeg lista, koja je anketirala sveukupno 1.131. gosta 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.



246
zaposlenika
na dan
31.12.2018.

425
u glavnoj sezoni

1.000
u objektima
Ilirije d.d.

Rast troška
bruto plaća



Niti jedan radni spor
od privatizacije do 31.12.2018.



Račun nikad nije bio blokiran



Uredno i pravodobno podmirenje
obveza prema državi

3. Zaposlenici – polazeći do toga da su zaposlenici ključ uspjeha svakog poslovnog sustava uvažavajući promjene koje se događaju na tržištu rada i same specifičnosti turističke industrije u Republici Hrvatskoj sustava te kompanija je veliku pažnju usmjerila na: (I) upravljanje, (II) planiranje i (III) razvoj kadrova omogućavajući zaposlenicima osobni i profesionalni razvoj. Razvoj ljudskih potencijala, kao strateško opredjeljenje, slijedom čega je i u 2018. godini nastavljena edukacija na Akademiji 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, a u 2018. godini kompanija je sustavno vodila brigu o poboljšanju materijalnog položaja zaposlenika i ostalih njihovih prava. U 2018. godini trošak bruto plaća rastao je za 10% u odnosu na prethodnu poslovnu godinu.

Obzirom da je razvoj ljudskih potencijala njeno strateško opredjeljenje, kompanija od svog osnutka do zaključno 31.12.2018. nije imala niti jedan radni spor.

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 – Ilirija je vodeći gospodarski subjekt na lokalnoj razini, potom u jednu od 3 vodeće turističke kompanije na području svoje regije i 15 vodećih turističkih kompanija u Republici Hrvatskoj. Svojim razvojem istovremeno kao društveno odgovoran poslovni sustav doprinosi razvoju zajednica u kojima posluje (lokalne, regionalne i nacionalne), bilo sa aspekta proširenja poslovanja, stvaranja novih vrijednosti odnosno proizvoda i usluga, razvoja cjelogodišnjeg poslovanja, otvaranjem novih radnih mjesta i zapošljavanjem lokalnom stanovništvu, a potom i aktivan doprinos razvoju turizma kao jedne od ključnih industrija u Republici Hrvatskoj, uz poštivanje zakonskih propisa i kodeksa poslovanja.

Kroz sudjelovanje u radu 14 stručnih i profesionalnih udruženja, podonošenjem prijedloga i mišljenja na prijedloge zakona koji značajno utječu na poslovanje turističkih kompanija, prijedloge za razvoj i konkurentnost hrvatskog turizma uz sudjelovanje na javnim konferencijama i predavanjima i aktivnostima udruženja dok je predsjednik Uprave i član tijelima stručnih i profesionalnih udruženja. Aktivna je članica turističkih zajednica na nacionalnoj, regionalnoj i lokalnim razi-



14

poslovnih
i stručnih
udruženja

sustav

korporativne
filantropije
(sponzorstva
i donacije)

razvojem

destinacijskog
menadžmenta
–
doprinosi razvoju
destinacije



unapređen

sustav izvještavanja

pravovremena

objava cjelovitih i kompletnih
financijskih izvještaja

nama, 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.

U 2018. godini komunikacija sa državnim 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 2017.

6. Financijske institucije – 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. Ilirija kao dioničko društvo izlistano na tržištu kapitala odnosno Zagrebačkoj burzi sa svojim dionicima, posebice dioničarima i financijskim institucijama, komunikaciju zasniva na pravovremenom, cjelovitom i istinitom prikazivanju poslovanja kompanije i njenim aktivnostima. Stoga je i u 2018. godini Ilirija nastavila sa kontinuiranim procesom unapređenja sustava izvještavanja s naglaskom na transparentnost, sveobuhvatnost, cjelovitost i pravovremenost objave svih ključnih financijskih i operativnih pokazatelja poslovanja te korporativnih obavijesti i akcija.

Tijekom 2018. godine komunikacija sa financijskim institucijama odvijala se kroz:

- redovite sastanke i elektroničku komunikaciju,
- financijske izvještaje (kvartalne),
- godišnje financijski izvještaj,
- Godišnji izvještaj o društveno odgovornom poslovanju za 2017., i
- web stranice kompanije.



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

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

Komunikacija sa dobavljačima u 2018. 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 za Iliriju kao poslovnu zajednicu temeljni je stup društveno odgovornog poslovanja koji utječe na ostvarenje planiranih rezultata poslovanja, a kroz njihovu realizaciju i na ostale aktivnosti kompanije čiji granice utjecaja u prvom redu događaju su na lokalnoj i regionaloj razini odnosno u mjestima u kojima obavljamo djelatnost i nacionalnoj razni obzirom na ukupni doprinos razvoju hrvatske turističke industrije. Polazeći od toga da je temelj društvene odgovornosti poslovnog sustava počiva na njegovoj ekonomskoj održivosti kojom se osigurava kontinuirani rast i razvoj kompanije, njen tehnološki napredak, konkurentnost odnosno tržišna opstojnost što je moguće uz prethodno ispunjenje ekonomskih preduvjeta poput efikasnosti, rentabilnosti i ostvarene dobiti u poslovanju. Da bi kompanija mogla pridonositi zajednici u kojoj posluje i djeluje odnosno svojim dionicima mora ostvarivati postavljene poslovne ciljeve, biti konkurentna i inovativna odnosno mora stvarati ekonomsku vrijednost da bi istu mogla distribuirati.

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 fer pregled stanja u kompaniji, kao i njegove rezultate poslovanja i novčane tokove dok ih Nadzorni odbor utvrđuje, a Glavna skupština prima na znanje.

Pored poslovnog plana na dnevnim, tjednim, mjesečnim i kvartalnim razinama od strane nadležnih službi izrađuju se izvještaji na razini kompanije, sektora i profitnih centara pojedinačno, na temelju kojih se prati ostvarenje postavljenih ciljeva. Sukladno navedenom ukoliko se tijekom poslovne godine zabilježe određena značajnija odstupanja od poslovnih planova na razini sektora odnosno profitnih centara, u kojima su identificirani, poduzimaju se nužne mjere kojima se odstupanja nastoje eliminirati odnosno amortizirati a sve prethodno usklađeno i odobreno od strane Uprave kompanije a operativno provedene kroz odjele prodaje i marketinga sektora odnosno profitne centre. Kao dioničko društvo čije su dionice izlistane na tržištu kapitala u zakonu propisanim rokovima objavljujemo financijska izvješća, korporativne objave i ostale informacije od važnosti za investicijsku javnost.

U 2018. godini nastavljeno je sa procesom unapređivanja sustava izvještavanja kojim je omogućeno (I) pravovremeno, (II) kvalitetno praćenje i analiziranje postignutih rezultata poslovanja kao i (III) izradu kvalitetnih prognoza i poslovne planova tijekom cijele poslovne godine posebno u dijelu izvještavanja o postignutim operativnim rezultatima poslovanja, što 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 2018. godini

Podaci koji se odnose na poglavalje *Ekonomске teme* preuzeti su iz *Godišnjeg izvještaja o poslovanju za 2018. godinu* javno objavljenog na Zagrebačkoj burzi, HANFA-i i na web stranici kompanije <http://www.ilirijabiograd.com/> dana 12. travnja 2019. godine. Ilirija d.d. nije obveznik izrade konsolidiranih financijskih izvještaja.

Poslovna godina 2018. je po svim ključnim fizičkim i financijski ostvarenjima te pokazateljima profitabilnosti poslovanja do sada je daleko najbolja godina od privatizacije kompanije kako sveukupno na tako i na razini njegovih ključnih sektora (hotelijerstva, nautike, kampinga i real-estate odnosno nekretninskog sektora). Ostvareni su do sada najbolji financijski rezultati poslovanja u njegovim ključnim paramaterima – poslovnim i ukupnim prihodima, kao i pokazateljima profitabilnosti poslovanja – operativnoj dobiti, dobiti, EBITDA i EBIT-u. Poslovni rezultati ostvareni u 2018. godini potvrdili su da Ilirija kao kompanija sa širokim spektrom gospodarskih djelatnosti nastavlja sa uspješnim, profitabilnim i odgovornim poslovanjem. Odgovornim i održivim investiranjem stvorili smo preduvjete za razvoj cjelogodišnjeg poslovanja, što je strateško opredjeljenje kompanije.

Ostvareni rezultati poslovanja posljedica su:

1

rasta temeljnih fizičkih pokazatelja poslovanja, ponajprije u hotelijerstvu, kampingu, nautici i real-estate sektoru,

2

značajnih poslovnih aktivosti u pred i posezoni odnosno razvoja cjelogodišnje turističke ponude,

3

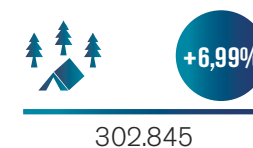
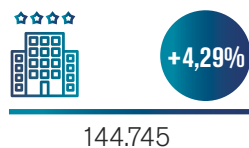
investicijskih ulaganja u razvoj nove ponude i podizanja kvalitete sadržaja i usluga, i

4

cjenovne politike i tržišne profilacije turističke ponude.

Fizički rezultati poslovanja u 2018. godini

Ilirija je u 2018. godini ostvarila do sada najbolje ključne fizičke rezultate poslovanja u svojim turističkim sektorima (hotelijerstvo, nautika, kamping) gdje je rast fizičkih pokazatelja poslovanja rezultirao i rastom poslovnih prihoda izuzev u destinacijskoj menadžment kompaniji Iliriji Travel gdje rast broja događaja nije imao za posljedicu rast poslovnih prihoda. Ostvareni rast u fizičkim rezultatima poslovanja u sektorima hotelijerstva i kampinga u dijelu noćenja i dolazaka veći je u odnosu na ostvarenja navedenih sektora na nacionalnoj razini. U ključnim turističkim sektorima kompanije ostvareno je sveukupno 662.335 noćenja što je rast od 11,15% u odnosu na 2017. godinu kad je ostvareno 595.895 noćenja.



Pregled ključnih fizičkih pokazatelja poslovanja u 2018.



Fizički pokazatelji	2018.	2017.	Indeks 2018./2017.
Hotelijerstvo			
Broj smještajnih jedinica	922	907	101,65
Noćenja turista	144.745	138.788	104,29
Dani popunjenosti	165	157	105,10
Godišnja zauzetost	45,12%	43,10%	104,69
Nautika			
Broj vezova	805	805	100,00
Ugovorna plovila	741	712	104,07
Tranzitni vez, noćenje plovila	10.639	12.144	87,61
Tranzitni vez, uplovljavanje plovila	3.263	3.527	92,51
Lučki servis - broj operacija	3.682	3.446	106,85
Dani rada	365	365	100,00
Kamping			
Broj smještajnih jedinica	1.220	1.130	107,96
Dani rada	224	194	115,46
Dani popunjenosti	125,15	111,47	112,27
Mobilne kućice	104,44	107,78	96,90
Individualci	48,81	48,48	100,68
Fiksni zakup	224,00	194,00	115,46
Paušal	224,00	194,00	115,46
Zauzetost	55,87%	57,46%	97,23
Mobilne kućice	46,63%	55,56%	83,93
Individualci	21,79%	24,99%	87,19
Fiksni zakup	100,00%	100,00%	100,00
Paušal	100,00%	100,00%	100,00
Noćenja turista	302.845	283.069	106,99

Pregled ključnih fizičkih pokazatelja za Ilirija Travel i real-estate sektor:

Fizički pokazatelji	2018.	2017.	Indeks 2018./2017.
Ilirija Travel			
Broj događaja	561	491	114,26
Broj osoba (događaji)	58.023	66.023	87,88
Real-estate			
Broj zakupaca	36	35	102,86
Zajednički troškovi	34	33	103,03
Korištenje zajedničkih dijelova	23	24	95,83
Zakup oglasnih prostora	7	8	87,50
Parkirna mjesta u garaži	410	410	100,00
Iznajmljena površina (m ²)	9.897,60	9.656,30	102,50
Broj vozila u garaži	635.505	667.753	95,17





Hotelijerstvo u svim ključnim fizičkim i financijskim pokazateljima nastavilo je rasti u odnosu na prethodnu poslovnu godinu. Sa ostvarenih 46.383 dolazak gostiju realizirano je 144.745 noćenja odnosno 4% više uz najznačajnije aspekt poslovanja – rast poslovnih prihoda pansiona ali i cjelokupnog sektora hotelijerstva u odnosu na 2017. godinu za 13% odnosno od 11%. Rast poslovnih prihoda sektora hotelijerstva utoliko je važniji obzirom na značajan rast turističkog prometa ostvaren u zadnjem kvartalu poslovne godine (listopad-prosinac), što je istovremeno doprinjelo produženju turističke sezone i utjecalo na ukupne financijske rezultate poslovanja hotelskog sektora koji su daleko najbolji do sada.

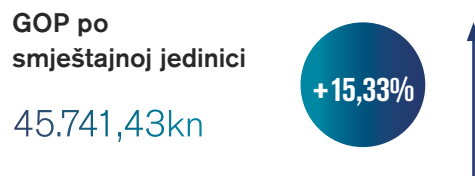
Prema tržišnim segmentima 2018. godinu obilježio je značajan rast udjela individualaca od 26% i rast grupnog segmenta od 14%, što je rezultiralo smanjenjem udjela alotmana i fiksnog zakupa. Rast turističkog prometa, rast udjela lukrativnijih emitivnih tržišta i rast individualnog i alotmanskog tržišta, odrazilo se pozitivno na ukupan fizički i financijski promet sektora hotelijerstva u 2018. godini čime smo u predmetnom razdoblju zadržali veći rast od rasta fizičkog prometa hotelskog sektora na nacionalnoj razini.

U strukturi ostvarenih noćenja među pet vodećih emitivnih tržišta nalazi se (I) hrvatsko tržište sa udjelom od 15,6% noćenja, (II) njemačko tržište sa udjelom od 14,3%, (III) austrijsko tržište sa 10,2% udjela u noćenjima, (IV) slovensko sa udjelom od 9,5% i (V) slovačko tržište sa 5,7% noćenja. Hrvatsko tržište i dalje je vodeće tržište hotelskog sektora kompanije na kojem bilježimo rast od 6% kao posljedicu produženja turističke sezone odnosno značajnijeg prometa u pred i posezoni sa domaćeg tržišta te grupnih odnosno event i kongresnih sadržaja.

Pokazatelji zauzetosti kapaciteta, kao i dani popunjenosti hotela su povećani, zauzetost kapaciteta sa 43,10% na 45,12% zauzetosti, a dani popunjenosti sa 157 dana u 2017. godini na 165 u 2018. godini. Bolja popunjenost hotela bilježi se u gotovo svim mjesecima, a izraženija je u pred i posezonskim mjesecima od ožujka do lipnja, odnosno rujnu i listopadu.



Ključni tržišni i financijski pokazatelji hotelijerstva



ILIRIJA HOTELI (Hotel Ilirija, Kornati, Adriatic i Villa Donat)	2018.	2017.	Indeks 2018./2017.
Prosječna ostvarena cijena smještajne jedinice (ADR)*	648,59	603,69	7,44%
Prihod pansiona po smještajnoj jedinici (RevPAR) na bazi 365 dana**	292,61	260,18	12,47%
Prihod pansiona po smještajnoj jedinici (RevPAR) na bazi dana otvorenosti**	498,43	392,60	26,96%
HOTELIJERSTVO (UKUPNO ILIRIJA d.d.)			
Poslovni prihodi	57.104.655,63 kn	51.295.911,97 kn	11,32%
TRevPAR ***	128.904,41 kn	115.792,13 kn	11,32%
Operativni troškovi poslovanja ****	36.841.201,16 kn	33.725.694,77 kn	9,24%
GOP *****	20.263.454,47 kn	17.570.217,20 kn	15,33%
GOP po smještajnoj jedinici	45.741,43 kn	39.661,89 kn	15,33%
GOP marža *****	35,5%	34,3%	3,60%
Kapitalna ulaganja	14.448.259,16 kn	9.565.110,06 kn	51,05%

* 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.

Napomena: Ilirija Hoteli – uključuju samo hotele (Ilirija, Kornati, Adriatic i Villa Donat). Hotelijerstvo Ilirija 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“.



Nautika zbog iznimnog položaja Marine Kornati i Hotelske luke Ilirija, kvalitete ponude, opremljenosti kapaciteta uz konstantna ulaganja i modernizaciju, mogućnosti komplementarne ponude usluga i sadržaja ostalih profitnih centara kompanije nautički sektor Ilirije pozicionira u vodeće destinacije nautičkog turizma u Hrvatskoj. Financijski i fizički pokazatelji posljedica su navednog, te je kao i prethodnih godina, i u 2018. godini Marina Kornati ostvarila rast ključnih fizičkih pokazatelja poslovanja što je rezultiralo i rastom poslovnih prihoda nautičkog sektora.

U 2018. godini poslovni prihodi Marine Kornati (odnosi se na usluge smještaja plovila – ugovorni i dnevni vez, servisa, parkinga, poslovne suradnje i nautičkog sajma) ostvareni su u iznosu od 42.465.278,95 kuna čime je u odnosu na 2017. godinu, kada su isti iznosili 40.604.415,75 kuna, ostvaren rast prihoda od 4,58% što je najvećim dijelom rezultat rasta ključnog fizičkog pokazatelja nautičkog sektora – plovila na ugovornom vezu. Rezultat rasta prihoda od ugovornog veza je rast prosječno ostvarenog prihoda po ugovornom vezu koji za 2018. godinu iznosi 38.902,71 kuna. Poslovni prihodi cijelog nautičkog sektora, kojeg pored Marine Kornati čini i ugostiteljske usluge odnosno restoran „Marina Kornati“, ostvareni su u iznosu od 46.219.397,68 kuna uz rast od 2,57%.

U dijelu fizičkih pokazatelja poslovanja nautičkog sektora odnosno Marine Kornati ključan rast ostvaren je u dijelu plovila na ugovornom vezu kojih je u 2018. godini sklopljen 741, od čega je 418 ugovorenih individualnih plovila i 323 ugovorenih charter plovila, što je u odnosu na 712 ugovorenih plovila u 2017. godini rast navedenog segmenta u izvještajnom razdoblju za 4%. realizirano je 3.682 operacija u što je rast u broju operacija za 7% u odnosu na 2017. godinu kad je realizirano 3.446 operacija, tako i u realiziranim prihodima koji su porasli za 10,55%.

Blagi pad fizičkog prometa ostvaren je u dijelu tranzitnog veza odnosno uplovljavanja plovila u tranzitu za 7% što je za posljedicu imalo i pad noćenja plovila u tranzitu za 12% kao i pad prihoda od dnevnog veza u odnosu na 2017. godinu. Razlozi pada su pored povoljnih vremenskih uvjeta tijekom glavne sezone i izraženiji trend vezivanja odnosno sidrenja plovila na privezištima.

Ostvareni rezultati poslovanja sektora Nautike posljedica su konstantnog ulaganja u kvalitetu proizvoda i usluga te praćenja trendova na domaćem i međunarodnom nautičkom tržištu, u što je kompanija investirala 3.323.681,04 kuna.



Ključni tržišni i financijski pokazatelji nautike

Poslovni prihod

46.219.397,68kn

+2,57%

Poslovni prihod
po vezu

57.415,40kn

+2,57%

GOP po vezu

32.089,50kn

+1,35%

NAUTIKA*	2018.	2017.	Indeks 2018./2017.
Poslovni prihodi	46.219.397,68 kn	45.059.600,02 kn	2,57%
Poslovni prihodi po vezu	57.415,40 kn	55.974,66 kn	2,57%
Operativni troškovi poslovanja *	20.387.353,51 kn	19.570.652,05 kn	4,17%
GOP **	25.832.044,17 kn	25.488.947,97 kn	1,35%
GOP po vezu	32.089,50 kn	31.663,29 kn	-3,91%
GOP marža ***	55,9%	56,6%	-1,20%
Kapitalna ulaganja	3.323.681,04 kn	6.372.231,58 kn	-47,84%

* 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".





Kamping ostvareno je 42.138 dolazaka, što je povećanje za 12,69% u odnosu na prethodnu poslovnu godinu. U skladu s navedenim, povećan broj dolazaka rezultirao je i povećanjem broja noćenja za 6,99% kojih je u izvještajnom razdoblju realizirano 302.845. Također, na nacionalnoj razini, kamping sektor u 2018. godini bilježi rast broja noćenja za 1,18%, pa je time kamp „Park Soline“ sa ostvarenim rastom noćenja iznad razine cijelog kamping sektora Hrvatske. Ostvareni fizički rezultati poslovanja rezultirali su povećanjem zauzetosti kapaciteta za 12,28%, na bazi godišnje zauzetosti kamp jedinica, na 34,29% godišnje zauzetosti i povećanjem prihoda smještaja po kamp jedinici za 4,59% na temelju zauzetosti kamp jedinica na bazi 365 dana otvorenosti.

U strukturi ostvarenih noćenja među pet vodećih emitivnih tržišta nalazi se (I) slovensko tržište sa udjelom od 23% noćenja, (II) češko tržište sa 19%, (III) njemačko tržište sa 14% noćenja, (IV) hrvatsko tržište sa 8% i (V) nizozemsko tržište sa 7% noćenja.

Istovremeno u strukturi noćenja prema tržišnim segmentima prevladavaju agencije sa udjelom od 30% i individualci sa udjelom od 27% noćenja. Udio noćenja paušalaca iznosi 19% te se povećao sukladno povećanju broja zauzetih paušalnih parcela. Udio noćenja u mobilnim kućicama povećao se za 2% sukladno povećanju broja mobilnih kućica i većem bookingu te iznosi 24% u ukupnim noćenjima kampa.

Povećanje noćenja, dolazaka i prihoda u 2018. godini u odnosu na prethodnu poslovnu godinu rezultat su izvršenih investicijskih ulaganja u nove mobilne kućice, potom u unaprjeđenje kvalitete objekata i usluga u kampu, optimizacije cijena, marketinških aktivnosti i strateški planiranih ulaganja u ključne kanale prodaje, te intenzivnog ranog bookinga od kraja 2017. godine.

Kamping sektor kompanije, kojeg pored kampa čini i restoran „Park Soline“ u izvještajnom razdoblju ostvario je 33.542.041,42 kuna poslovnog prihoda, što je rast za 12,47% kao rezultat rasta prihoda paušalnih gostiju od 29%, porast prihoda kod vlastitih mobilnih kućica za 15% dok je u isto vrijeme porastao i prihod restorana za 13,20%.



Ključni tržišni i finansijski pokazatelji kampinga

Poslovni prihod

33.542.041,42kn

+12,47%

TRevPAR

27.493,48kn

+4,17%

GOP po smještajnoj jedinici

14.402,60kn

+8,14%

Ključni tržišni i finansijski pokazatelji kampinga

KAMP "PARK SOLINE" - TRŽIŠNI POKAZATELJI	2018.	2017.	2018./2017.
Prosječna ostvarena cijena kamp jedinice (ADR) *	198,72 kn	213,31 kn	-6,84%
Prihod smještaja po kamp jedinici (RevPAR) na bazi 365 dana **	68,14 kn	65,14 kn	4,59%
Prihod smještaja po kamp jedinici (RevPAR) na bazi dana otvorenosti **	111,03 kn	122,56 kn	-9,41%
KAMPING UKUPNO - FINANCIJSKI POKAZATELJI			
Poslovni prihodi	33.542.041,42 kn	29.822.950,45 kn	12,47%
TRevPAR ***	27.493,48 kn	26.391,99 kn	4,17%
Operativni troškovi poslovanja ****	15.970.871,05 kn	14.772.896,96 kn	8,11%
GOP *****	17.571.170,37 kn	15.050.053,49 kn	16,75%
GOP po smještajnoj jedinici	14.402,60 kn	13.318,63 kn	8,14%
GOP marža *****	52,4%	50,5%	3,84%
Kapitalna ulaganja	16.035.642,84 kn	4.547.658,84 kn	252,61%

*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, finansijske 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.

*Kamping pored kampa „Park Soline“ čini i profitni centar restoran „Park Soline“.



Broj
događaja

561



Destinacijska menadžment kompaniji/DMK Ilirija Travel kao komplementaran i integriran proizvod kompanije sa ciljem razvoja cjelogodišnjeg poslovanja kroz koju je organiziran 561 zaseban događaj, organiziranih većinom u pred i posezoni, za 58.023 osoba. Operativni pokazatelji poslovanja destinacijske menadžment kompanije iskazani kroz broj događaja i osoba u odnosu na 2017. rasli su za 14,26% u broju događaja ali uz smanjenje broja gostiju za 12,12%. Većina događaja realizirana je u pred i posezoni čime je doprinos destinacijske menadžment kompanije Ilirija Travel razvoju turizma i smjenjenu njegove sezonalnosti daleko značajniji.

Prihodi u iznosu od 9.105.105,09 kuna ostvareni dijelom i kroz sadržaje svih profitnih centara kompanije, manji su za 26,16% u odnosu na 2017. godinu, a što se u najvećoj mjeri odnosi na pružanje (I) usluga event broda Nada za druge kompanije i na području drugih hrvatskih županija, koje su značajno smanjene u odnosu na prethodnu poslovnu godinu, (II) izostanak regatnih manifestacija u profitnom centru restoran „Marina Kornati“ kao rezultat razvoja novih nautičkih destinacija u srednjoj i južnoj Dalmaciji i (III) trend smanjenja prosječnog broja osoba po događajima.





Real estate sektor odnosno Poslovno-trgovački centar City Galleria već drugu godinu zaredom svojim rezultatom potvrđuje da je predmetna investicija ekonomski isplativa i opravdana. Gledajući sa aspekta ostvarenih rezultata poslovanja nekretninskog sektora, isti su ostvarili najveću stopu rasta poslovnih prihoda od 14% uz dvoznamenkasti rast pokazatelja profitabilnosti poslovanja iskazanih kroz operativnu dobit i dobit, kao i daljni rast bruto operativne marže.

Operativni rezultati centra City Galleria, kao i interes potencijalnih zakupnika za poslovnom suradnjom, kontinuirano bilježe rast. Popunjenost centra na dan 31.12.2018. godine iznosila je 99,64% svih kapaciteta, odnosno aktivno je 36 ugovora o zakupu poslovnih prostora sa rasponom površina od 20m² do 1.836m². Komercijalizacijom prostora na trećem katu centra kreiranjem novih uredskih poslovnih jedinica, ukupna neto iznajmljiva površina centra uvećana je za 241,30m².

Poslovni prihodi ostvareni kroz zakup poslovnih prostora, zajedničke troškove, korištenje zajedničkih dijelova centra, zakup oglasnih prostora, te prihode garaže iznose 13.963.944,29 kuna. Uključujući i ostale poslovne prihode u iznosu od 203.447,98 kuna, ukupni poslovni prihodi nekretninskog sektora iznose sveukupno 14.167.392,27 kuna.

U predmetnom periodu započeta je i djelomično izvršena aktivacija poslovnih prostora na trećem katu centra, te njihova konverzija iz uslužnih u uredske prostore. U studenom 2018. zaključen je Ugovor o zakupu sa tvrtkom Sancta Domenica d.o.o. za poslovne prostore na drugom katu centra, te je u tijeku priprema poslovnih prostora za otvorenje planirano u siječnju 2019.godine. Tijekom prosinca 2018. godine zaključen je i novi Ugovor o zakupu poslovnog prostora sa zakupnikom Erste&Steiermarkische Bank d.d.



Poslovni prihodi

14.167.392,27kn

+13,88%

Prosječna godišnja zakupnina po m²

975,60kn

+17,79%

GOP

8.160.734,70kn

+28,31%



99,64%

Popunjenost kapaciteta

KLJUČNI TRŽIŠNI POKAZATELJI REAL ESTATE SEKTORA - CITY GALLERIA	2018.	2017.	Indeks 2018./2017.
FINANCIJSKI REZULTATI:			
Prosječna ostvarena mjesečna zakupnina po m ² poslovnog prostora (AMR) *	81,30 kn	69,02 kn	17,79%
Prosječna ostvarena godišnja zakupnina po m ² poslovnog prostora	975,60 kn	828,24 kn	17,79%
Prosječni godišnji prihod garaže po parkirnom mjestu **	1.835,06 kn	1.625,83 kn	12,87%
POSLOVNI PROMET			
Poslovni prostori - broj aktivnih ugovora	36	35	2,86%
Zajednički troškovi - broj aktivnih ugovora	34	33	3,03%
Zajednički dijelovi centra - broj aktivnih ugovora	23	24	-4,17%
Oglasni prostori - broj aktivnih ugovora	7	8	-12,50%
Garaža - broj parkirnih mjesta	410	410	0,00%
Garaža - godišnji promet vozila	635.505	667.753	-4,83%
KLJUČNI FINANCIJSKI POKAZATELJI REAL ESTATE SEKTORA-CITY GALLERIA			
Poslovni prihodi	14.167.392,27 kn	12.440.343,14 kn	13,88%
Operativni troškovi poslovanja ***	6.006.657,57 kn	6.080.342,88 kn	-1,21%
GOP ****	8.160.734,70 kn	6.360.000,26 kn	28,31%
GOP marža *****	57,6%	51,1%	12,67%
Kapitalna ulaganja	451.734,04 kn	0,00 kn	

* 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 2018. godini

Ostvareni su do sada najbolji financijski rezultati poslovanja u njegovim ključnim paramaterima – poslovnim i ukupnim prihodima, kao i pokazateljima profitabilnosti poslovanja – operativnoj dobiti, dobiti, EBITDA i EBIT-u. Ukupni prihodi ostvareni su u iznosu od 161.048.880,05 kuna i stopom rasta od 7,03% posljedica su realizacije kompanije na domaćem i stranom tržištu koja je rasla po stopi od 8%. Poslovni prihodi ostvareni su iznosu od 159.490.115,09 kuna rezultat su rasta poslovnih prihoda u ključnim sektorima kompanije.

Unatoč rastu poslovnih rashoda pokazatelji profitabilnosti poslovanja daleko su najbolji do sada. Operativna dobit ostvarena je u iznosu od 52.657.489,21 kuna s rastom od 8,27% dok dobit za 2018. godinu iznosi 37.035.167,22 kuna sa ostvarenom stopom rasta od 9,29%. EBITDA (zarada prije amortizacije, kamata i poreza) je realizirana u iznosu od 54.216.254,17 kuna i veća je za 9,31% dok je EBIT (zarada prije rashoda financiranja) ostvarena je u iznos od 41.419.356,76 kuna.

+9,29% ↑

Dobit

ostvarena u iznosu
37.035.167,22 kuna uz
povećanje za 3.149.382,68
(2017.: 33.885.784,54 kn).

+9,31% ↑

EBITDA

iznosi 54.216.254,17 kuna
sa ostvarenim rastom od
4.618.983,07 kuna
(2017.: 49.597.271,10 kn).

+7,72% ↑

EBIT

realiziran u iznosu od
41.419.356,76 kuna uz rast
od 2.968.986,57 kuna
(2017.: 38.450.370,19 kn).

+20,02% ↑

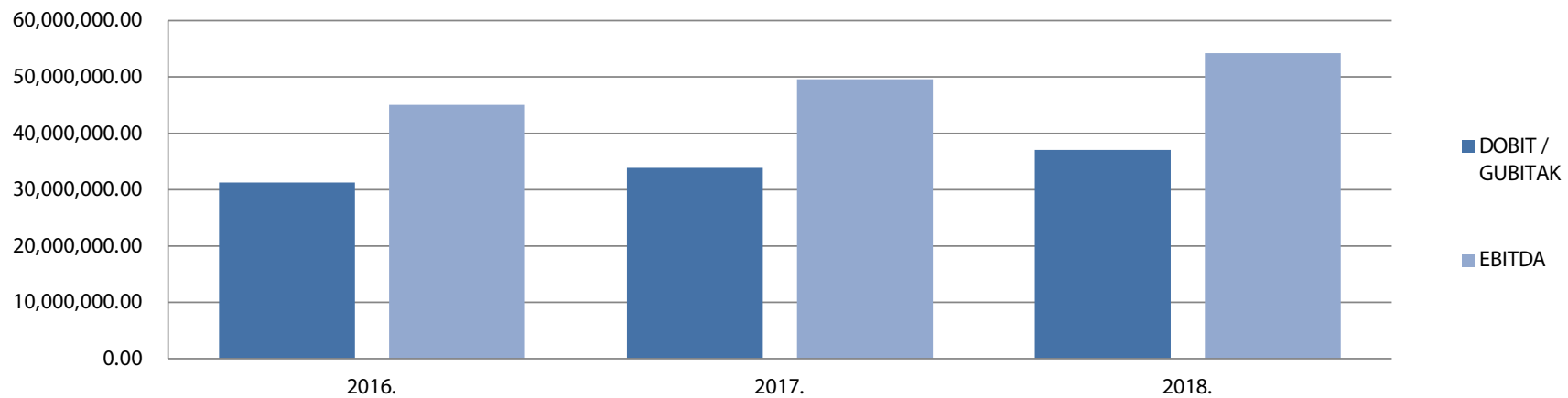
Dividenda

7.221.240,00 kuna isplaćeno je
dioničarima odnosno 1.204.700,00
kuna više (2017.: 4.937.148,00 kn)

Pregled financijskih rezultata poslovanja za 2018. godinu i usporedba sa 2016. i 2017. godinom:

PRIHODI	2016.	2017.	INDEKS 2017./2016.	2018.	INDEKS 2018./2017.
Prihodi na domaćem tržištu	90.914.640,20	112.784.382,37	124	121.382.130,52	108
Prihodi na stranom tržištu	34.572.634,09	34.375.832,23	99	37.017.115,81	108
Ostali prihodi	2.103.865,91	2.355.330,63	112	1.090.868,76	46
POSLOVNI PRIHODI	127.591.140,20	149.515.54,23	117	159.490.115,09	107
Financijski prihodi	1.427.867,11	961.132,18	67	1.558.764,96	162
Izvredni prihodi	0,00	0,00		0,00	
UKUPNO PRIHODI	129.019.007,31	150.476.677,41	117	161.048.880,05	107
RASHODI					
Troškovi sirovina i materijala	18.339.619,89	22.588.537,09	123	23.269.427,09	103
Troškovi usluga	14.790.955,74	18.855.044,37	127	19.133.296,83	101
Bruto plaće	30.295.745,80	35.265.395,20	116	38.668.915,13	110
Ostali troškovi	20.565.556,42	24.170.429,65	118	25.760.986,83	107
UKUPNO TROŠKOVI	83.991.877,85	100.879.40,31	120	106.832.621,88	106
AMORTIZACIJA	9.012.252,49	11.146.900,91	124	12.796.897,41	115
FINANCIJSKI RASHODI	4.774.080,17	4.564.585,65	96	4.384.189,54	96
IZVANREDNI RASHODI	0,00	0,00		0,00	
UKUPNO RASHODI	97.778.210,51	116.590.892,87	119	124.013.712,83	106
DOBIT / GUBITAK	31.240.796,80	33.885.784,54	108	37.035.167,22	109
OPERATIVNA DOBIT / GUBITAK	43.599.262,35	48.636.138,92	112	52.657.489,21	108
EBITDA	45.027.129,46	49.597.271,10	110	54.216.254,17	109

Grafički prikaz temeljnih financijskih rezultata poslovanja od 2016. do 2018. godine



Prihodi po djelatnostima:



Prihodi od hotelijerstva iznose 57.104.655,63 kuna i veći su za 11% u odnosu na prethodnu poslovnu godinu a rezultat su: (I) rasta poslovnih prihoda od prodaje u dijelu realizacije prihoda na domaćem tržištu sa rastom od 12% i na stranom tržištu sa rastom od 11%, (II) ostvarenja do sada daleko najboljih ključnih fizičkih rezultata poslovanja, (III) smanjenja sezonalnosti poslovanja kroz jačanje prodajnih aktivnosti u pred i posezoni, (IV) bolje popunjenosti smještajnih kapaciteta i (V) tržišne profilacije na lukrativnija tržišta zapadne i sjeverne Europe.



Prihodi od nautike iznose 46.219.397,68 kuna i veći su za 2,57% u odnosu na 2017. godinu kao posljedica rasta prihoda u dijelu usluge smještaja plovila odnosno Marine Kornati, posebno s (I) naslova prihoda od ugovornog veza koji su rasli za 4,86% i (II) rasta prihoda od nautičkog sajma za 19,03%.



Prihodi od kampinga iznose 33.542.041,42 kuna i veći su za 12,47% u odnosu prethodu poslovnu godinu kao rezultat: (I) rasta ključnih fizičkih rezultata poslovanja, (II) rasta prihoda u svim tržišnim segmentima kampa „Park Soline“ koji su se kretali po stopama od minimalno 4% do maksimalno 29%, i (III) rasta prihoda ugostiteljstva za 13%.



Prihodi od real-estate sektora iznose 14.167.392,27 kuna i porasli su za 14% kao rezultat rasta svih segmenta poslovanja a ponajviše prihodi od zakupa poslovnog prostora koji su u apsolutnom iznosu najviše generirali rast poslovnih prihoda centra.



Prihodi od ostalih djelatnosti odnosno ostalih sektora i profitnih centara uključujući Iliriju Travel odnosno Arsenal, event brod „Nadu“, agroturizam, Villu Primorje i ugostiteljstvo, ostvareni su u iznosu 8.456.628,09 kuna i manji su za 22,39% u odnosu na 2017. godinu dijelom iz razloga izostanka prihoda generiranih kroz destinacijsku menadžment kompaniju i izostanaka izvanrednih stavki prihoda realiziranih u 2017. godini.



SVEUKUPNO: Poslovni prihodi po iznose 159.490.115,09 kuna i ostvarili su rast od 6,67%.

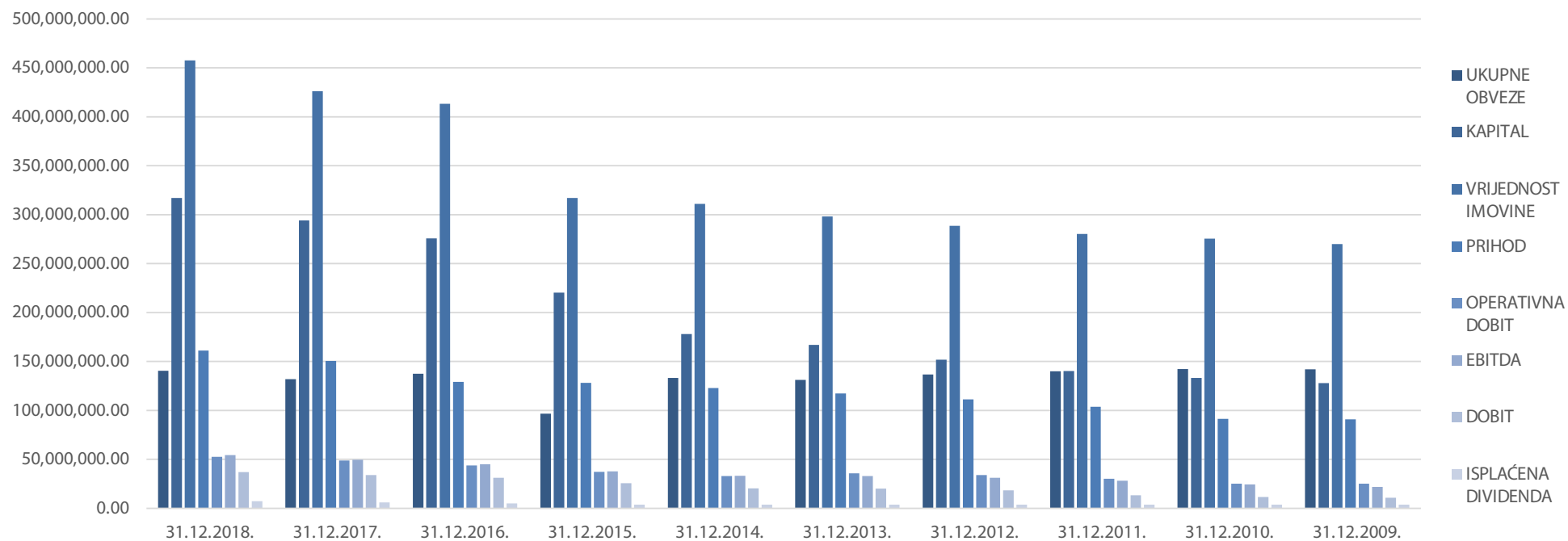
Illirija kao kompanija sa širokim spektrom djelatnosti, što smo postali akvizicijom Poslovno-trgovačkog centra City Galleria u Zadru, jačanjem gospodarskih aktivnosti ravnomjerno kroz cijelu poslovnu godinu ostvarila je daleko najbolje poslovne rezultate do sada. Vrijednost imovine na dan 31.12.2018. godine iznosi 457.638.774,55 kuna i veća je za 31.581.511,81 kuna, a istovremeno je ostvaren i rast kapitala za 7,79% u odnosu na prethodnu poslovnu godinu i iznosi 317.135.375,81 kuna kao rezultat izvršenih investicijskih ulaganja. Rasli su i pokazatelji profitabilnosti operativna dobit i dobit kao i EBITDA-a od 8% do 9%. Također, Društvo je isplatilo dioničarima 7.221.240,00 kuna za dividendu ili 20,02% više u odnosu na 2017. godinu. U razdoblju od 2009. do zaključno 31.12.2018. godine dioničarima je isplaćeno ukupno 44.360,458,00 kuna za dividendu.

KUMULATIVNI USPOREDNI PREGLED

temeljnih rezultata poslovanja i pokazatelja o stanju imovine, kapitala i obveza Društva na dan 31.12.2018. godine i za razdoblje 2009.-2018. godine

GODINA	UKUPNE OBVEZE	KAPITAL	VRIJEDNOST IMOVINE	PRIHOD	OPERATIVNA DOBIT	EBITDA	DOBIT	ISPLAĆENA DIVIDENDA
1	2	3	4	5	6	7	8	9
31.12.2018.	140,503,398.74	317,135,375.81	457,638,774.55	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	45,027,128.66	31,240,796.00	4,937,148.00
31.12.2015.	96,706,510.04	220,353,306.88	317,059,816.92	128,146,512.63	37,282,937.82	37,767,176.96	25,510,509.44	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 Kumulativnog usporednog pregleda rezultata poslovanja i pokazatelja o stanju imovine, kapitala i obveza Društva na dan 31.12.2018. godine i za razdoblje 2009.-2018. godine



Financijski pokazatelji poslovanja u 2018. i 2017. godini

Pokazatelj	2017.	2018.	Indeks 2018./2017.	
Pokazatelji financijske stabilnosti, likvidnosti i zaduženosti				
Stupanj samofinanciranja	69,05%	69,30%	1,003	Udjel vlastitog kapitala u ukupnim izvorima sredstava.
Stupanj zaduženosti	30,49%	30,28%	0,993	Udjel zaduženja u ukupnim izvorima sredstava.
Koeficijent financijske stabilnosti	1,03	1,05	1,019	Odnos dugotrajne imovine i dugoročnih izvora (kapital i rezerve uvećane za dugoročne obveze).
Koeficijent ubrzane likvidnosti	0,48	0,45	0,937	Odnos kratkotrajne imovine umanjene za zalihe i kratkoročnih obveza.
Koeficijent tekuće likvidnosti	0,52	0,51	0,980	Odnos kratkotrajne imovine i kratkoročnih obveza.
Pokazatelji aktivnosti				
Koeficijent obrtaja ukupne imovine	0,35	0,35	1,000	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	10,56	8,93	0,845	Odnos ukupnih prihoda i kratkotrajne imovine, pokazuje koliko se puta u godini pri ostvarivanju ukupnih prihoda obrne raspoloživa kratkotrajna imovina.
Pokazatelji uspješnosti poslovanja				
Ekonomičnost	1,29	1,30	1,007	Odnos ukupnih prihoda i ukupnih rashoda.
Profitabilnost	18,10%	18,50%	1,022	Odnos neto dobiti/gubitka i ukupnih prihoda.
Rentabilnost	6,39%	6,51%	1,018	Godišnja stopa povrata uložene imovine, iskazuje odnos neto dobiti/gubitka i ukupne imovine.
Udjel EBITDA u ukupnom prihodu	32,96%	33,66%	1,021	Odnos zbroja dobiti prije oporezivanja, amortizacije i financijskih rashoda prema ukupnom prihodu.
Udjel EBIT-a u ukupnom prihodu	25,55%	25,72%	1,006	Odnos zbroja dobiti prije oporezivanja i financijskih rashoda prema ukupnom prihodu.

Kompanija je u 2018. godini ostvarila 161.048.880,05 kuna izravno stvorene ekonomske vrijednosti što je rast za 7,03% odnosno za 10.572.202,64 kuna, od čega je gotovo 94% njenog rasta ostvareno kroz rast prihoda od prodaje. Našim dionicima je distribuirana ekonomska vrijednost u iznosu od 124.392.181,44 kuna s akumulativnim rastom 10,06% ili za 11.365.834,97 kuna. Promatrajući pojedinačno sve stavke su rasle u rasponu od 4,63% do maksimalno 55,54% od čega u apsolutnom iznosu najveći rast ostvaren je u plaćanja državi (+3.691.475,60 kuna) i u dijelu plaća i beneficija zaposlenika koji su rasli za +3.343.520,13 kuna. Veći rast distribuirane ekonomske vrijednosti u apsolutnom iznosu rezultirao je i padom zadržane vrijednosti za 2,12%.

Opis	2015.	2016.	2017.	2018.	Indeks 2018./2017.
Izravno stvorena ekonomska vrijednost	128.146.488,63	129.019.007,31	150.476.677,41	161.048.880,05	107,03
Prihodi od prodaje	127.662.219,39	127.591.140,20	149.515.545,23	159.490.115,09	106,67
Ostali prihodi	484.269,24	1.427.867,11	961.132,18	1.558.764,96	162,18
Distribuirana ekonomska vrijednost	98.097.210,51	89.493.785,39	113.026.346,47	124.392.181,44	110,06
Troškovi poslovanja	60.397.272,27	53.240.286,75	64.756.352,99	67.755.034,47	104,63
Plaće i beneficije zaposlenika	29.781.374,67	30.545.745,80	35.357.395,00	38.700.915,13	109,46
Plaćanje davateljima kapitala	3.740.790,00	4.937.148,00	6.016.540,00	7.221.240,00	120,02
Plaćanja državi	3.977.138,94	564.749,54	6.646.839,96	10.338.315,56	155,54
Ulaganja u zajednicu	200.634,63	205.855,30	249.218,52	376.676,28	151,14
Zadržana ekonomska vrijednost	30.049.278,12	39.525.221,92	37.450.330,94	36.656.698,61	97,88

3. Neizravni ekonomski utjecaji kompanije

Neizravni ekonomski utjecaji kompanije u 2018. godini očituju se u nekoliko područja:

1.

▪ **u kadrovskoj politici** koja polazi od zapošljavanja lokalnog stanovništva iz grada Biograda na Moru i okolnih općina i mjesta odnosno sa područja Zadarske županije. Od ukupnog broja zaposlenika na dan 31.12.2018. njih **43%** je iz grada **Biograda na Moru** dok je iz ostalih općina Zadarske županije bilo zaposleno njih 120 odnosno 56% zaposlenika dok su tri zaposlenika odnosno 1% bila iz ostalih dijelova Republike Hrvatske.

2.

▪ **u odnosu sa dobavljačima** odnosno sveukupnoj nabavi od sveukupno 967 dobavljača s kojima surađujemo čak 93,49% su dobavljači iz Republike Hrvatske s kojima ostvarujemo 96,02% ukupnog prometa čime potičemo nacionalnu ekonomiju i gospodarstvo s posebnim naglaskom na poticanje ekonomije lokalne zajednice.

3.

▪ **u razvoj destinacije kroz razvoj i ponudu vlastitih programa i sadržaja** kroz sustav 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. Samo kroz sustav DMK Ilirije Travel kompanija je organizirala 561 događaj, počevši od jednostavnijih pojedinačnih događaja, izleta do posebnih programa, insentiva, evenata, konferencija, kongresa, vjenčanja, izleta, regata i sl., organiziranih većinom u pred i posezoni, pružena je usluga za 58.023 osoba.

Kroz razvoj cjelogodišnje turističke ponude potičemo razvoj održivog i odgovornog turizma koji neće biti isključivo vezan za glavnu sezonu (lipanj-kolovoz) čime se rasterećuje glavna sezona i infrastruktura destinacije u navedenom periodu. Osim očuvanja prirodnih resursa doprinosimo ravnomjernom razvoju ponude destinacije, njenoj prepoznatljivosti i profiliranosti u destinaciju sa cjelogodišnjom turističkom ponudom i sadržajima.

4.

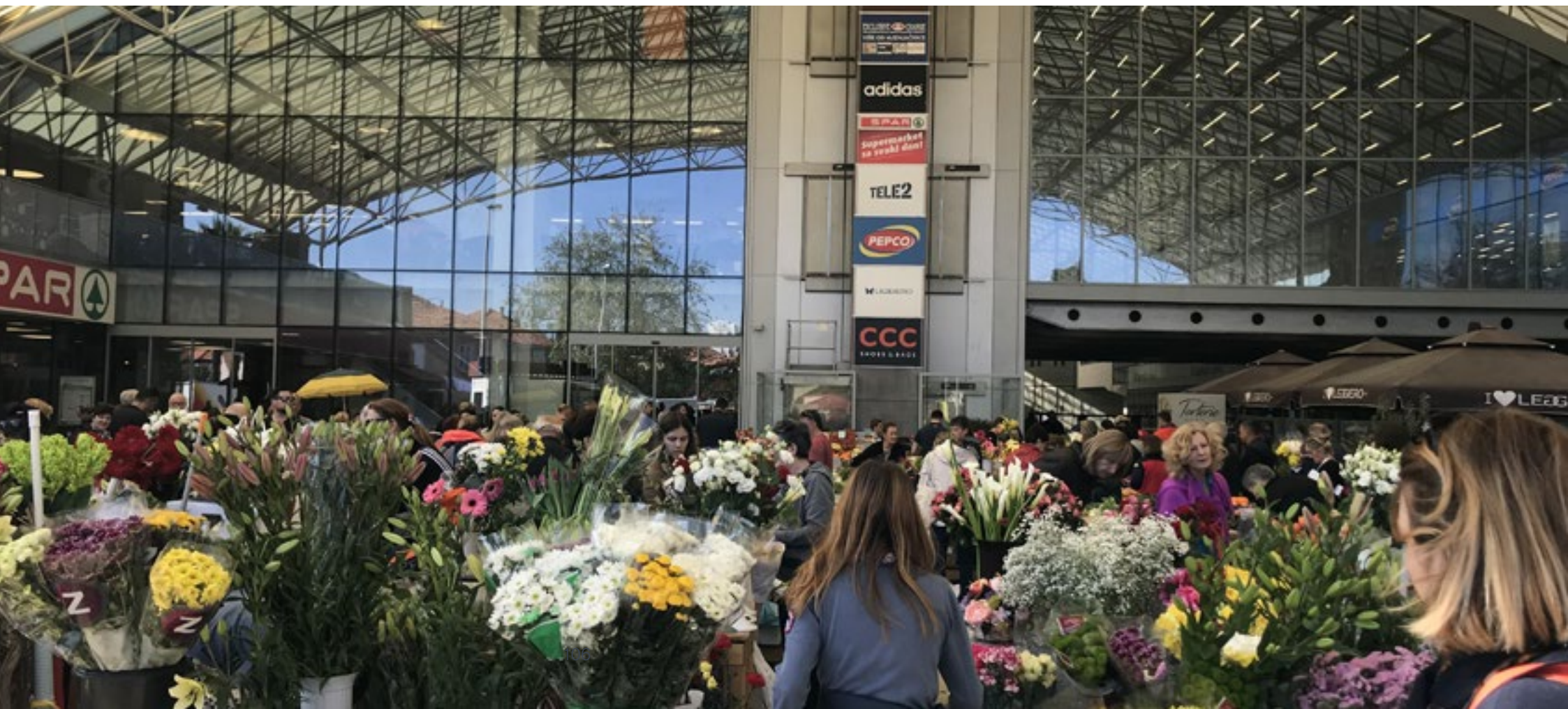
▪ **kao najveći poslovni sustav u svom sjedištu i jedan od tri najveće turističke kompanije na području šire zadarske regije**, a ujedno i destinaciji u kojoj je smještena većina naših turističkih kapaciteta u dijelu pružanje usluge smještaja, razvojem vlastite ponude i sadržaja, ostvarenim dolascima i noćenjima, neposredno potičemo i generiramo razvoj turističke ponude grada, doprinosimo prepoznatljivosti i konkurentnosti destinacije, generiramo povećanu turističku potrošnju ostalih gospodarskih subjekata preventivno u gradu Biogradu na Moru a potom i ostalim destinacijama u kojima poslujemo.

5.

▪ **ulažemo u infrastrukturu destinacija u kojima poslujemo** posebno ističemo višegodišnje održavnje i uređenje hotelske plaže, smještene u samom centru Biograda na Moru ispred hotela Ilirija Resorta, koja je istovremeno i u funkciji javne plaže budući Ilirija d.d. na pomorskom dobru kojim upravlja odnosno gospodari istodobno uspješno implementira obje funkcije obzirom da pored naših gostiju hotelsku plažu koriste i svi ostali posjetitelji i stanovnici grada. Ovim ulaganjem u glavnoj sezoni doprinosimo adekvatnoj uređenosti morske obale obzirom da su razdoblju (lipanj-kolovoz) glavni proizvod hrvatskog turizma „sunce i more“ što zahtjeva kvalitetnu uređenost plaža. Također, u 2018. godini sufinancirali smo zajedno sa Općinom Sv. Filip i Jakov obnovu i uređenje dječjeg igrališta u mjestu Sv. Filip i Jakov, podrprli smo aktivnosti Mjesnog odbora Mrljane u obnovi dva igrališta kao i pomoć Dječjem vrtiću "Tulipan", mjestu Polača, u nabavci opreme.

U Poslovno-trgovačkom centru City Galleria od njegova otvaranja nalazi se otvorena gradska tržnica „Relja“ trgovačkog društva Tržnice Zadar d.o.o., u vlasništvu Grada Zadra, smještena na vanjskom natkrivenom trgu centra. Za što lakše poslovanje gradske tržnice, u odnosu na dotadašnje uvjete rada na otvorenom i sa neadekvatnim popratnim sadržajima, u centru City Galleria osigurano je više od 800 m² prodajne površine na natkrivenom trgu, uredski prostor za potrebe poslovanja, sanitarni čvor namijenjen korištenju prodavača s tržnice, te skladišni prostor u podzemnoj razini centra sa jednostavnim pristupom pomoću teretnog dizala, također osiguranog isključivo za korisnike tržnice. Za kupce je osiguran parkirališni prostor u javnoj garaži centra iz kojeg se dizalom dolazi do tržnice, a sat vremena parkiranja je besplatan.

Ponuda ove tržnice dostupna je građanima tijekom cijele godine, svima danima u tjednu u jutarnjem terminu, sa popratnim sadržajima koje sačinjavaju ribarnica, mesnice, pekarnice i ostali delikatesni proizvodi na prostoru unutar tržnice centra. O značaju ove lokacije za poslovanje lokalnih poljoprivrednika i samih građana korisnika, govori činjenica kako je tržnica „Relja“ druga po veličini gradska tržnica u Zadru, sa ukupno više od 35 redovnih prodavača, slijedom čega su joj zbog njenog značaja za lokalnu zajednicu omogućeni posebni komercijalni uvjeti.



+7%

Rast prosječne bruto plaće

+18%

Veća prosječno bruto veća plaća u Iliriji u odnosu na njenu djelatnost

+9,62%

Najmanja bruto plaća u Iliriji u odnosu na minimalnu plaću u RH

+48%

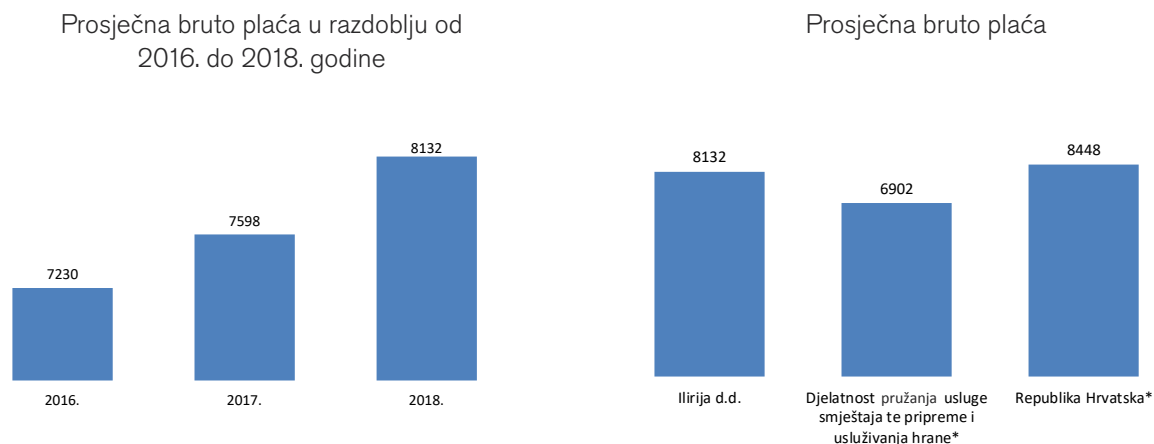
Najmanja bruto plaća u Iliriji u odnosu na minimalnu plaću u RH

4. Prisutnost na tržištu

Prosječna bruto plaća zaposlenika za 2018. godinu iznosila je 8.132,00 kuna što je povećanje od 7% u odnosu na prethodnu poslovnu godinu i povećanje od 12% u odnosu na 2016. godinu. U odnosu na prosječnu bruto plaću isplaćenu u Republici Hrvatskoj u 2018. godini u djelatnosti pružanja usluga smještaja te pripreme i usluživanja hrane, koja je iznosila 6.902,00 kuna, u Iliriji je bila za 18% veća. Zaposlenici na istim radnim mjestima imaju jednaku plaću bez obzira na spol, dobnu skupinu ili bilo koji drugi oblik različitosti.

Prema Uredbi o visini minimalne plaće za 2018. godinu (NN 122/18) visina minimalne plaće za razdoblje od 01. siječnja do 31. prosinca 2018. godine utvrđena je u iznosu od 3.439,80 kuna bruto. Najmanja bruto plaća isplaćena u Iliriji u 2018. godini za cijeli mjesec rada u punom radnom bila je za 48% veća od minimalne plaće za 2018. godinu. U izvještajnom razdoblju trošak bruto plaća bio je za 9,62 % veći u odnosu na 2017. godinu kao rezultat odgovorne, ciljane i kontinuirane politike u dijelu upravljanja ljudskim resursima i poboljšanja materijalnog položaja zaposlenika.

Sukladno zakonskim propisima kompanija za sve zaposlenike u radnom odnosu iz njihove bruto plaće uplaćuje 20% mirovinskog doprinosa od čega 15% u mirovinski fond Republike Hrvatske i 5% u fondove kapitalizirane štednje

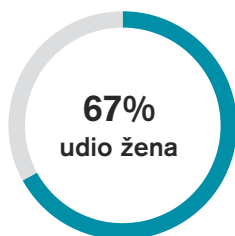


*Podaci Državnog zavoda za statistiku

Visoki menadžment

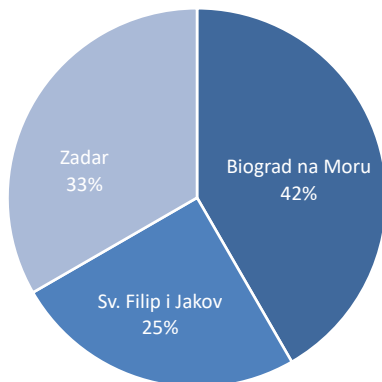


12 osoba



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 67% žena. Svi dolaze iz lokalne i regionalne zajednice odnosno sa područja grada Biograda na Moru i gradova i općina Zadarske županije. U dobnoj strukturi visokog menadžmenta 75% čine zaposlenici između 30-50 godina.

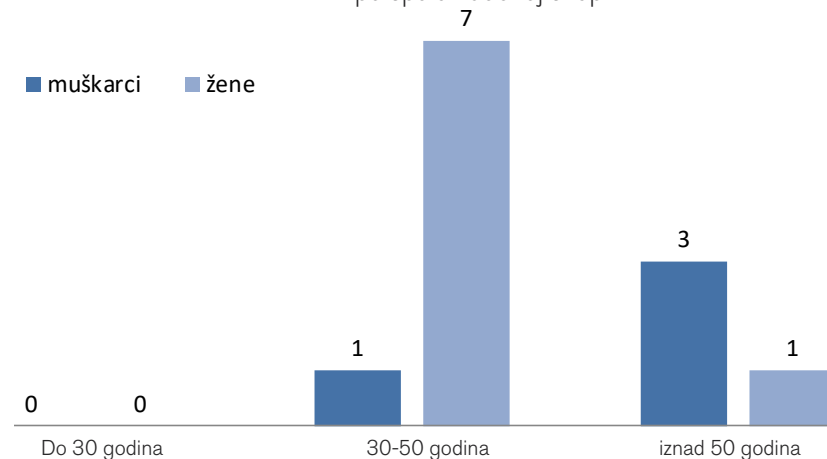
Zaposlenici visokog menadžmenta
prema prebivalištu



■ Biograd na Moru ■ Sv. Filip i Jakov ■ Zadar

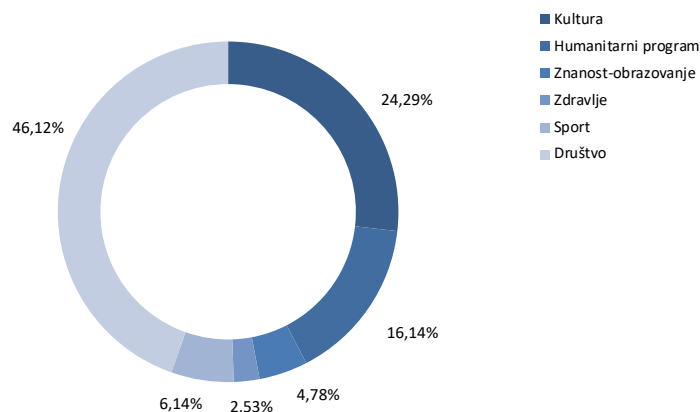
Zaposlenici visokog menadžmenta
po spolu i dobnoj skupini

■ muškarci ■ žene

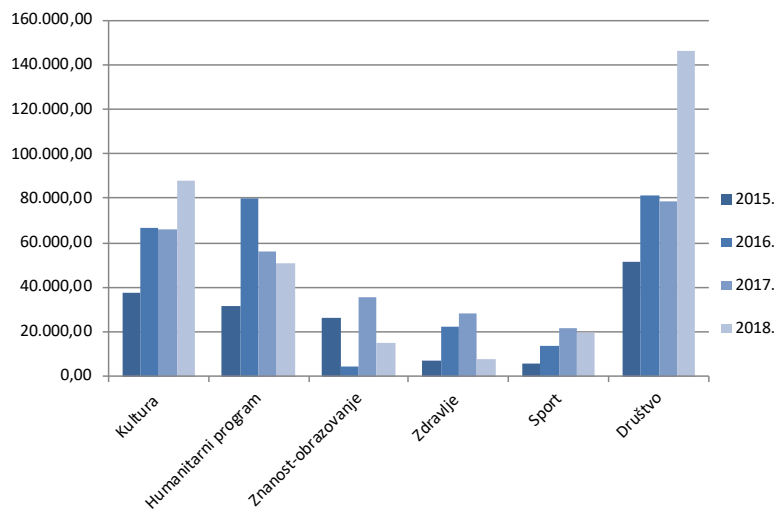


Svi članovi Nadzornog odbora, njih ukupno pet, i Uprave, koja se sastoji od jednog člana, su muškarci od koji je ukupno njih pet u dobnoj skupini iznad 50 godina dok je jedan član Nadzornog odbora u dobnoj skupini od 30 do 50 godina starosti.

Pregled donacija po područjima u 2018. godini



Pregled donacija po područjima u 2018. godini



5. Korporativna filantropija i razvoj destinacije

Uprava kompanije definira, provodi i osmišljava cjelokupan proces korporativne filantropije koja uključuju donacije i sponzorstva za određenu poslovnu godinu vodeći se načelima odgovornosti kompanije kao vodećeg gospodarskog subjekta u gradu Biogradu na Moru. Pored Uprave u procesu provođenja i osmišljavanja sudjeluju voditelj korporativnih komunikacija i odnosa s javnošću i rukovoditelj marketinga te po potrebi i ostale korporativne službe.

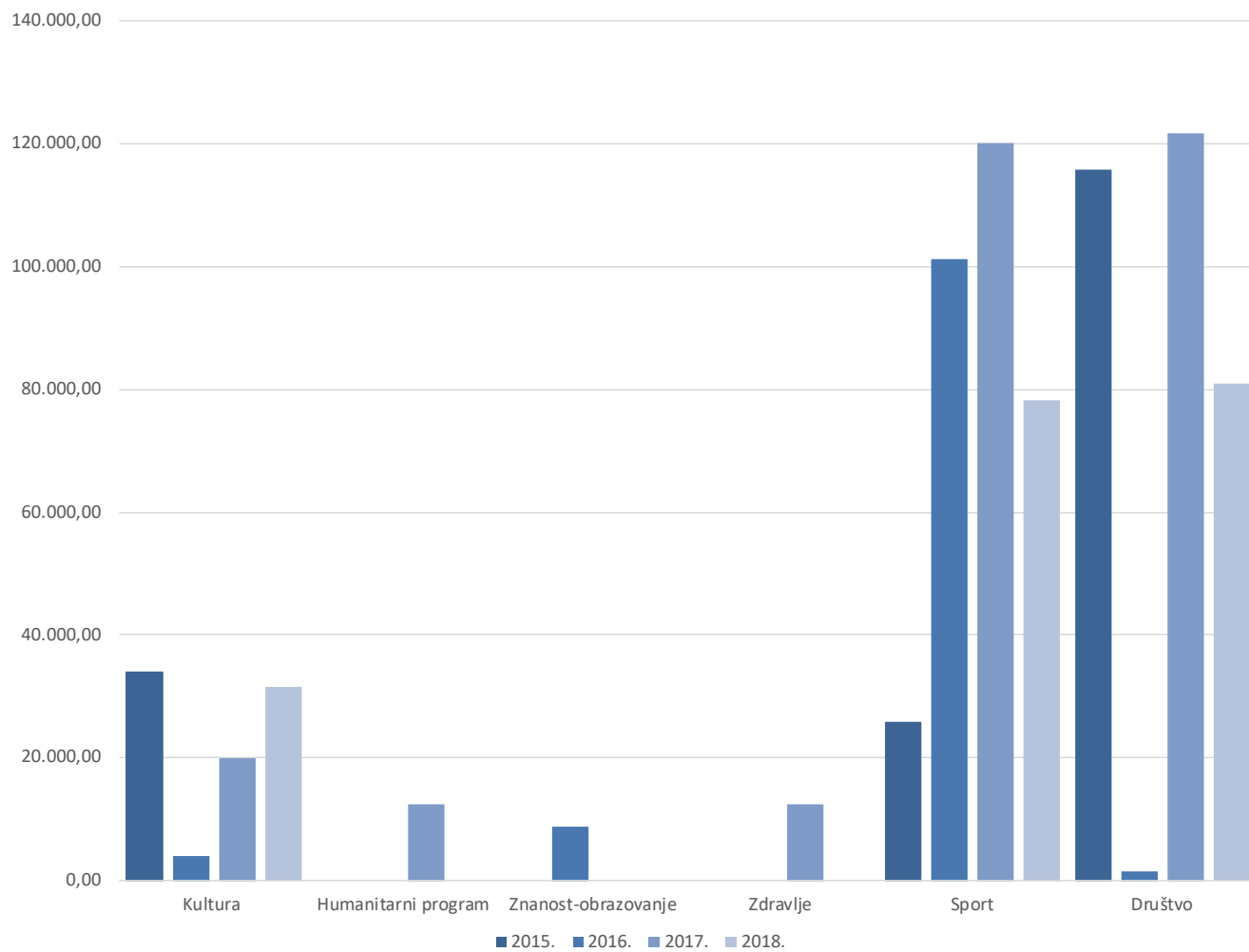
Korporativna filantropija provodi se na tri načina:

- iniciranjem ili sudjelovanjem u procesu doniranja/sponzoriranja za konkretne društvene projekte zajedno sa drugim članovima zajednice poput poslovnih subjekata uglavnom sa područja Zadarske županije, poslovnih partnera, jedinica regionalne i lokalne samouprave, udruga i institucija,
- 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 procijeni 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.

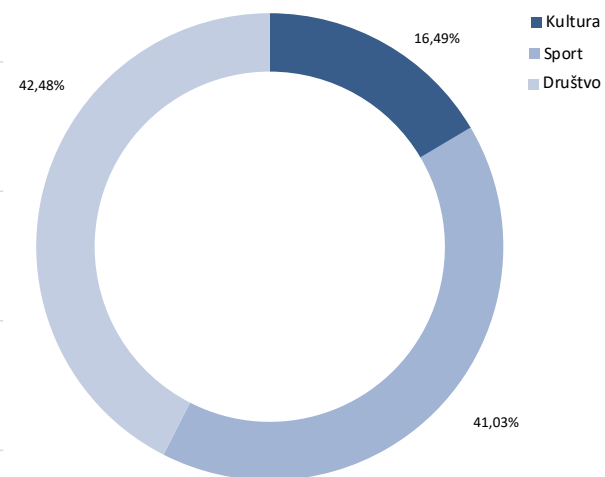
Osim novčanih donacija značajan je udio donacija u uslugama koje proizlaze iz naše djelatnosti poput osiguranja smještaja (hoteli, kamp, marina), ustupanja naših prostora kapaciteta (konferencijske dvorane, ugostiteljski objekti), usluga hrane i pića i usluga transfera. U izvještajnom razdoblju Ilirija je kroz sustav korporativne filantropije donirala i sponzorirala u ukupnoj vrijednosti od 518.159,69 kuna* u novcu i uslugama gdje je udio donacija i sponzorstava ravnomjeran.

*Podatak se razlikuje od podatka iznesenog u tabeli Izravno stvorena i distribuirana vrijednost u stavci Ulaganja u zajednici koja uključuje samo donacije i sponzorstva pružena u novcu

Pregled sponzorstava po područjima od 2015.-2018. godine



Pregled sponzorstava po područjima u 2018. godini



Korporativna filantropija u 2018.



84 aktivnosti

59 donorskih aktivnosti
25 sponzorskih aktivnosti

Korporativna filantropija 2015.-2018.



325 projekata

1.811.266,98kn

Tijekom 2018. godine kompanija je kroz sustav korporativne filantropije podržala sveukupno **84 aktivnosti**, projekta i pojedinačne zamolbe u sljedećim područjima: (I) kultura, (II) humanitarni program, (III) znanost-obrazovanje, (IV) zdravlje, (V) sport, i (VI) društvo.

Od ukupnog broja od 84 projekata 59 aktivnosti podržano je kroz donacijske aktivnosti i 25 aktivnosti je podržano putem sponzorstava u sveukupnoj vrijednosti od **518.159,69 kuna**. U periodu od od 2015. do zaključno 2018. godine podržan sveukupno **325 projekata** kroz sustav korporativne **filantropije ukupne vrijednosti od 1.811.266,98 kuna** od čega su donacijske aktivnosti podržane u vrijednosti od 1.042.800,48 kuna dok je kompanija za sponzorirala projekata i aktivnosti u iznosu od **768.466,50 kuna**.

Kompanija je u navedenom razdoblju pružila podršku brojnim udrugama, institucijama, regionalnoj i lokalnoj samoupravi, kulturnim i odgojno-obraznim ustanovama, sportskim klubovima, fizičkim osobama itd. bilo kroz financijsku podršku ili potporu kroz našu djelatnost u projektima, programima i aktivnostima od šireg značaja i interesa za zajednicu. U 2018. godini posebno izdvajamo suradnju sa međunarodnim i domaćim humanitarnim organizacijama, udrugama i klubovima:





Sv. Filip i Jakov - obnova dječjeg igrališta



Monoplay - Festival suvremenog plesa



Gimnazija Frane Petrića, Zadar - Odlazak na svjetsko prvenstvo u košarci srednjih škola



Sinjska alka



- UNICEF
- Centar za edukaciju, savjetovanje i humanitarno djelovanje „Krugovi“
- Humanitarna udruga „Put“ Zadar
- Udruga za autizam
- Humanitarna udruga „Antonijo Jurjević“
- Udruga za pastoral mladih Zadarske nadbiskupije (akcija „72 sata bez kompromisa“)
- Caritas Zadarske županije
- Udruga Sv. Lovro - Zajednica Cenacolo
- Udruga Tisno
- Udruga osmijeh
- Bukovački sabor – Udruga za održivi razvoj dalmatinske Bukovice
- Rotary klub
- Vitezovi vranski – Udruga za promicanje hrvatske povijesne baštine

Također, podupiremo i brojne aktivnosti javnih institucija, ustanova i udruga koje imaju za cilj upoznavanje javnosti sa njihovima projektima, programima i radom sljedom čega u Poslovno-trgovačkom centru City Galleria provodimo višegodišnju suradnju sa Zavodom za javno zdravstvo Zadar putem uspješne javno-zdravstvene akcije obilježavanja Svjetskog dana borbe protiv raka prilikom čega se posjetiteljima centra 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). Navedeni programi provode se na lokalnoj razini, a pokrenuti su od strane Ministarstva zdravlja. Sa Crvenim križem održana je edukativna akcija s ciljem obilježavanja Svjetskog dana prve pomoći s temom „Prva pomoć u slučaju prometne nesreće“, dok je sa Hrvatskim autoklubom provedena informativna akcija „Sigurno i vješto u prometu“.

U Poslovno-trgovačkom centru City Galleria uspješno provodimo „back-to-school“ promociju u mjesecu rujnu prilikom koje surađujemo sa brojnim lokalnim sportskim društvima i udrugama na promicanju sporta i fizičke aktivnosti među djecom. U 2018. godini smo s tim ciljem poduprli aktivnosti više udruga i klubova koji su u City Galleriji održali prezentaciju svojih aktivnosti, predstavili svoj program rada, izveli demonstracije vježbi, te upoznali posjetitelje sa mogućnostima upisa djece školske i predškolske dobi kao i sa ostalim prednostima u članjenja u grupne sportske aktivnosti među kojima ističemo Društvo športske rekreacije „Dite Zadarsko“, Kyudo klub Yumi, Triatlon klub Zadar i Atletski športski klub Zadar.



Kroz sustav korporativne filantropije poduprli smo aktivnosti institucija na lokalnoj razini posebno u zajednicama u kojima poslujemo među kojima ističemo obnovu dječjeg igrališta u mjestu Sv. Filip i Jakov, u istoimenoj općini, čije je uređenje kompanija sufinacirala zajedno sa Općinom Sv. Filip i Jakov. Također, ističemo i pomoć u nabavci opreme za Dječji vrtić Tulipan u Općini Polača. Također, poduprli smo Mjesni odbor Mrljane u njihovim aktivnostima obnove dvaju dječjih igrališta, a u gradu Biogradu na Moru poduprli smo aktivnosti Osnovne škole Biograd na Moru i Dobrovoljnog vatrogasnog društva Biograd na Moru. Kompanija je podršku pružila brojnim kulturno umjetničkim društvima i programima iz kulture poput Festivala suvremenog plesa – Monoplay, aktivnosti Matice Hrvatske – Ogranak u Zadru, kulturne manifestacije Na vr' sela i večerima klapske pjesme „Kamena Dalmacija“, a također je poduprla i sportske aktivnosti mladih poput košarkaškog kluba Gimnazije „Frane Petrić“ iz Zadra, pobjednicima košarkaškog prvenstva srednjih škola u Hrvatskoj, u njihovom sudjelovanju na Svjetskom košarkaškom prvenstvu srednjih škola organiziranom na Kreti i školu nogometa HNK Primorac iz Biograda.

Kompanija osim što podupire brojne aktivnosti humanitarnog karaktera također svojim poslovnim aktivnostima podupire i inicira događaje u svojim objektima (Arsenal u Zadru i Poslovno-trgovački centar City Galleria) u svrhu razvoja ukupne ponude kompanije odnosno destinacije, te jačanja sveukupne prepoznatljivost ponude kompanije. Uzimajući u obzir navedeno, među brojnim aktivnostima u 2018. godini, u Poslovno-trgovačkom centru izdajamo „Plesni karneval“ u suradnji sa lokalnim dječjim plesnim udrugama Gesta, Antis i In Flux, „Proljetnu glazbenu čaroliju“ u suradnji sa dječjim zborom Libreto; „Generation Next“ dječje beat-box plesne borbe; „I. Golden Voice“ otvoreno pjevačko natjecanje za djecu uz stručno vodstvo glazbenih mentora; nastavak višegodišnje suradnje u održavanju turnira u uličnoj košarci „Basket Tour“, „Sportski dan“ u suradnji sa partnerima Zdrava navika i In-door cycling Zadar; lutkarske i klaun predstave; kao i brojna druga događanja. Iz navedenog je vidljivo kako nastojimo što više aktivnosti u centru organizirati u suradnji sa lokalnom zajednicom, umjetničkim i sportskim udrugama s područja Zadarske županije koje su okrenute suradnji s djecom školske i predškolske dobi, te domaćim kulturnim ustanovama i ostalim potencijalnim partnerima čime Poslovno-trgovački centar City Galleria aktivno doprinosi zajednici u kojoj posluje.

Također, i u Arsenalu smo kroz ustupanje prostora i logističku potporu podržali događanje bilo humanitarnog ili šireg društvenog značaja poput velikog humanitarnog koncerta u organizaciji udruge 'Put' Zadar za pomoć bolesnima i onima u potrebi, a uz to već jedanaest godina podržavamo aktivnosti Udruge tjelesnih invalida Zadarske županije, koja broji preko 800 članova, čiji članovi okupljanjem u Arsenalu Međunarodnog dana osoba s invaliditetom, 03.12.

Doprinos razvoju i prepoznatljivosti destinacija

Posebno ističemo doprinos razvoju destinaciju i njihovoj prepoznatljivosti kroz organizaciju manifestacija i ponudu sadržaja i programa u vlastitoj organizaciji i vlastiti objektima i kapacitetima:

1.

Biograd Boat Show – vodeći međunarodnog jesenskog nautički sajma u Hrvatskoj i široj regiji i centrlano mjesto okupljanja svih segmenata nautičke industrije i turizma doprinosi razvoju i prepoznatljivosti hrvatske nautičke industrije i turizma čije je pokretanje prije devetnaest godine značajno doprinjelo produženje glavne turističke sezone u Biogradu na Moru do kraja mjeseca listopada.

2.

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

3.

Aquatic centar – ima značajnu ulogu pri razvoju ponude destinacije Biograda na Moru sa osmišljenim bogatim glazbenim, sportskim i zabavnim sadržajima. 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.

Dodatnu vrijednost razvoju destinacije daju i animatori kompanije koji dižu razinu turističke usluge na način da gosti mogu svaki dan uživati u aktivnostima unutar i izvan bazena. Uz animacijske sadržaje na Aquatic centru odvijaju se i događaji u organizaciji lokalnih udruženja poput Ljetnog karnevala i Biograjskih litnjih igara.



Aquatic centar



Bike&Wine Tour



Biograd Boat Show

Arsenal u Zadru - posebno ističemo doprinos zajednici kroz revitalizaciju Arsenal, spomenika nulte kategorije u Zadru koji datira iz 17. stoljeća kad je sagrađen kao vojno skladište, a proširen je i nadograđen 1752. godine. Danas je jedan od samo sedam sačuvanih objekata te vrste koji je 2005. godine preuređen po konceptu „gradski trg u zatvorenom“ podijelivši jedinstveni prostor ukupne površine od 1800 m² na ugostiteljsko-prezentacijski, izložbeni, trgovački i turističko-informacijski dio - stvorivši 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.

Ovaj jedinstven proizvod mediteranske arhitekture revitaliziran u funkcionalni spoj kulturne, ugostiteljske i event ponude, uspješno njeguje ulogu mjesta susreta ljudi različitih interesa započetu prije nekoliko stotina godina.

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. U 2005. godine zaključno do 2018. godine u Arsenalu je održano 1838 događaja na kojima je sudjelovalo preko 366.000 posjetitelja. Gotova većina javnih događanja odvija se u razdoblju od mjeseca rujna do kraja mjeseca svibnja čime doprinosimo razvoju kulturnog i društvenog ponude grada Zadra i pripadajuće mu regije van turističke sezone. Tijekom 2018. godine, u Arsenalu se održalo ukupno 120 događanja, što je 1,7% više u odnosu na 2017. godinu, sa 36.430 posjetitelja posjetitelja što je rast od 3,28% u broju osoba. Uvedena su osvježanja u javni program Arsenal, poput prikazivanja popularnih predstava zagrebačkih teatar, stand-up nastupi najpoznatijih hrvatskih komičara, 15 koncerata godišnje u vlastitoj organizaciji od kojih posebno izdvajamo već tradicionalne koncerte za Božić i Uskrs, sajamskih događanja poput tradicionalnog Festivala vjenčanja, Tuna, Wine & Sushi festivala, Vinskog festivala, Sajma stipendija i viskog obrazovanja, Sajma poslova, edukacijskeradionice i sl., što je ujedno i smjer kojim će Arsenal, uz postojeća događanja, širiti svoj vid ponude i u idućim godinama.



Eventi



Glazbena događanja

Arsenal

- centar događanja regije
2005.-2018.

1838 događaja
366.000 posjetitelja



MICE



Kultura



IV Okolišne teme

1. Upravljanje okolišem

Kao odgovorni poslovni sustav svijesni da svojim poslovnim aktivnosti utječemo na okoliš stoga je očuvanje i zaštita okoliša, očuvanje bioraznolikosti, onemogućavanje zagađivanja odnosno svođenje istog na najmanju moguću mjeru i smanjenje štetnih utjecaja na okoliš stoga zaštitu okoliša postavljamo kao našu dugoročnu obvezu. Slijedom navedenog okolišne teme (energija, voda, otpadne vode i otpad i pridržavanje propisa zaštite okoliša) su materijalne za Iliriju obzirom na njihov učinak na ekonomske, okolišne i društvene utjecaje kompanije.

U Iliriji zaštita okoliša podrazumijeva racionalno gospodarenje svim resursima vezanim za okoliš i težnju dostizanja ciljeva iz zaštite okoliša koji će osigurati smanjenje negativnih efekata naše djelatnosti na okolinu, prirodna dobra i kulturnu baštinu. Samo tako okoliš može biti očuvan za buduće generacije.

Slijedom navedenog unutar kompanije imenovan je voditelj Zaštite okoliša koji je za svoj rad odgovoran Upravi. Na godišnjoj razini izrađuje planove i aktivnosti sa utvrđenim ciljevima na razini cijelog poslovnog sustava, ali i svakog sektora pojedinačno uvažavajući njihove posebnosti i operativnu prirodu poslovne aktivnosti. Ilirija ima jasno definiranu politiku upravljanja okolišem kao temeljni dokument u kojem su definirani ciljevi iz područja zaštite okoliša i koja se provodi sustavno, odgovorno i održivo. Implementacija politike zaštite okoliša omogućila je da s jedne strane optimalno smanjujemo negativne utjecaje turističke djelatnosti na okoliš i prirodu, a s druge strane da se kvalitetno, odgovorno i održivo upravljamo okolišem i prirodnim resursima.

Pored voditelja Zaštite okoliša unutar kompanije i imenovan je predstavnik Uprave za zaštitu okoliša s ovlastima i odgovornostima da:

- osigura da su procesi potrebni za sustav upravljanja kvalitetom i okolišem su uspostavljeni, primijenjeni i održavani,
- izvještava upravu o funkcioniranju sustava upravljanja kvalitetom i okolišem i o bilo kakvoj potrebi za poboljšavanjem,
- osigura promicanje svijesti o zahtjevima kupaca kroz cijelu organizaciju,
- kontaktira, kada je potrebno, s vanjskim stranama o pitanjima koja se odnose na sustav upravljanja kvalitetom i okolišem.

Zbog naše opredjeljenosti ka 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 zakonska obveza.

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 odnosa s okolišem. Uspostavljanjem sustava upravljanja okolišem jamčimo da su sva pitanja upravljanja okolišem koja su u svezi s našom djelatnošću, pod stalnim nadzorom i sve potencijalno negativne utjecaje svojih poslovnih aktivnosti vezanih uz okoliš, svodimo na najmanju moguću mjeru.

Uz ekološke standarde Ilirija d.d je u 2013. godini Ilirija d.d. je nastavila sa ulaganjem u podizanje kvalitete unapređenje vlastitih poslovnih procesa uspostavljanjem i certifikacijom sustava upravljanja kvalitetom prema normi ISO 9001:2008.

U mjesecu kolovozu izvršen je prijelaz odnosno tranzicija na novu normu sustava upravljanja kvalitetom ISO 9001:2015 i sustava upravljanja okolišem ISO 14001:2015. Nova norma kvalitete ISO 9001:2015 omogućuje veću integraciju sustava upravljanja kvalitetom u ključne procese organizacije i snažniju ulogu najvišeg posloводства u sustavu upravljanja kroz vođenje i opredjeljenje. ISO 14001:2015 predstavlja treću reviziju norme ISO 14001 i prvu cjelovitu reviziju norme nakon prvog izdanja. Revizija ove norme bila je usmjerena na razvoj održivog poslovanja uvođenjem koncepta „životnog ciklusa proizvoda i usluga“, povećanjem očekivanja zainteresiranih strana i drugim sličnim zahtjevima.



Zeleni ključ je program certificiranja smještajnih kapaciteta sa svrhom povećanja svijesti vlasnika, osoblja i klijenata o potrebi zaštite okoliša i potrebi promicanja održivog razvoja. Zeleni ključ se dodjeljuje smještajnim objektima koji smanjuju negativne učinke na okoliš kroz: optimalizaciju potrošnje energenata, gospodarenje otpadom, educiranje gostiju i zaposlenika o najznačajnijim aspektima održivog razvoja i zaštite okoliša. 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 dodijelu ove ekološke markice.



Nakon uspješno provedenog audita u mjesecu rujnu 2015. godine kampu „Parku Soline“ dodijeljen je međunarodni certifikat „**Ecocamping**“. Članstvom u Ecocamping mreži, koju čini preko 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 dodijeljena Marini Kornati 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 obavješćivanja javnosti, kada je u pitanju briga za more i obalni pojas, a posebno kada je u pitanju briga za obalne prostore koji trpe najjači pritisak, a to su upravo plaže i marine. Marina Kornati nositelj je Plave zastave od 2004.

2. Edukacija

Polazeći od toga da je briga za okoliš ujedno i briga za našu budućnost redovito tijekom godine educiramo: (I) zaposlenike, (II) goste i (III) članove naše zajednice.

1.

Tijekom operativnih procesa, educiraju se djelatnici, individualno ili grupno, o održivosti i njihovom pridonosu zaštiti okoliša, i već se kroz rad uče pravilnom rukovanju kemikalijama, štednji energije i resursa ili pravilnom razvrstavanju otpada. Ukoliko se ukaže potreba, djelatnici se šalju i na pohađanje vanjskih tečajeva, seminara ili složenijih školovanja o određenom aspektu.

2.

Značajne su edukacijske aktivnosti usmjerene i prema gostima. Najmlađi gosti su najviše kroz dječje radionice uključeni i educirani o raznim ekološkim temama. U suradnji sa animatorima obilježavamo ekološki značajne datume učeći najmlađe o pojmovima bitnim za zaštitu okoliša i očuvanje prirode razvijajući im ekološku svijest. Svake srijede tijekom turističke sezone animatori cijeli dan posvete ekološkim temama i radionicama gdje najmlađim gostima potiču ekološku savjesnost („Eco day“).

3.

Obilježavanje 22. međunarodne Noći šišmiša organizirano je u kampu „Park Soline“ u suradnji sa Parkom prirode Vransko jezero na kojima je u nizu edukativnih, interaktivnih radionica i predavanja sudjelovalo preko 30-tak djece 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 tombole i šišmišji disko.

U rujnu 2018. godine u Marini Kornati proveden je edukacijski projekt pod nazivom „**Biootpad**“ za učenike Medicinske škole „Ante Kuzmanić“ iz Zadra, a sve s ciljem razvijanja znanja o vrstama biootpada i kompostiranju. Iste godine, **Udruga Lijepa Naša i Henkel Croatia** donijele su odluku da nagrade Iliriju d.d. prigodnom novčanom nagradom za najbolje organiziran Projektni dan 2018. na temu "Biootpad".



+227,66%

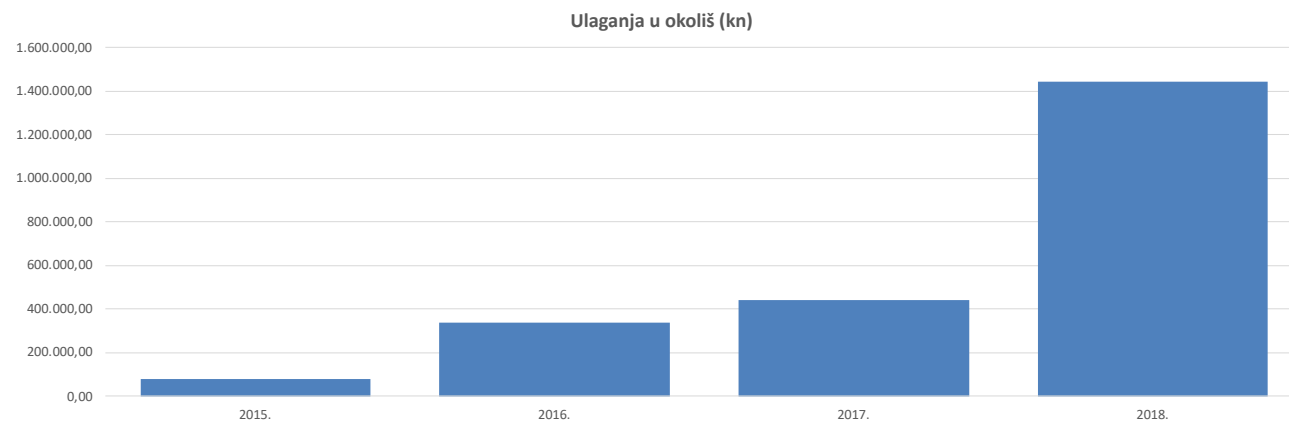
Ulaganja u okoliš

Kompanija je izgradila zatvoreni bazen, korisne površine cca 500m², zajedno sa pratećim sadržajima u koji je uvedena umjesto uobičajenog, kemijskog tretmana bazenskih voda kemikalijama među kojima prednjače spojevi klora, primjena UV zračenja u obliku UV lampi. Ova tehnologija osigurava visok dezinfekcijsku učinkovitost pored toga nema toksično djelovanje, a postepeno smanjuje i količinu do tada korištenih kemikalija.

3. Ulaganje u okoliš

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

U poslovnoj godini 2018. investirano je 1.445.109,00 kuna u očuvanje okoliša koja se odnose na dostizanje međunarodnih standarda na području zaštite okoliša, tehnička unapređenja i poboljšanja na području zaštite okoliša posebno kroz rekonstrukciju kotlovnice hotela Ilirija i Adriatic, odnosno zamijenu kompletno svih instalacija sa novim kondenzacijskim kotlom te prelazak sa tekućeg goriva kao energenta na prirodni plin čime je omogućeno grijanje tople vode, prostora hotela i bazena ekološki prihvatljivijim energentom. Također, kuhinje oba hotela prešle su sa UNP-a na prirodni plin.





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 obzirom na njen učinak na ekonomske, okolišne i društvene utjecaje kompanije čije granice su na lokalnoj i regionalnoj razini odnosno isključivo u njenim objektima. Kao energenti troše se električna energija, loživo ulje, propan-butan, ukapljeni naftni i zemni plin.

Prelaskom na prirodni plin u objektima gdje je još uvijek u upotrebi loživo ulje pokušava se smanjiti ukupna emisija štetnih plinova i ostvariti prelaz na čistiji energent. Tijekom izvještajnog razdoblja prelazak na prirodni plin kao energent ostvario se u tri hotela u Biogradu na Moru.

Svjesni svoje potrošnje energenta unutar zajednice u kojoj djelujemo, analiziramo i planiramo svoje investicije i prilagođavamo procese kako bi se štetni dio našeg utjecaja smanjio. Potrošnju energije pratimo dnevno i mjesečno. Službe održavanja svakodnevno obilaze mjerna mjesta (brojila) gore navedenih energenata i o tome vode interni zapis. Ovo omogućuje vrlo brzu reakciju u slučaju prekomjerne odnosno neuobičajne potrošnje. Na mjesečnoj bazi se tablično vodi potrošnja energenta/resursa na temelju ovjerenih faktura opskrbljivača, koja omogućuje usporedbe sa istim razdobljima proteklih godina. Unose se podaci za energente/resurse u jedinicama u kojima se kupuju.

Praćenjem ukupne potrošnje, izrađuju se unutra sustava upravljanja okolišem godišnji ciljevi smanjenja ili racionalizacije energenta/resursa iz kojih proizlaze planirane investicija ili aktivnosti koje će doprinjeti provedbi ciljeva. Na kraju godine ocjenjuje se realizacija postavljenih ciljeva i postavljaju novi. Ovakav način upravljanja pretočen je u već spomenuti sustav upravljanja okolišem prema normi ISO 14001, dok kompanija za sada nema sustav upravljanja energijom i standardne operativne procedure za isti.

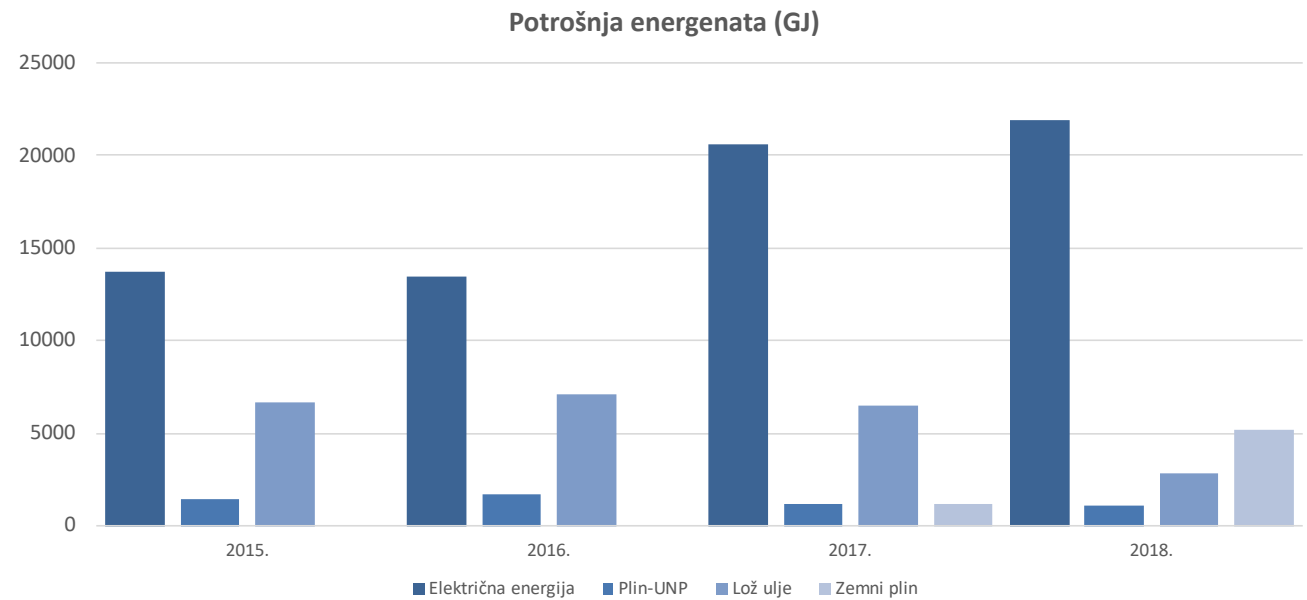
Službe održavanja na lokacijama vode brigu i o instaliranim, velikim i malim potrošačima energije/resursa. Vršer interne preventivne preglede, uz vanjske koji su obvezni, te aktivno sudjeluju u zamjenama postojećih trošila sukladno planovima tekućih održavanja i investicija. U svrhu bolje energetske učinkovitosti prilikom izbora novih uređaja, odnosno trošila, pazi se na energetska učinkovitost istih.

Značajne investicije prelaska na čistiji energent - zemni plin, obilježile su 2018. U hotelima lociranim u Biogradu na Moru potpuno su zamjenjene kotlovnice i popratna infrastruktura koja je dosada bila namjenjena ekološki lošijem izboru energenta, lož ulju. Ovom investicijom ponovno se obilježava naša orijentiranost očuvanju okoliša kroz manje ispuštanje ugljikovog dioksida kod sagorijevanja zemnog plina, zbog čega se ovaj energent i smatra najčišćim fosilnim gorivom. Svakodnevne male investicije, zamjene dijelova, održavanja te edukacija zaposlenika unutar sustava upravljanja okolišem, usmjerena su ka osvještenijem, ekološkom načinu razmišljanja. Tako se primjerice u našim smještajnim kapacitetima okrećemo postepenoj zamjeni postojećih rasvjetnih tijela led žaruljama, a kroz male ekološke poruke u smještaju, svojim gostima približavamo našu ekološku misiju.

Ukupna potrošnja energije unutar organizacije iskazana u GJ

Energent (GJ)	2015.	2016.	2017.	2018.
Električna energija	13720.16	13462.67	20638.24	21892.36
Plin-UNP	1491.4	1718.46	1171.35	1118.12
Lož ulje	6722.41	7096.64	6507.11	2807.25
Zemni plin	0	0	1152.95	5156.43
Ukupno	21933.97	22277.77	29469.65	30974.16

Povećana potrošnja električne energije u 2018. odraz je povećanja opsega poslovanja, odnosno broja noćenja u smještajnom kapacitetu kampa i hotela.



Razlog povećane potrošnje energenata:



Povećani opseg poslovanja



Povećanje smještajnih kapaciteta



Novi sadržaji i unapređenje infrastrukture

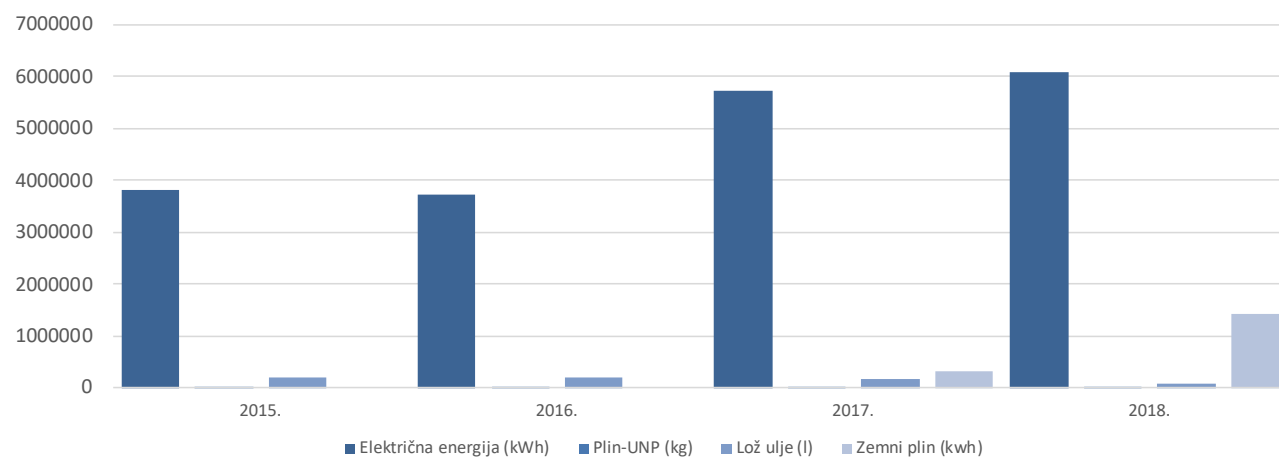


Razvoj cjelogodišnjeg poslovanja i ranijeg otvaranja objekata

Ukupna potrošnja energije unutar organizacije iskazana u izvornim mjernim jedinicama

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

Potrošnja energenata u mjernim jedinicama



Potrošnja energenata u 2018. godini rasla je za iz nekoliko razloga od koji je rastu zasigurno najviše pridonio (I) povećan opseg poslovanja obzirom da je poslovna godina 2018. do sada nabolja poslovna godina kompanije, (II) potom povećanjem smještajnih kapaciteta, (III) izgradnjom dodatanih sadržaja i unapređenjem postojeće infrastrukture, a (IV) velikim dijelom razvojem cjelogodišnjeg poslovanja kroz destinacijsku menadžment kompaniju Iliriju Travel što je doprinjelo produženju glavne sezone odnosno ranijem otvaranju pojedinih objekata.



Potrošnja energije izvan organizacije

-18,93%



Koristi energiju iz obnovljivih izvora
ZelEn

Električna energija

Električna energija koja se troši u objektima Ilirije iz obnovljivih je izvora što potvrđujemo i Hep-ovim certifikatom Zelene energije – ZelEn. Zelen je energija dobivena isključivo iz obnovljivih izvora, a Ilirija kao društveno odgovoran poslovni sustav dio je ZelEn projekta od njegovih početaka. Sudjelovanjem u ZelEn projektu s jedne strane maksimalno smanjujemo negativne efekte turističke djelatnosti na okoliš i prirodu, a s druge strane kvalitetno, odgovorno i održivo upravljamo prirodom i okolišem u našem okruženju

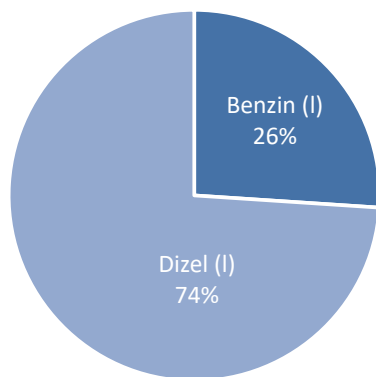
Godina	2015.	2016.	2017.	2018.
Ukupna potrošnja el.energije po sektorima	GJ	GJ	GJ	GJ
Hotelijerstvo	7352,59	7387,71	7805,8	8 338,13
Kamping	2328,58	2217,07	2681,11	2 690,99
Nautika	2848,92	2779,2	2945,22	2 906,59
Ostalo	1190,07	1078,69	7206,11	7 956,64
Ukupno	21933.97	22277.77	29469.65	30974.16

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.
Osobni automobili	115416	77929	78460	59092
Radna vozila i strojevi	43157	40051	47647	51532
Brod Nada	20804	14215	29552	15237
Ostala plovila	19222	10707	11858	9941
Ukupno	198599	142902	167517	135802

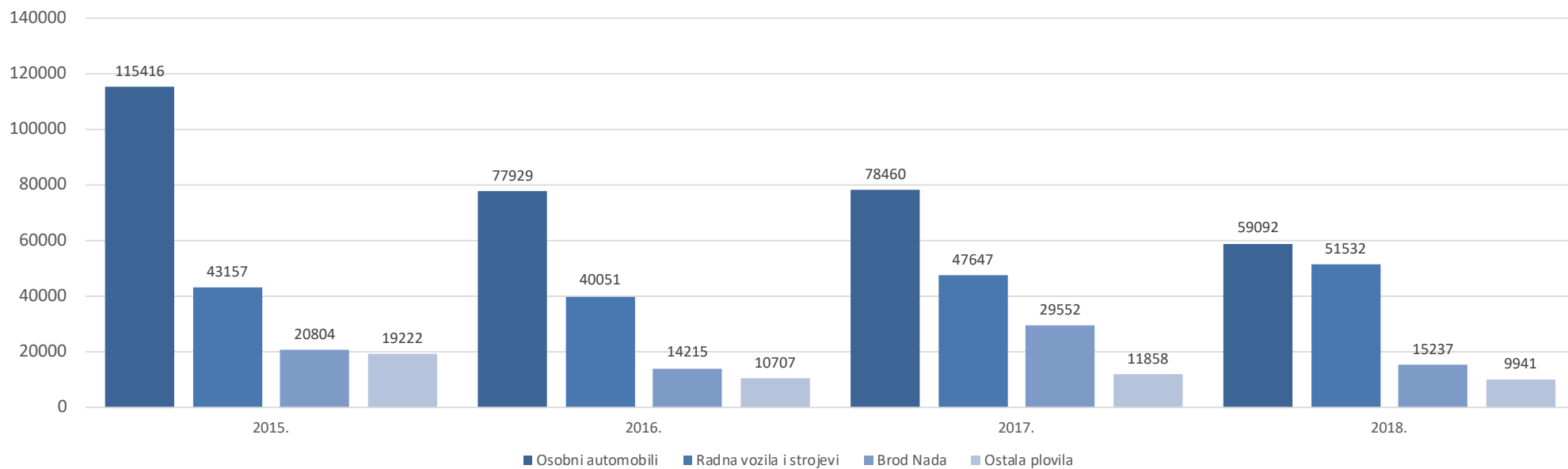
Odnos potrošnje goriva u 2018. godini



■ Benzin (I) ■ Dizel (I)



Potrošnja goriva za vozila (I)



Energetski intezitet

Energetski intezitet 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.		
Ukupna potrošnja el.energije po sektorima	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	7387,71	131.424	0,056	7.805,8	138.788	0,056	8.331,00	144.745	0,057
Kamping	2.328,58	260.579	0,009	2217,07	258.110	0,008	2.681,11	283.069	0,009	2.691,00	302.845	0,009
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	0,066

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

Godina	2015.			2016.			2017.			2018.		
Ukupna potrošnja el.energije po sektorima	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

Potrošnja plina (UNP) po sektorima poslovanja u razdoblju od 2015.-2018. godine

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



+337%

Potrošnja zemnog plina



Sva 3 hotela

u Biogradu na Moru su plinificirani

Smanjenje ukupne potrošnje ukapljenog naftnog plina (UNP) u 2018. godini nastupilo je zbog prelaska na zemni objekta u sektoru hotelijerstva i značajnog smanjenja potrošnje u nautičkom sektoru.

Godina	2015.			2016.			2017.			2018.		
Ukupna potrošnja plina UNP po sektorima	GJ	Broj noćenja	Energetski intenzitet	GJ	Broj noćenja	Energetski intenzitet	GJ	Broj noćenja	Energetski intenzitet	GJ	Broj noćenja	Energetski intenzitet
Hotelijerstvo	681.62	130643	0.005	814.9	131424	0.006	422.1	138788	0.003	296.1	144745	0.002
Kamping	531.45	260579	0.002	568.31	258110	0.002	590.08	283069	0.002	657.36	302845	0.002
Ukupno (Hotelijerstvo i kamping)	1213.07	391222	0.003	1383.21	389534	0.003	1012.18	421857	0.002	953.46	447590	0.004

Potrošnja plina (UNP) iskazana kroz noćenja u hotelijerstvu i kampu

Godina	2015.			2016.			2017.			2018.		
Ukupna potrošnja plina UNP po sektorima	GJ	Broj vezova	Energetski intenzitet	GJ	Broj vezova	Energetski intenzitet	GJ	Broj vezova	Energetski intenzitet	GJ	Broj vezova	Energetski intenzitet
Nautika	248.63	805	0.3	312.75	805	0.38	137.52	805	0.17	148.005	805	0.18

Omjer utrošenog zemnog plina po noćenju u hotelijerstvu

Godina	2018.		
Ukupna potrošnja el.energije po sektorima	GJ	Broj noćenja	Energetski intenzitet
Hotelijerstvo	5156.43	144745	0.03

Stalna opredjeljenost za zaštitu okoliša i održivo korištenje prirodnih resursa te svođenje onečišćenja na najmanju moguću mjeru odrednice su politike kvalitete i okoliša kompanije koje su u 2018. godini rezultirale nastavkom investicijskih ulaganja u korištenje čistijih energenata odnosno u daljnji proces plinifikacije. U navedenom razdoblju pored izvršena je kompletna rekonstrukcija kotlovnica hotela Ilirije i hotela Adriatic čime su uz hotel Kornati, koji je prešao na zemni plin u 2017. godini, sva tri hotela u destinaciji Biograd na Moru plinificirana.

5. Voda

Pitka voda jedan je od najbitnijih resursa koji koristimo. Neophodan je element, a korištenje vode direktno utječe na okolišne i ekonomske pokazatelje. Svi kapaciteti opskrbljuju se pitkom vodom iz lokalnih vodovoda. Time označuje i granice našeg djelovanja na lokalnoj odnosno regionalnoj razini, a za navodnjavanje hortikulturalnih odnosno zelenih površina u kampu se od 2013. godine, sustavom kap na kap, koristi voda iz vlastite bušotine koja posjeduje važeći vodopravni akt s definiranom količinom vode koja se smije crpiti. Svake godine iskoristi se samo dozvoljena količina, što je u kampu ključno zbog održavanja stotine posađenih biljnih vrsta koje doprinose realizaciji u dijelu hortikulturalnog oblikovanja kamp u park. O iscrpljenim količinama vode iz bušotine vodi se pripadajuća dokumentacija i dostavlja nadležnim institucijama područja. Tijekom ljetne sezone, ispitujemo vodu, putem ovlaštenog laboratorija, čime indirektno pratimo efekt crpljenja na kvalitetu vode kojom zalijevamo sadnice. 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.

Pristup upravljanja vodom:

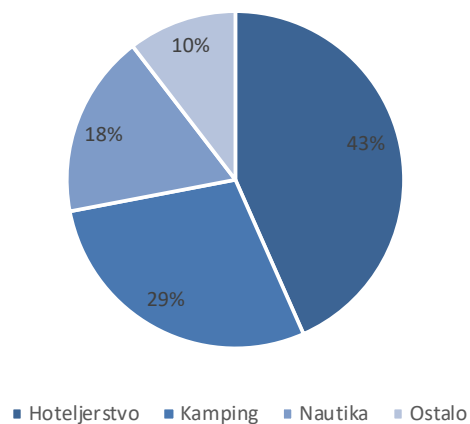
- dnevna i mjesečna kontrola na razini pojedinog objekta i cjelokupne kompanije,
- korištenje vode iz bušotine za navodnjavanje hortikulturalnih površina u kampu,
- ispuštanje otpadne vode koja nastaje je kontrolirano što potvrđuju važeći vodopravni akti,
- redovito tehničko održavanje i pregledi vodoopskrbnih instalacija, i
- edukacija zaposlenika i gostiju.

Sukladno zakonskim propisima, ishoduju se i redovno obnavljaju vodopravne dozvole za lokacije koje zbog prirode poslovanja i kakvoće otpadnih voda to zahtijevaju. Tako je primjerice vodopravna dozvola i dalje važeća za Marinu Kornati zbog procesa u servisnoj zoni kojima na toj lokaciji nastaje otpadna voda. Od 2017. kamp i tri hotela oslobođena su obnavljanja vodopravnih dozvola jer im je dodijeljeno trajnije 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 potvrdilo višegodišnji trud oko pomnog praćenja i poboljšanja kvalitete ispuštene otpadne vode jer u izvještajnom razdoblju granične vrijednosti ispitanih pokazatelja kakvoće ovih voda nisu niti jednom prelazile maksimalne dopuštene količine.

Službe održavanja na lokacijama preventivno kontroliraju interne vodoopskrbne instalacije i sudjeluju aktivno u smanjenju potrošnje pitke vode. Tako su u cilju smanjenja potrošnje pitke vode u kampu „Park Soline“ i hotelima postavljeni štedni perlatori na slavine ili tuševe. U 2018. u potpunosti je kroz manje, ali brojne popravke i preinake rekonstruiran i sustav navodnjavanja zelenih površina u kampu koji u potpunosti crpi podzemnu vodu iz vlastite bušotine a ne pitku iz vodoopskrbnog sustava.

Potrošnja vode prati se mjerenjem odnosno očitavanjem utrošenih količina vode direktno, na vodomjerima o čemu se vode interni zapisi. Na mjesečnoj bazi se vodi detaljna analiza potrošnje vode na temelju ovjerenih faktura opskrbljivača, koja omogućuje usporedbe s istim razdobljima proteklih godina.

2018.

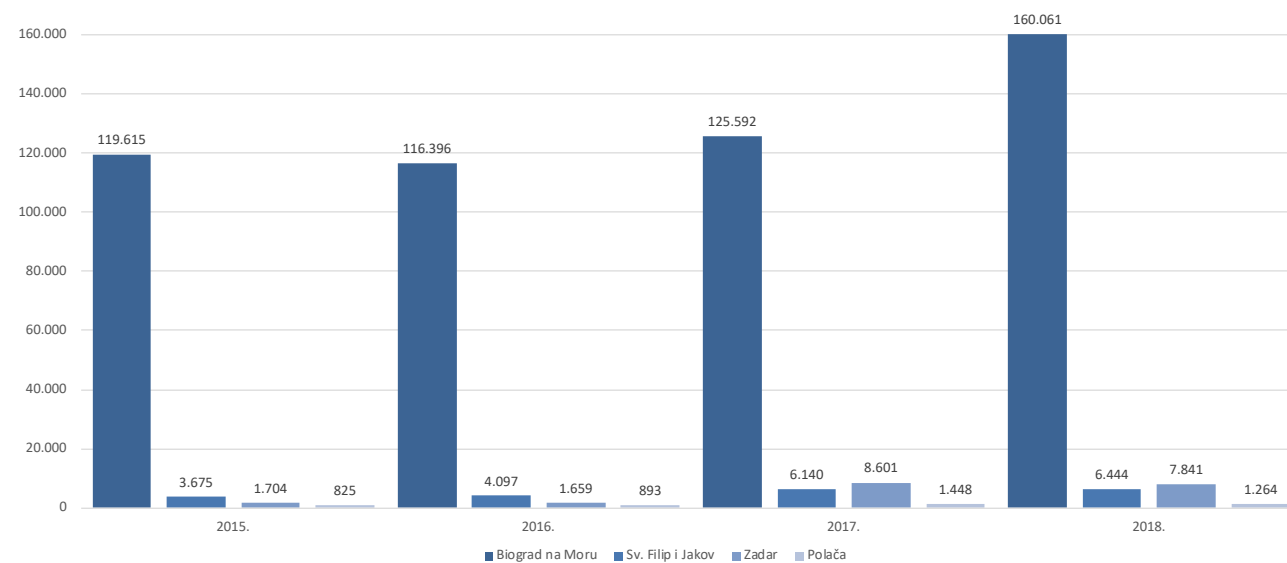


Pregled potrošnje vode po sektorima

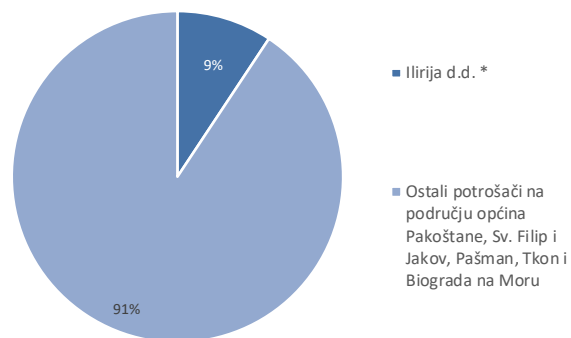
Ukupna potrošnja vode (m ³)	2015.	2016.	2017.	2018.
Hotelijerstvo	38298	36099	44521	76179
Kamping	45805	47951	54364	50253
Nautika	34808	30740	26101	30857
Ostalo	6908	8255	16795	18321
Ukupno	125819	123045	141781	175610

Potrošnja vode nastavila je rasti i u 2018. godini uslijed povećanja opsega poslovanja, izgradnje dodatnih sadržaja odnosno unutarnjeg bazena u sektoru hotelijerstva, unutar kojeg je ostvarena najveća potrošnja vode, i povećanja smještajnih kapaciteta.

Ukupna potrošnja vode u m³ po lokacijama



Isporučene količine vode m³



Profitni centri na lokacijama u Biogradu na Moru i Sv. Filip i Jakovu ukupno su potrošili 165.252 m³ vode iz lokalnog vodovoda odnosno 9,32 % ukupne potrošnje vode u iz lokalnog vodovoda, koji obuhvaća područje grada Biograda na Moru i obližnjih općina.

Isporučene količine vode*	m ³	Udio (%)
Ilirija d.d. **	165.252	9,32%
Ostali potrošači na području općina Pakoštane, Sv. Filip i Jakov, Pašman, Tkon i Biograda na Moru	1.608.297	90,68%

*Izvor podataka: Komunalac d.o.o.

**Nisu uključeni profitni centri u Zadru i Polači



Ilijirija unutar sektora kampinga odnosno kampa „Park Soline“ za navodnjavanje hortikulturnih površina koristi vodu iz vlastite bušotine čija je potrošnja smanjena za 55,56% kao rezultat kompletne rekonstrukcije sustava navodnjavanja hortikulturnih površina u kampu.

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

Omjer utrošene pitke vode po broju noćenja u hotelijerstvu i kampingu u razdoblju od 2015.-2018.

Ukupna potrošnja vode (m ³)	2015.			2016.			2017.			2018.		
	m ³	Noćenja	m ³ Noćenja	m ³	Noćenja	m ³ Noćenja	m ³	Noćenja	m ³ Noćenja	m ³	Noćenja	m ³ Noćenja
Ukupna potrošnja vode po sektorima												
Hotelijerstvo	38298	130643	0,29	36099	131424	0,27	44521	138788	0,32	76179	144745	0,52
Kamping	45805	260579	0,18	47951	258110	0,18	54364	283069	0,19	50253	302845	0,17
Ukupno (Hotelijerstvo i kamping)	84103	391222	0,21	84050	389534	0,21	98885	421857	0,23	126432	447590	0,35

Omjer utrošene pitke vode po broju vezova u nautici u razdoblju od 2015.-2018.

Ukupna potrošnja vode (m ³)	2015.			2016.			2017.			2018.		
	m ³	Broj vezova	m ³ Broj vezova	m ³	Broj vezova	m ³ Broj vezova	m ³	Broj vezova	m ³ Broj vezova	m ³	Broj vezova	m ³ Broj vezova
Ukupna potrošnja vode po sektorima												
Nautika	34.808,00	805	43,23	30.740,00	805	38,18	26.101,00	805	32,42	30857	805	38,33

6. Otpadne vode i otpad

Otpadne vode

Pristup upravljanja otpadnim vodama:

- ispuštanje otpadnih voda je kontrolirano,
- redovita kontrola ispravnosti fizikalno-kemijskih pročišćivača i separatora,
- kontrola kroz sustav upravljanja kroz ažurno vođenje sve dokumentacije
- kontinuirana i redovita ispitivanja putem ovlaštenih laboratorija,
- kamp „Park Soline“ jedan od rijetkih kampova priključen u sustav javne gradske odvodnje

Prije ispuštanja u gradsku kanalizaciju na lokacijama na kojima se nalaze naši objekti sve otpadne vode velikih objekata prolaze neku vrstu predobrade odnosno pročišćavanja, isto je ujedno i granica utjecaja kompanije u dijelu otpadnih voda.

Tako primjerice tehnološka otpadna voda nastala na pralištu brodova u Marini Kornati prolazi kroz fizikalno-kemijski pročišćivač prije ispusta. Ovaj se pročišćivač redovito održava, a kakvoća ispuštene vode provjerava se putem ovlaštenog laboratorija onoliko učestalo koliko to vodopravna dozvola propisuje. Služba održavanja na lokaciji svakodnevno kontrolira pročišćivač i mjeri količine utrošenih kemikalija kada pročišćivač radi. Vanjski serviser najmanje jednom godišnje dolazi u kontrolu istoga. Sukladno njegovim preporukama redovito se mjenjaju dotrajali dijelovi ili zamjenjuju postojeći sa boljim, novijim, učinkovitijim. Do sada, a time i u izvještajnom razdoblju, nije bilo zapisa a niti pritužbi o bilo kakvom akcidentalnom ispustu ili ispuštanju otpadne tehnološke vode neprihvatljivog sastava odnosno kakvoće. Marina Kornati je dapače, ponosni nositelj međunarodnog programa Plave zastave već petnaestu godinu za redom.

Ugostiteljski kapaciteti naših hotela, kampa i marine imaju instalirane mehaničko-fizikalne, separatore jestivih ulja i masti koje redovito kontroliraju interne službe održavanja, i vanjske ovlaštene tvrtke. Separatore imaju i uređene parkirališne površine naših objekata. Ovlaštene tvrtke zadužene su i za čišćenje istih najmanje jednom godišnje, a prema potrebi i češće. Otpad nastao tijekom bilo kakve predobrade ispuštenih otpadnih voda (muljevi ili zauljene, opterećene vode) zbrinjavaju ovlaštene tvrtke o čemu se vode zapisi u Službi zaštite okoliša.

Tijekom posljednje tri godine sve su otpadne vode objekata tvrtke ispitivane putem ovlaštenog laboratorija ako je to zahtjevala vodopravna dozvola i granične vrijednosti ispitanih pokazatelja kvalitete odnosno kakvoće vode nisu prelazile maksimalne dopuštene količine.

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 koje se prije ispusta prethodno obrade kroz fizikalno-kemijski pročišćivač.

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.



Kamp „Park Soline“ - jedan od rijetkih kampova koji otpadne vode ispušta u sustav javne odvodnje



Marina Kornati - otpade vode prolaze kroz pročištač



Ugostiteljski objekti imaju instalirane mehaničko-fizikalne separatore

Ukupne zahvaćene vode (m ³)*	178929
Vode iz lokalnih vodovoda (m ³)	175610
Podzemna bušotina (m ³)	3319

Ispuštene otpadne vode prema odredištu (m ³)*	
Sustav javne odvodnje(m ³)	139994,1
More (nakon obrade u pročištaču)	437,5
Ispust u teren (navodnjavanje/zalijevanje sportskih terena)	10198

*Podaci se odnose na 2018. godinu

Ukupna količina ispuštene otpadne vode u sustav javne odvodnje dobivena je procjenom obzirom na ukupnu zahvaćenu količinu vode iz vodopskrbnog sustava. Ukupne količine potrebne za navodnjavanje i zalijevanje sportskih terena dobivene su procjenom obzirom na potrošnju vode očitane na brojilima (vodomjerima). Za potrebe pranja brodova u nautičkom sektoru također je uzeta prosječna potrošnja vode po opranom brodu. Otpadna voda koja nastaje u praonici procjenjena je prema ključu s obzirom na potrošnju profitnog centra (objekta) u kojemu se praonica nalazi, a koji ima vlastito brojilo (vodomjer).

Otpad

Unutar sustava upravljanja okolišem, velika se pažnja posvećuje **savjesnom upravljanju proizvedenim otpadom u svim objektima**. Svakih nekoliko mjeseci, zbog dinamike poslova, revidira se lista proizvedenih vrsta otpada te se po potrebi zbrinjava i neki novi otpad. U potpunosti se vodi sva propisana dokumentacija o nastanku i tijeku proizvedenog otpada. Putem ovlaštenih tvrtki, otpad se zbrinjava na propisani način. Uvijek provjeravamo jesu li sakupljači ovlašteni odvoziti određenu vrstu otpada, odnosno imaju li potrebne dozvole, i kada dolaze na naše lokacije provjeravamo im urednost vozila, opreme, ažurnost i ostale propisane zahtjeve od naše strane.

Komunalni otpad, glomazni otpad, staklo, papir, plastiku, metal ili po potrebi neki drugi otpad za koji su ovlašteni, zbrinjava lokalno komunalno poduzeće na način da otpad samo preuzimaju i odvoze iz naših objekata, što potvrđujemo ovjerenim pratećim listom. Za sve ostale vrste otpada, neopasni ili opasni, vrijedi isto, ovisno o tvrtki s kojom poslujemo. Sve tvrtke koje odvoze i dalje postupaju s našim otpadom su lokalne, odnosno regionalne, sa sjedištima ili poslovnica u našoj ili susjednoj županiji. Zasada ne pratimo krajnji način obrade ili utjecaj proizvedenih količina otpada s kojim postupaju ovlašteni skupljači, te predajom i preuzimanjem otpada od strane za to ovlaštenih tvrtki je ujedno i prestaje naša odgovornost što je ujedno i krajnja granica našeg utjecaja odnosno materijalne teme.

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



Pregled vrsta opasnog i neopasnog otpada na razini kompanije za 2018. godinu koje su predane ovlaštenim sakupljačima. Količine su dobivene vaganjem ili procjenom.

Otpad	Količina u tonama (t)	Otpad	Količina u tonama (t)
Opasni		Neopasni	
Otpadni tiskarski toneri koji sadrže opasne tvari	0,158	Papir/karton	13,822
Neklorirana hidraulična ulja na bazi minerala	0,01	Plastika (plastična ambalaža)	2,2
Fluorescentne cijevi i ostali otpad koji sadrži živu	0,106	Metal (metalna ambalaža)	6,28
Ostala motorna, strojna i maziva ulja	19,6	Staklo (staklena ambalaža)	0,775
Muljevi iz separatora ulje/voda	2,236	Mješavine betona, cigle, crijepa/pločica i keramike	3,2
Zauljena voda iz separatora ulje/voda	6,05	Zemlja i kamenje	34,2
Ambalaža koja sadrži ostatke opasnih tvari ili je onečišćena opasnim tvarima	2,035	Glomazni otpad	23,9
Apsorbensi, filtarski materijali, tkanine za brisanje i zaštitna odjeća, onečišćeni opasnim tvarima	1,258	Mješavine masti i ulja iz separatora ulje/voda, koje sadrže samo jestivo uljei masnoće	15,7
Filtri za ulje	2,098	Jestiva ulja i masti	3,493
		Biorazgradivi otpad iz kuhinja i kantina	4,706
UKUPNO	33,551	UKUPNO	108,276

7. Pridržavanje propisa zaštite okoliša

Praćenjem i pridržavanjem zakonskih propisa iz područja okoliša kao i poštivanje naše interne Politike zaštite okoliša i kvalitete potvrđujemo temeljnu orijentiranost i težnju da održivo napredujemo. Stalnim preispitivanjem postojećih, ali i novih procesa, uvijek ih prilagođavamo ne samo zakonskim minimumima već i standardima koje smo tijekom godina sami postavili, a koji nadilaze zakonske okvire. Redoviti inspekcijski nadzori nam potvrđuju usklađenost sa zakonskim aktima, dok nam eksterni auditi naših eko markica ili normi služe kao alati kojima poboljšavamo orijentiranost očuvanju okoliša i potvrđuju nam da radimo iznad propisanog.

ISO 14001 samo je jedan od bitnijih sustava koji osigurava da kroz unaprijed postavljene ciljeve pomičemo granice napretka poslovanja koje treba ići u skladu sa zaštitom okoliša. Tijekom 2018. proveden je eksterni nadzorni audit i audit tranzicije norme ISO 14001 gdje nisu utvrđene nesukladnosti.

U periodu od 2016. do 2018. godine nije bilo upozorenja, odnosno kazni ili sankcija tijekom nadležnih inspekcijskih nadzora kojima je utvrđeno nepoštivanje zakona tj. važećih propisa iz područja okoliša. U izvještajnom razdoblju, nije bilo pritužbi od strane dobavljača, gostiju ili građana po pitanju okoliša.

Dosada navedeno potiče nas na još bolje upravljanje u području zaštite okoliša u kojem želimo da svaki naš djelatnik u svom procesu ili svojim dijelom započne aktivno promišljati kako doprinijeti još boljoj „zelenijoj“ sredini u kojoj radi.





16.267 sadnica posađeno u 2018.



34.919 sadnica posađeno
od 2015.-2018.



Hortikulturno uređenje kampa na razini
kampa-parka

8. Hortikultno uređenje i oblikovanje u skladu sa 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“. Oplemenjujemo prostora biljkama mediteranskog podneblja u cilju očuvanja postojećeg krajobraza. U 2018. godini zasadili smo 16.267 sadnica, uključujući i sezonske sadnice koje se dva puta godišnje izmjenjuju.

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

U hortikulturnom oblikovanju prostora kampa u cilju podizanja njegova hortikulturnog uređenja na razinu kampa – parka, u 2018. godini posađeno je 2.274 sadnica biljka među kojima prevladavaju mediteranske vrste, ukrasno bilje i stablašice. Ističu se oleandri, pitospora, lovor, lavanda, agava, lemprika, tekoma, ružmarin, brnistra, crnika, kostele, pa i magnolije.





V Društvene teme

Ilirija kao društveno odgovoran poslovni sustav svoj utjecaj na društvo odnosno iskazuje na slijedećim područjima:

- **Zapošljavanje**
- **Raznolikost i jednake mogućnosti**
- **Obuka i obrazovanje**
- **Zdravlje i sigurnost na radnom mjestu**
- **Marketing i označavanje**
- **Lokalne zajednice**

1. Zapošljavanje

Zapošljavanje je za Iliriju materijalna tema budući da su zaposlenici jedan od njenih najvažnijih dionika, nositelj poslovnog procesa bilo kroz pružanje usluge krajnjem kupcu ili izravnom doprinosu razvoju kompanije osmišljavanjem proizvoda i usluga, zbog čega značajno utječu na ostvarenje planiranih rezultata poslovanja i kvalitetu usluga. Također, zapošljavanje je materijalna tema za Iliriju zbog šireg društvenog utjecaja koju Ilirija kao kompanija ima na lokalnu i regionalnu zajednicu kroz osiguranje radnih mjesta stanovništvu s tog područja posebno uzimajući u obzir činjenicu da Ilirija gotovo većinu svojih zaposlenika nalazi u destinacijama u kojima posluje. Granice utjecaja unutar kompanije protežu se na sve zaposlenike unutar svih 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 i okolnih mjesta i općina dok regionalna razina obuhvaća područje Zadarske županije.

U upravljanju ljudskim resursima i zapošljavanjem 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. Pored



planiranog broja zaposlenika na dnevnoj, tjednoj i mjesečnoj razini definiraju se i njihova radna mjesta, početak i kraj radnog odnosa kao i trošak njihovog zapošljavanja, a kojeg u konačnici potvrđuje i odobrava Uprava. Kadrovska služba u koordinaciji sa rukovoditeljima sektora provodi proces odabira kadrova i njihovo raspoređivanje na radna mjesta. Za sve zaposlenike, koji su već radili u kompaniji, prije ponovnog zapošljavanja prethodno se sa njihovim nadređenima dodatno provjerava njihova kompetencija i motivacija.

Služba kadrova i obračuna plaća operativno provodi sve aktivnosti u dijelu zapošljavanja bazirajući svoje aktivnosti na lokalne zaposlenike stvarajući dodatnu sigurnost i fleksibilnost u poslovnom procesu, doprinos gospodarstvu lokalne zajednice kroz zapošljavanje i otvaranje novih radnih mjesta a lokalno zapošljavanje ujedno je i prepostavka razvoja cjelogodišnjeg poslovanja.

U dijelu upravljanja ljudskim resursima i zapošljavanja polazimo od:

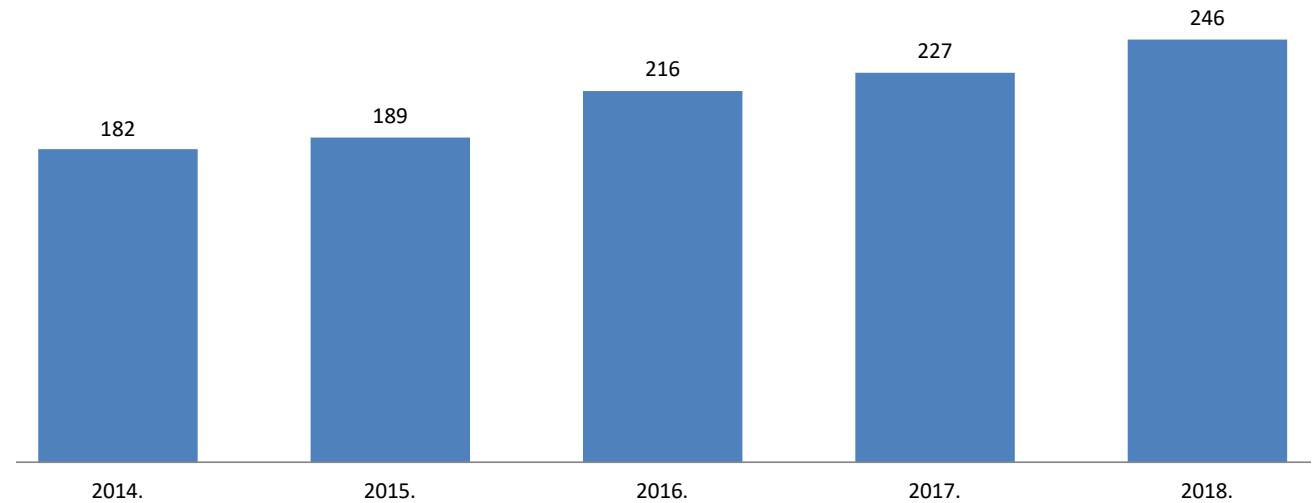
- Upravljanja, planiranja, razvoja i motivacije zaposlenika,
- kontinuirane edukacije,
- poboljšanja materijalnog položaja,
- pravovremog zapošljavanja sezonskih zaposlenika, i
- osiguranje novih radnih mjesta kroz razvoj cjelogodišnjeg poslovanja.

Zapošljavanje u 2018. godini

Ilirija je tijekom 2018. godine u radnom odnosu ukupno imala 466 zaposlenika od kojih je u radni odnos bilo primljeno 243 zaposlenika. Na dan 31.12.2018. godine u radnom odnosu je bilo 246 zaposlenika što je za 7,10% više u odnosu na isti dan u prethodnoj poslovnoj godini. Također, vidljiv je rast broja zaposlenih tokom posljednjih pet godina koji je od 2014. godine porastao za značajnih 35,20%.



Broj zaposlenih na kraju izvještajnog razdoblja od 2014. do 2018. godine



U objektima Ilirija, Poslovno-trgovački centar City Galleria i Marini Kornati, s naslova poslovne suradnje djelatnost obavljaju brojne tvrtke čime je ukupan broj zaposlenika kojima kompanija osigurava radno mjesto prelazi brojku od 1.000 osoba.

Turističku industriju u Hrvatskoj karakterizira izrazita sezonalnost poslovnog procesa a posljedično time i zapošljavanja. Obzirom da je u posljednjih nekoliko godina u dijelu ljudskih resursa domaća turistička industrija suočena sa nedostatkom stručnih i kvalificiranih vlastitih kadrova uz istovremeno kontinuirani porast udjela zaposlenika iz drugih zemalja. Sljedom čega Ilirija prati kretanje na tržištu rada ali i fluktaciju vlastitih zaposlenika pa shodno tome planira i buduće zapošljavanje polazeći od sljedećih činjenica:

- broja potrebnih zaposlenika,
- razvoja cjelogodišnjeg poslovanja kojim osigurava dužu zaposlenost,
- potrebnih osobina, vještina i znanja.

Služba kadrova i obračuna plaća na dnevnoj bazi izrađuje izvještaj analize i evidencije radnih mjesta s ciljem utvrđivanja optimalnog broja zaposlenika i njihove strukture, donošenja odluka o selekciji kadrova, mogućnostima i potrebama unutarnje preraspodijele kadrova, uvida u potrebu za obukom postojećih kadrova i potrebu za novim kadrovima. Izvještaj prikazuje mjesečna stanja zaposlenika koja se oslanjaju na dnevne izvještaje o prisutnosti na radnom mjestu.

Pregled stanja zaposlenika po mjesecima za 2018. godinu

Redni broj	PROFITNI CENTAR / ORGANIZACIJSKA JEDINICA	BROJ IZVRŠITELJA 2018.											
		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	11	11	12	16	36	39	43	41	33	30	22	13
2.	HOTEL ILIRIJA	23	23	32	45	50	57	57	55	54	50	46	28
3.	HOTEL KORNATI	13	14	14	28	37	40	41	40	39	36	30	14
4.	HOTEL VILLA DONAT	4	3	3	5	20	23	24	23	21	19	7	5
5.	LAVENDER	2	2	3	5	6	9	12	12	7	6	3	2
6.	MARINA KORNATI	44	44	44	49	50	50	51	51	50	50	48	44
7.	RESTORAN MARINA KORNATI	11	11	11	15	16	18	19	19	18	18	15	12
8.	AQUATIC CENTAR	7	7	7	7	9	14	17	14	11	8	6	4
9.	TURISTIČKA AGENCIJA	4	4	4	4	7	9	9	9	9	6	5	5
10.	KAMP PARK SOLINE	17	17	17	32	36	37	39	39	35	30	23	22
11.	RESTORAN PARK SOLINE	7	7	6	11	14	17	22	18	13	13	8	8
12.	ARSENAL	8	8	8	8	8	9	9	9	9	9	9	9
13.	TENIS CENTAR	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2
14.	BIFFE PLAŽA	1	1	1	1	2	3	4	2	1	1	1	1
	*ORGANIZACIJSKE JEDINICE												
15.	ZAJEDNIČKE SLUŽBE	29	28	28	29	29	29	29	29	29	29	29	29
16.	SLUŽBA ODRŽAVANJA	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5
17.	PRAONICA	7	7	7	10	17	18	19	19	16	16	9	7
18.	HORTIKULTURA	8	8	8	8	8	8	8	9	9	9	9	9
19.	BROD NADA	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
20.	WELLNESSS	4	4	4	6	6	6	6	6	6	6	6	6
21.	NAUČIČKI SAJAM	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
22.	CITY GALLERIA	16	16	16	16	16	17	17	17	17	17	17	17
	UKUPNO	227	226	237	307	379	415	439	425	390	366	305	246

Kontinuirani rast zaposlenika

Prosječan broj zaposlenih

338

+2,42%

Prosječan broj zaposlenih na bazi sati rada

357

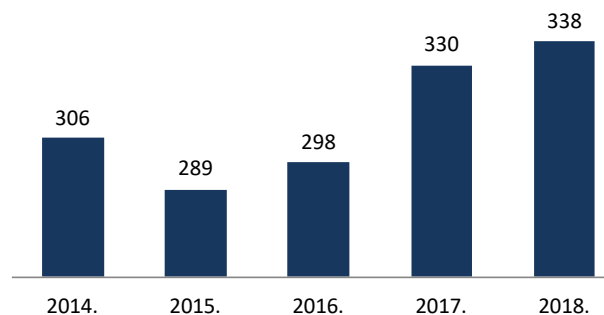
+2,88%

+16,96%

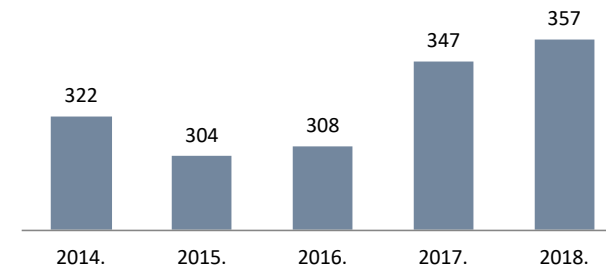
Rastao udjel žena u ukupnom broju zaposlenika na kraju 2018.

I u 2018. godini nastavljen je kontinuirani rast prosječnog broja zaposlenika kao i broja zaposlenika na bazi sati rada. U promatranom razdoblju prosječan broj zaposlenika porastao je za 2,42% dok je broj zaposlenika na bazi sati rada za 2,88% čime je kompanija u izvještajnom razdoblju imala u radnom odnosu prosječno 338 zaposlenika dok na bazi sati rada 357.

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



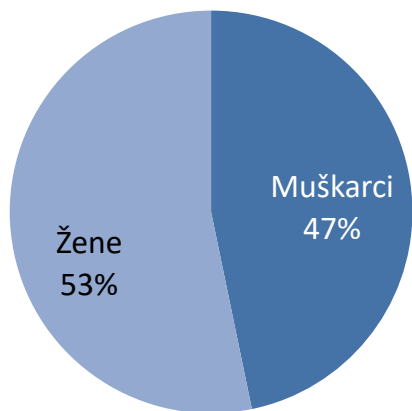
Prosječan broj zaposlenih na bazi plaćenih sati u razdoblju od 2014.-2018.



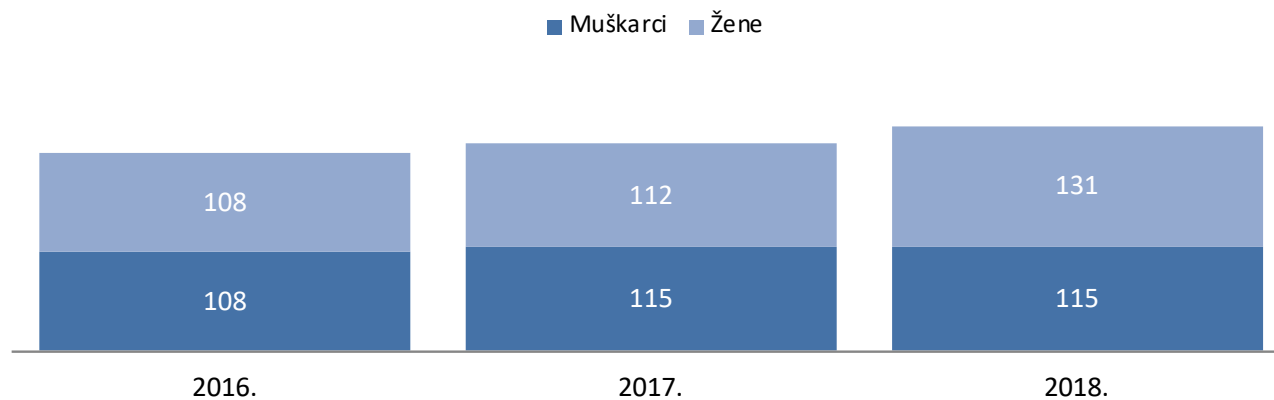
**Do broja zaposlenika na bazi sati rada na mjesečnoj razini dolazimo na način da se ukupno plaćeni sati rada u jednom mjesecu podijele sa fondom sati za taj mjesec. Podjelom kumulativnog broja zaposlenika na bazi sati rada po mjesecima sa ukupnim brojem mjeseci u godini dolazimo do prosječnog broja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

Od ukupno 246 zaposlenih na dan 31.12.2018. godine o čega je u radnom odnosu na neodređeno vrijeme bilo 151 zaposlena osoba, a na određeno vrijeme 95 zaposlenika odnosno 61% na neodređeno i 39% na određeno vrijeme od čega su žene činile 53% svih zaposlenika dok je udjel muškaraca iznosio 47%. U odnosu na isto razdoblje prethodne poslovne godine udjela žene rastao 16,96%.

Stanje zaposlenika po spolu na dan 31.12.2018.



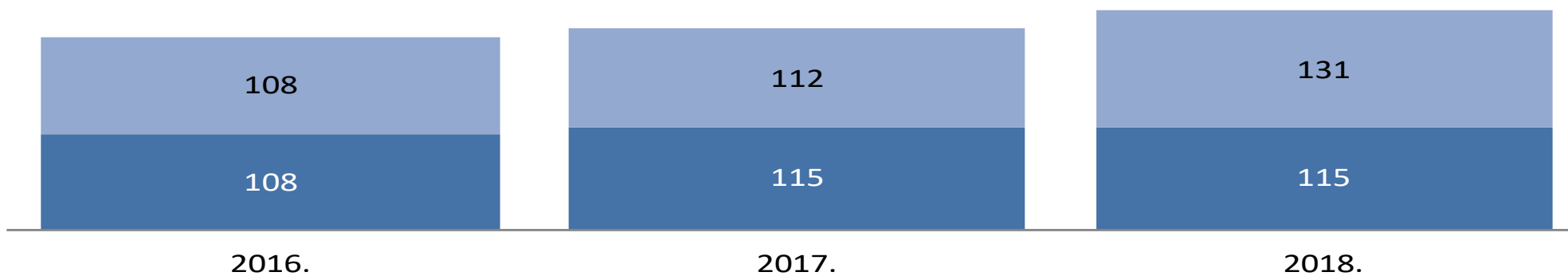
Stanje zaposlenika po spolu na dan 31.12.2016., 2017. i 2018.



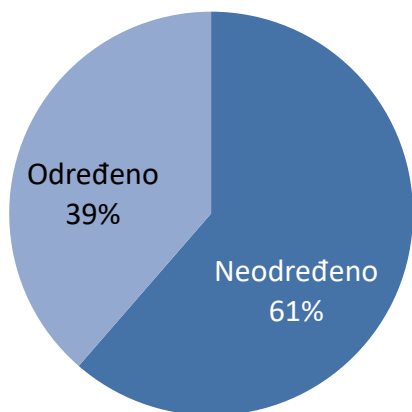
Promatrajući dobnu strukturu zaposlenih na dan 31.12.2018. prevladavaju zaposlenici u dobi od 30-50 godina njih 134 od kojih 77 žena i 57 muškaraca. U dobnoj skupini do 30 godina nalazila se 31 osoba dok je 81 zaposlenik bio u dobi iznad 50 godina.

Zaposlenici prema spolu i dobnoj skupini na dan 31.12.2018.

■ Muškarci ■ Žene

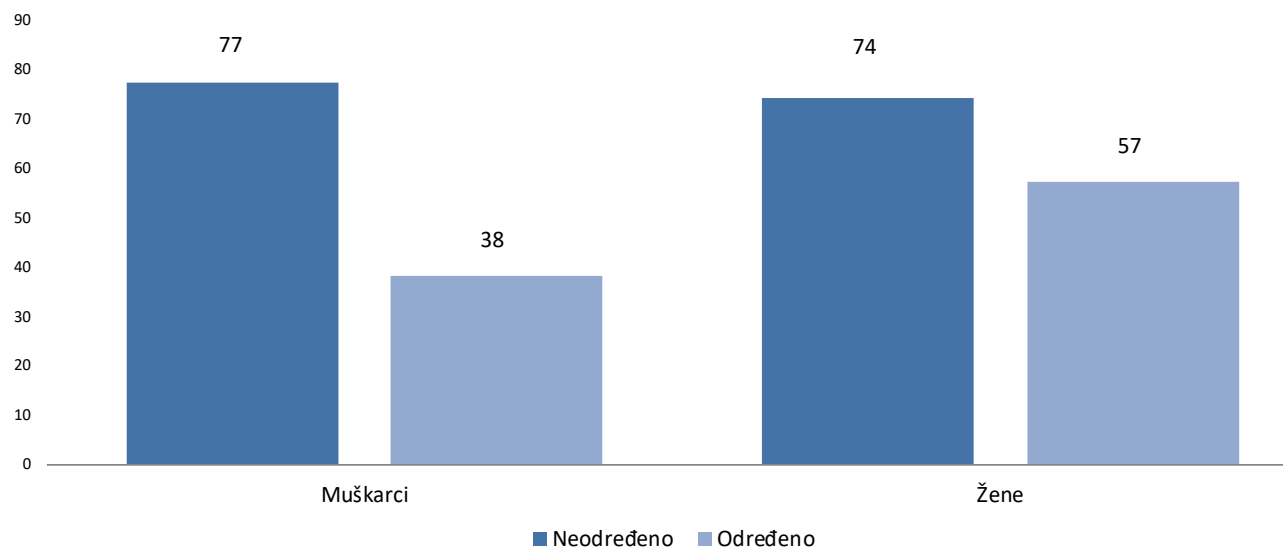


Zaposleni prema ugovoru o radu na dan 31.12.2018. godine



Prema vrsti ugovora o radu na dan 31.12.2018. godine 61% zaposlenika bilo je u radnom odnosu na neodređeno radno vrijeme dok je 39% ili 95 zaposlenika radilo na određeno radno vrijeme. Od ukupnog broja zaposlenika po vrsti ugovora o radu i po spolu na dan 31.12.2018. godine na neodređeno vrijeme bila je zaposlena 151 osoba i to 77 muškaraca i 74 žene dok je na određeno vrijeme bila zaposlena 131 osoba od čega 38 muškaraca i 57 žena.

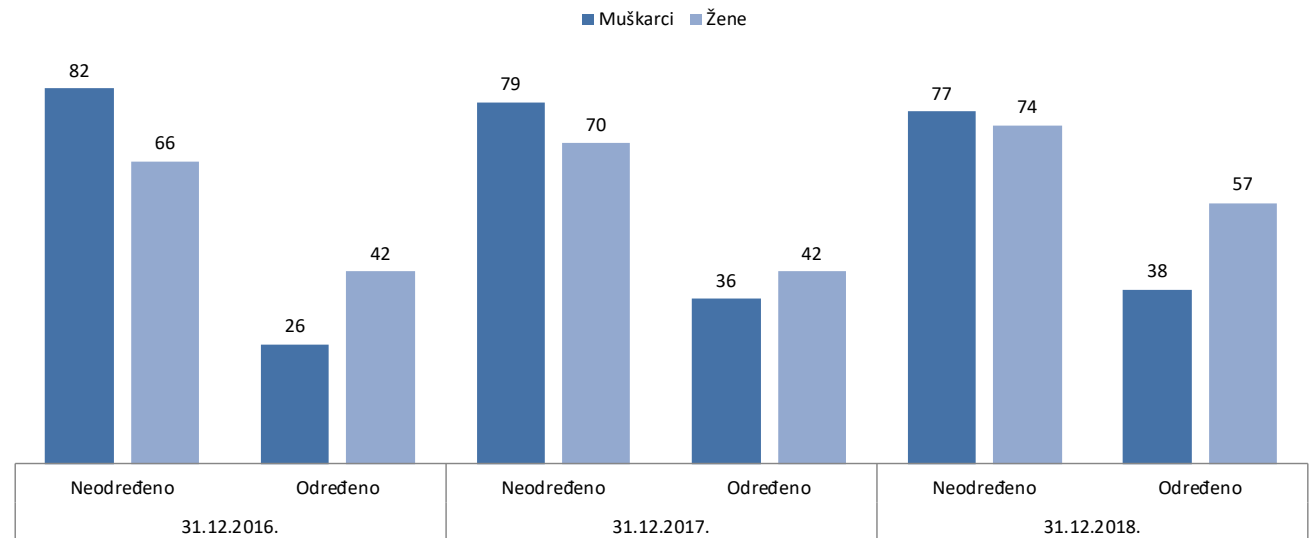
Zaposleni na dan 31.12.2018. prema spolu i ugovoru o radu



S obzirom na sezonski karakter poslovanja u punoj sezoni odnosno na dan 31.08. bilježimo povećani broj zaposlenih na određeno vrijeme i to 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. Od 2016. do 2018. godine broj zaposlenih na određeno vrijeme u punoj sezoni kontinuirano je rastao tako je na dan 31.08.2016. u radnom odnosu bila 251 zaposlena osoba na određeno vrijeme od kojih 63 muškaraca i 188 žena, na dan 31.08.2017. bilježimo 266 osoba od čega je bilo 70 muškaraca i 196 žena dok je 31.08.2018. u radnom odnosu bilo 277 osoba, što je u odnosu na isti period 2016. bilježi kontinuirani rast od 9%.

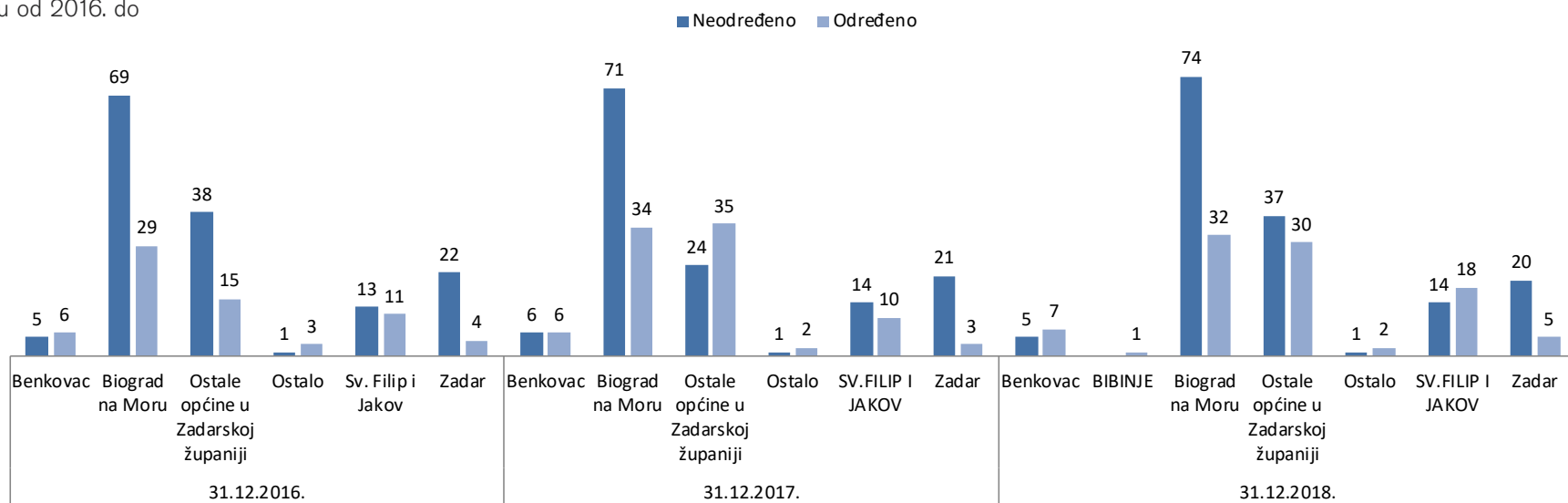


Zaposleni prema ugovoru o radu i spolu na dan 31.12.2016., 2017. i 2018. godine

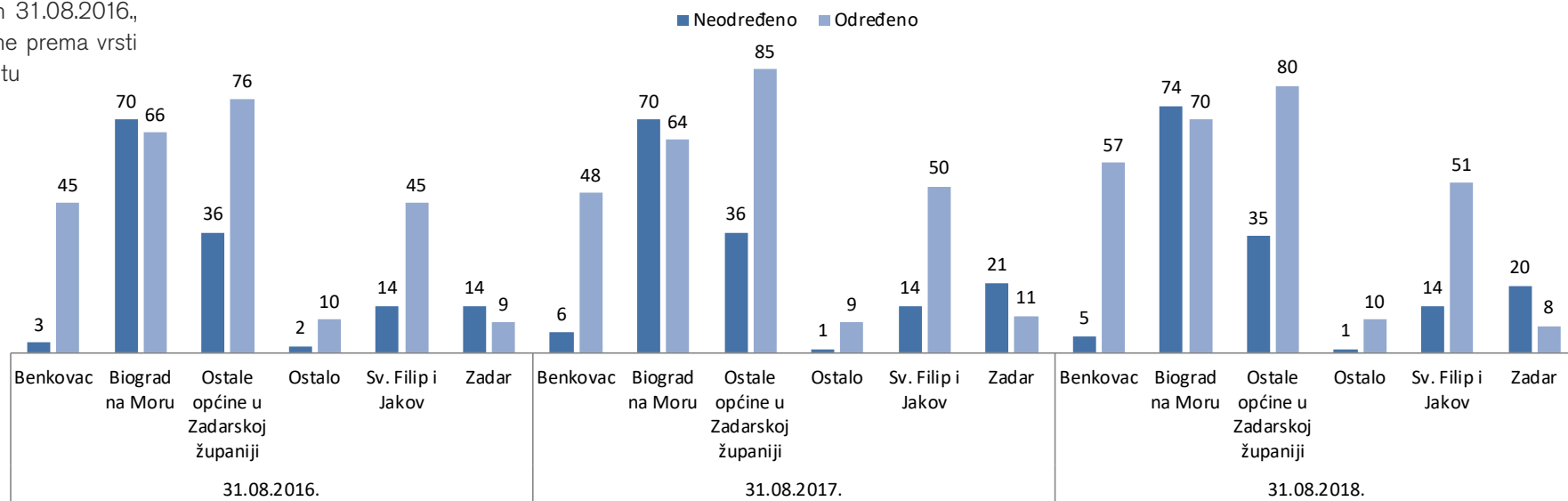


Od ukupnog broja zaposlenika na dan 31.12.2018. njih 106 odnosno 43% ih je iz grada Biograda na Moru od kojih 67% je bilo zaposleno na neodređeno vrijeme. Iz ostalih mjesta odnosno općina Zadarske županije bilo je zaposleno njih 120 odnosno 56% dok su tri zaposlenika odnosno 1% bila iz ostalih dijelova Republike Hrvatske. U izvještajnom razdoblju u radnom odnosu nismo imali radnika iz inozemstva. Uspoređujući razdoblje od 2016.-2018. godine u punoj sezoni odnosno na dan 31.08. kompanije i u glavnoj sezoni zaposlenike na određeno odnosno sezonske pronalazi u svom neposrednom okruženju odnosno gradu Biogradu na Moru i okolnim općinama

Stanje zaposlenika na kraju izvještajnog razdoblja prema mjestu prebivališta i ugovoru o radu od 2016. do 2018. godine

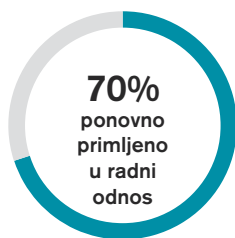


Zaposlenici na dan 31.08.2016., 2017. i 2018. godine prema vrsti ugovora i prebivalištu





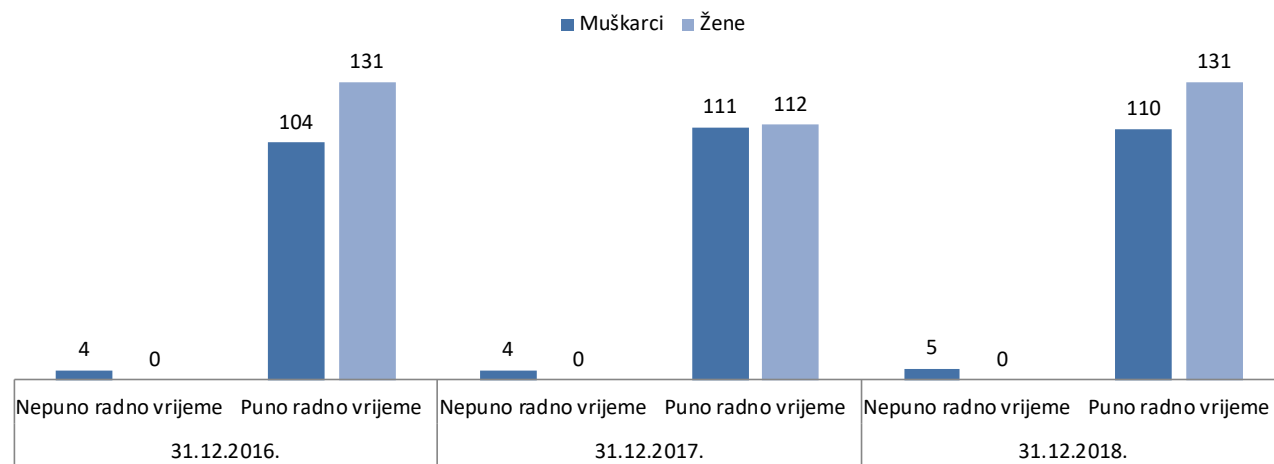
243 zaposlenika primljeno u radni odnos



Puno i nepuno radno vrijeme

Na dan 31.12.2018. u punom radno vrijeme radilo je 241 zaposlenik odnosno njih 98% dok ih je 5 odnosno 2% bilo zaposleno na nepuno radno vrijeme od kojih su svi bili muškarci.

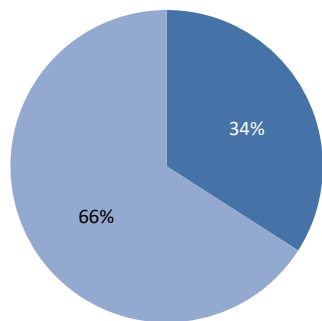
Zaposlenici na kraju izvještajnog razdoblja prema spolu i radnom vremenu od 2016. do 2018. godine



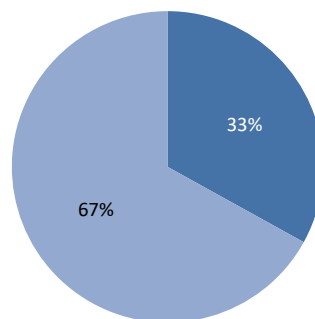
Novozaposleni

Tijekom 2018. godine u radni odnos kompanija je primila 243 zaposlenika od kojih je 170 odnosno 70% sezonača koji su prethodno bili u radnom odnosu u kompaniji, dok su novozaposleni, zaposlenici koji su po prvi put zaposleni u Iliriji, činili 30% svih zaposlenika primljenih u radni odnos u izvještajnom razdoblju. Unatoč negativnim kretanjima na tržištu rada u turističkoj industriji na nacionalnoj razini u usporedbi sa 2016. i 2017. godinom udio novozaposlenih se smanjuje u korist sezonskih zaposlenika, koji su već bili u radnom odnosu u kompaniji, čime je kompanija osigurala optimalan broj zaposlenika ne samo iz svog neposrednog okruženja već i kroz rast udjela starih sezonača u odnosu na novozaposlene čime ostvarujemo dodatnu stabilnost u upravljanju ljudskim resursima. Navedeno je rezultat pravovremenog planiranja potrebnih kadrova, kontinuiranog rada na poboljšanju materijalnog položaja zaposlenika, njihova razvoja i edukacije bilo da je riječ o zaposlenicima na određeno ili neodređeno kao i razvoja cjelogodišnjeg poslovanja kojim osiguravamo dužu zaposlenost.

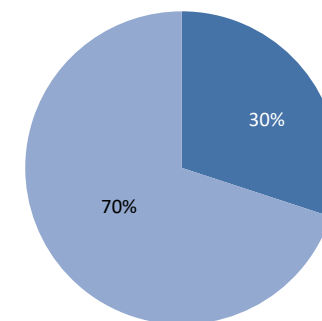
■ Novozaposleni 2016. ■ Sezanci 2016.



■ Novozaposleni 2017. ■ Sezanci 2017.

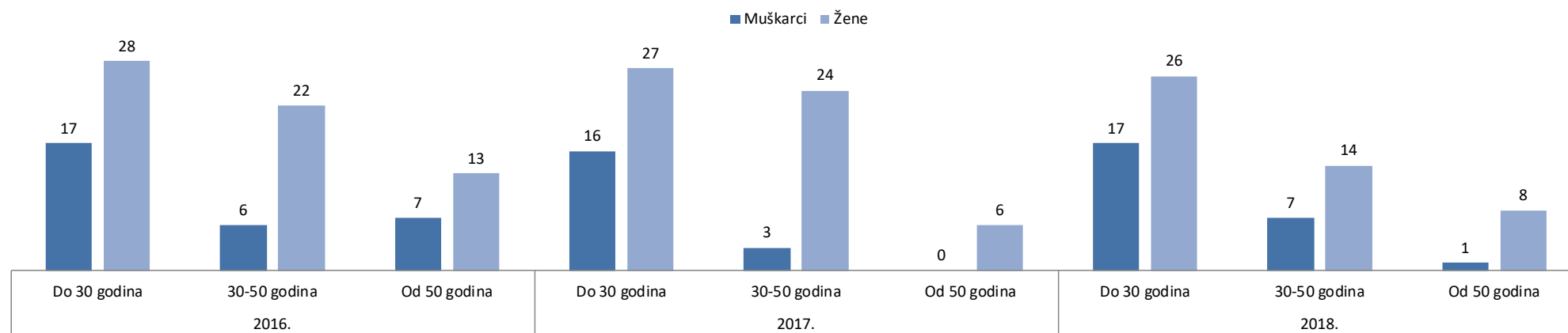


■ Novozaposleni 2018. ■ Sezanci 2018.

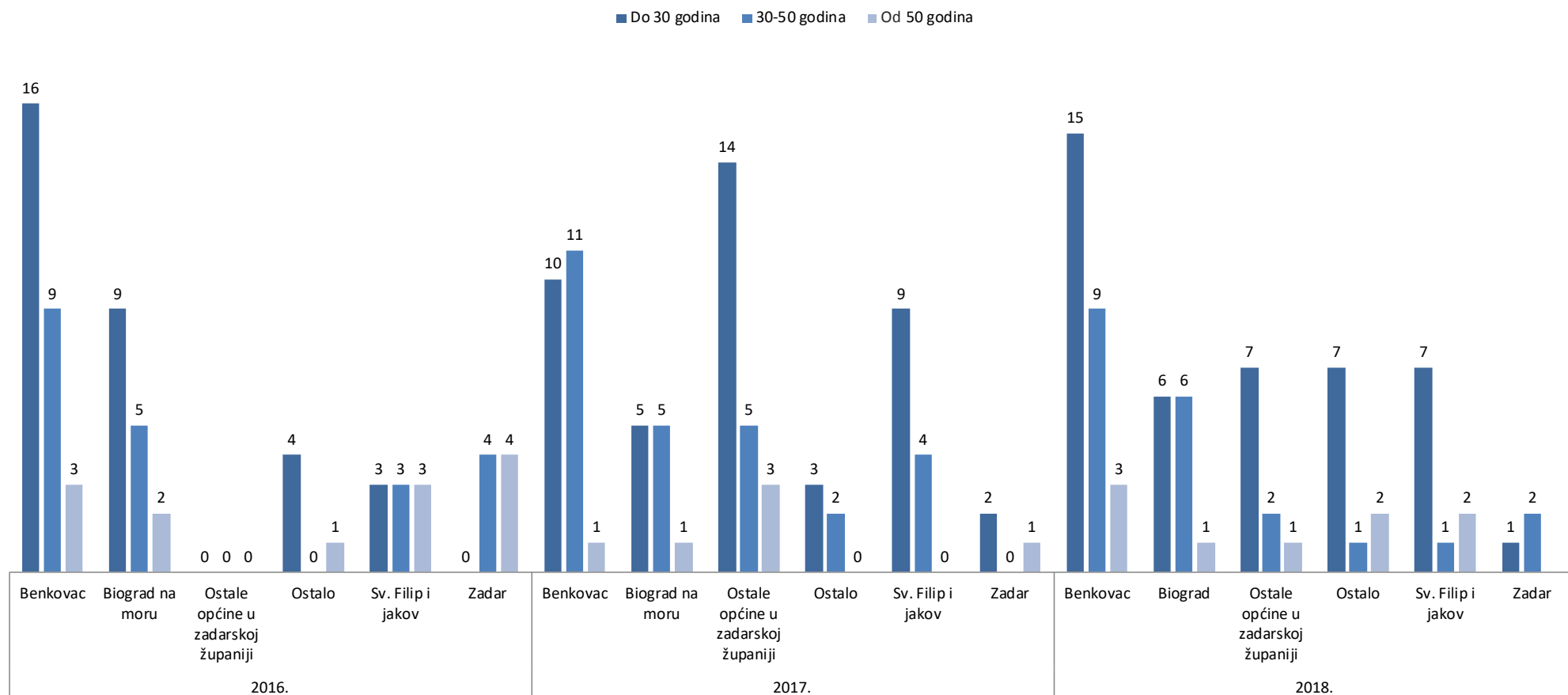


Promatrajući novozaposlene prema spolu i dobnim skupinama vidljivo je da je veći broj novozaposlenih žena u svim dobnim skupinama što je i razumljivo s obzirom da je i najveća potreba za popunjavanjem radnih mjesta u odjelima domaćinstava i Odjelu hrane i pića za koja se najvećim dijelom javljaju žene. U 2018. godini od 73 novozaposlene osobe njih 43 odnosno 59% pripada skupini do 30 godina starosti od kojih je 26 žena i 17 muškaraca. Također, u 2016. i 2017. godini najveći broj novozaposlenih odnosi se na žene i to u dobi do 30 godina

Novozaposleni prema spolu i dobnj skupini od 2016. do 2018. godine



Novozaposleni prema dobnoj skupini i prebivalištu od 2016. do 2018. godine

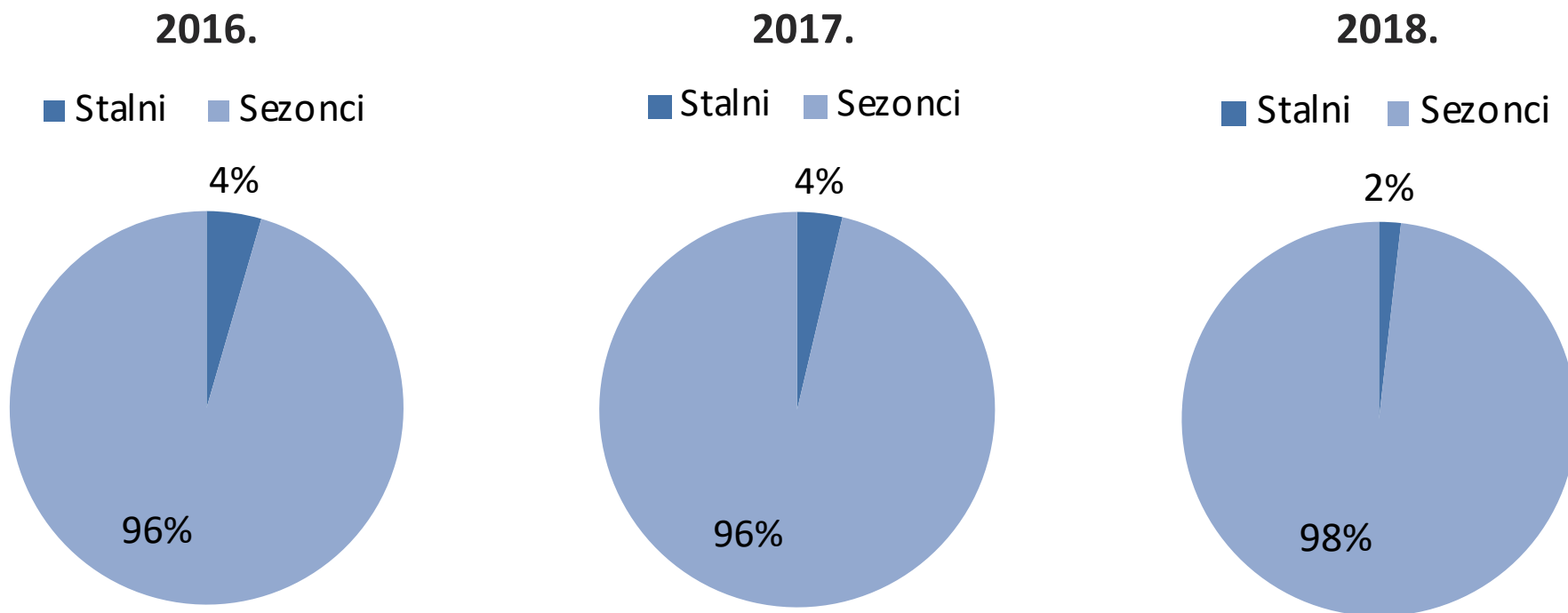


U promatranom razdoblju dakle od 2016. do 2018. godine analizirajući novozaposlene prema prebivalištu prevladavaju osobe iz grada Benkovca sa udjelom od 37% u ukupnom broju novozaposlenih a potom iz općina i mjesta u neposrednom okruženju grada Biograda na Moru.

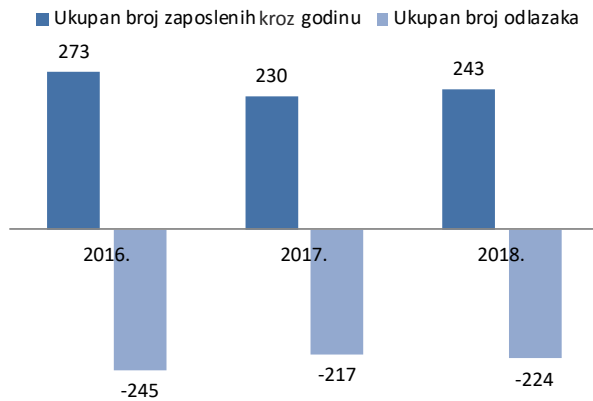
Fluktuacija zaposlenika

Fluktuacija zaposlenika izražena je kroz raskid radnog odnosa a znatno manje kroz promjenu radnog mjesta unutar kompanije. U 2018. godini od ukupnog broja od 224 odlaska tek 2% su činili zaposlenici koji su prekinuli radni odnos na neodređeno vrijeme. U 2016. i 2017. godini bilo je 4% zaposlenika koji su prekinuli radni odnos na neodređeno vrijeme.

Odlasci zaposlenika prema vrsti ugovora o radu:

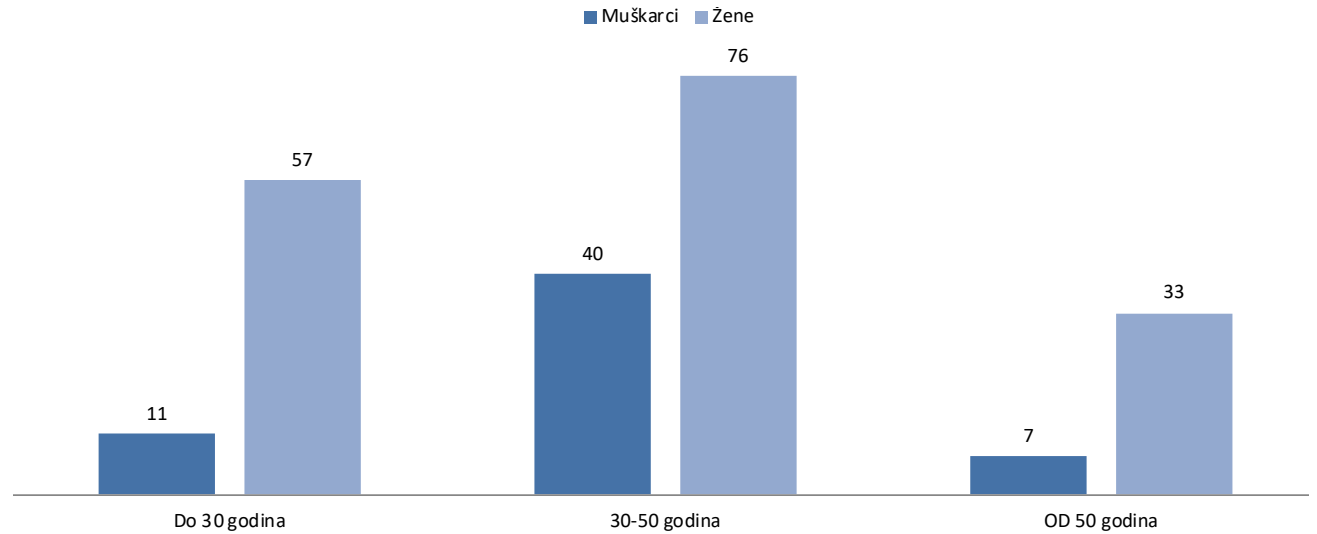


Odlasci i dolasci zaposlenika od 2016. do 2018. godine



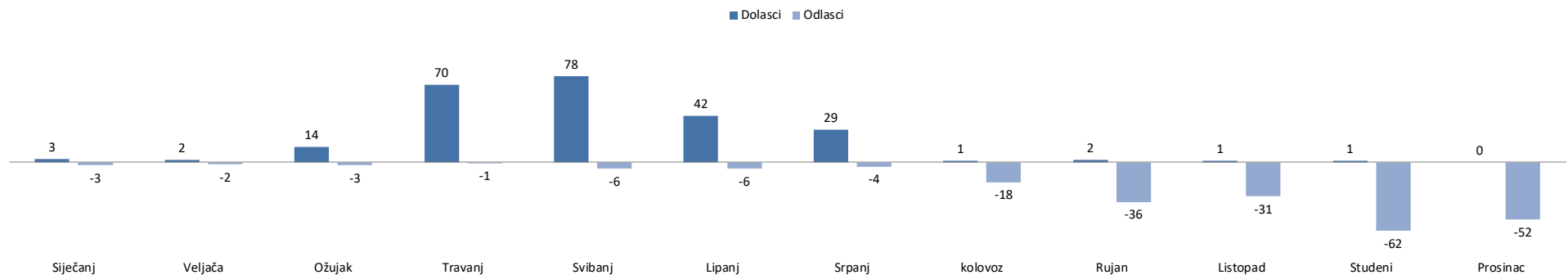
Promatrajući po spolu obzirom na veći broj zaposlenih žena kroz godinu i kod odlazaka zaposlenika bilježimo veći broj žena.

Odlasci zaposlenika u 2018. godini prema spolu i dobnoj skupini



Obzirom na sezonski karakter poslovanja kompanije najveći broj dolazaka zaposlenika bilježimo u predsezoni odnosno u mjesecu travnju i svibnju dok su odlasci intezivniji kroz mjesec studeni i prosinac.

Broj dolazaka i odlazaka zaposlenika u 2018. godini po mjesecima





Topli obrok dnevno



Naknada za novorođeno dijete



Dar za djecu

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.
- prijedlozi 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



156 djece do 15 godina od 246 zaposlenika



Potpisnici Povelje o raznolikosti Hrvatska



Goran Ražnjević, predsjednik Uprave, jedan od ambasadora Povelje o raznolikosti Hrvatska

Roditeljski dopust

Svi zaposlenici kompanije imaju pravo na roditeljski dopust ali to pravo još uvijek koriste samo žene. U 2018. godini 14 zaposlenica je koristilo roditeljski dopust a od dvije zaposlenice koje su se trebale vratiti na posao nakon korištenja roditeljskog dopusta obje su se vratile. Također, dvije zaposlenice su se zadržale na poslu i dvanaest mjeseci nakon korištenja roditeljskog dopusta.

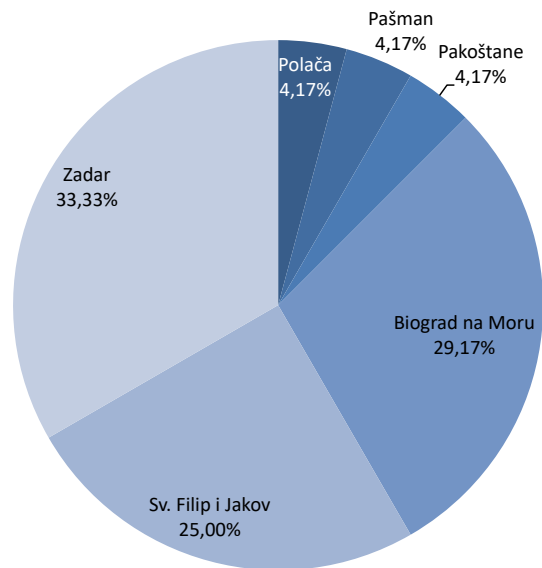
Godina	Ukupan broj zaposlenih kroz godinu		Zaposlenici koji su iskoristili pravo na roditeljski ili roditeljski dopust		Ukupan broj zaposlenika koji se vratio na posao nakon završetka roditeljskog/roditeljskog dopusta		Stopa povratka na posao	Stopa zadržavanja
	Muškarci	Žene	Muškarci	Žene	Muškarci	Žene		
2016.	186	263	0	10	0	8	100%	100%
2017.	175	269	0	13	0	3	33%	50%
2018.	188	278	0	14	0	2	100%	67%

2. Raznolikost i jednake mogućnosti

Jednake mogućnosti na radnom mjestu za sve naše zaposlenike, stalne i sezonske, kao i raznolikost znanja i iskustva, čuvanje osobnog i poslovnog integriteta i dostojanstva na radnom mjestu su vrijednosti koje najviše negujemo kao kompanija kanalizirajući ih prema stvaranju zajedništva, odnosno motivirajućeg i poticajnog poslovnog sustava koji se brine za svoje zaposlenike. Jedan od trajnih ciljeva Ilirije jest stvaranje radnog okruženja koji potiče i osigurava profesionalni razvoj i kontinuiranu edukaciju zaposlenika istovremeno vodeći brigu o njihovim društvenim i socijalnim potrebama uvažavajući njihove osobne i profesionalne posebnosti. Znanje, iskustvo, obrazovanje i kompetencije su načela na kojima temeljimo dugoročan i održiv razvoj kompanije kao odgovornog poslovnog sustava s naglaskom na poštivanje osobnosti i digniteta zaposlenika uz nultu toleranciju na bilo kakav oblik diskriminacije.

Ilirija je u listopadu 2017. godine potpisala Povelju o raznolikosti Hrvatska u organizaciji Hrvatskog poslovnog savjeta za održivi razvoj, koji je nositelj projekta u Hrvatskoj, kao dio regionlanog projekta koji obuhvaća Hrvatsku, Sloveniju

Zaposlenici šireg menadžmenta prema mjestu prebivališta

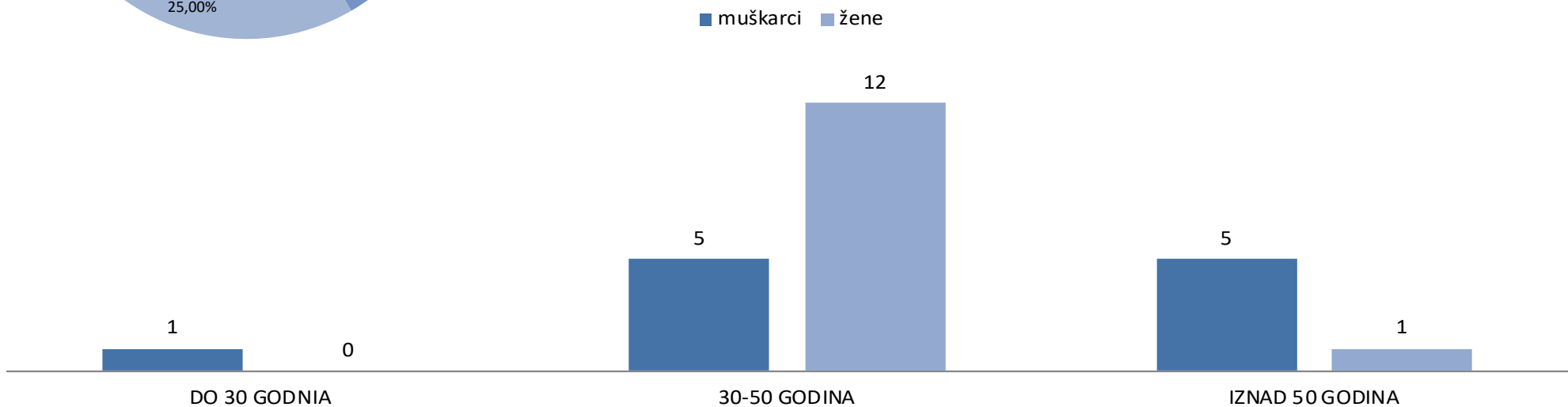


i Rumunjsku a održava se uz potporu Europske komisije. Potpisom Povelje raznolikosti Hrvatska obvezali smo se na provođenje politike raznolikosti i nediskriminacije unutar kompanije, i promicanje načela raznolikosti. Goran Ražnjević, predsjednik Uprave, ujedno je i jedan od Ambasadora Povelje o raznolikosti u Republici Hrvatskoj.

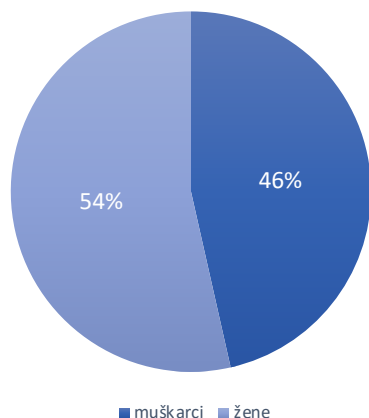
Ne postoji razlika u plaći i po drugim pravima naših zaposlenika po spolu, dobi, vjerskom ili bilo kojem drugom uvjerenju ili raznolikosti za isti posao odnosno radno mjesto. Također, u kompaniji je imenovan i predstavnik za zaštitu dostojanstva radnika koji u navedenom razdoblju nije zaprimio pritužbe zaposlenika po osnovu bilo kakvog oblika diskriminacije. Kompanija nije imala niti jedan pokrenut radni spor.

Na dan 31.12.2018. godini zaposlenici šireg menadžmenta čine 10% ukupnog broja zaposlenih u kompaniji. Pri tome širi menadžment čine Uprava, rukovoditelji/ce sektora, voditelji/ce korporativnih službi i voditelji/ce profitnih centara i odjela unutar profitnih centara. Prema spolnoj strukturi 54% čine žene dok promatrajući prema dobi 71% čine zaposlenici između 30 i 50 godina starosti. Svi zaposlenici šireg menadžmenta dolaze iz gradova, mjesta i općina Zadarske županije od čega njih 33,33% iz Zadra, iz Biograda na Moru dolazi njih 29,17% te iz Sv. Filip i Jakova dolazi 25% zaposlenika srednjeg menadžmenta dok osatli, njih sveukupno 12,51%.

Zaposlenici šireg menadžmenta po spolu i dobnoj skupini u 2018.



Sati edukacije po spolu u postotku



8.532 sata edukacije

294 zaposlenika

**29 sati edukacije po
zaposleniku**

**Akademija poslovne izvrsnosti
ILIRIJA EDUKA**



2 područja edukacije

55 zaposlenika

3. Obuka i obrazovanje

Obuka i obrazovanje zaposlenika predstavlja materijalnu temu za kompaniju obzirom da je jedno od temeljnih načela upravljanja ljudskim potencijalima je njihov razvoj u dijelu unapređenja njihovih kompetencija, podizanja postojeće razine osposobljenosti i kvalificiranosti, kontinuirano upoznavanje sa novim globalnim trendovima i postignućima, podizanje njihovih osobnih kompetencija a ujedno i kvalitete i standarda usluga kompanije, njenu konkurentnost i održivost. Granice ove materijalne teme odnose 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.

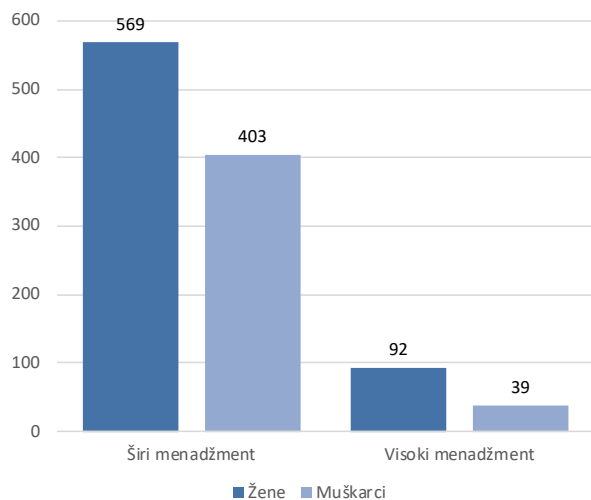
Zaposlenici koji su bili obuhvaćeni bilo kojim oblikom obuke obvezni su Službi kadrova i obračuna plaća dostaviti podatke u obliku potvrde, uvjerenja ili zapisa o završenoj obuci i obrazovanju.

Temeljni ciljevi obuke i obrazovanje:

- unapređenju postojećih i razvoj novih vještina,
- veća motivacija i zadovoljstvo zaposlenika,
- razvoj potrebnih kadrova,
- podizanje kvalitete usluge,
- povećanje zadovoljstva gostiju,
- povećanje konkurentnosti kompanije,
- sigurno okruženje za goste, i
- sigurno radno okruženje.

U navedenom periodu kompanija je svojim zaposlenicima omogućila 8.532 sati obuke, uključujući edukaciju propisanu Zakonom o zaštiti od požara, te Zakonom o zaštiti pučanstva od zaraznih bolesti i Zakonom o zdravstvenom odgoju osoba. Edukacijom je obuhvaćeno 294 zaposlenika od čega 126 muškaraca i 168 žena pri čemu prosječan broj sati obuke po zaposlenom iznosi 29 sati.

Sati usavršavanja višeg i šireg menadžmenta



Ukoliko se izuzmu zakonom propisane edukacije u 2018. godini Ilirija je svojim zaposlenicima, stalnim i sezonskim, osigurala 6.721 sat edukacije koja je obuhvatila 162 zaposlenika ,od kojih 70 muškaraca sa ukupno 3.123 sata obuke, i 92 žene koje su prošle 3.598 sati obuke.

Zaposlenici koji čine širi menadžment odnosno rukovoditelji sektora i šefovi odjelnih jedinica tijekom 2018. Godine imali su organizirano 1.103 sata edukacije. Edukacijom je bilo obuhvaćeno 11 muškaraca i 13 žena. Prosječan broj sati obuke po zaposlenom u kategoriji šireg menadžmenta iznosi 46 sati dok u kategoriji višeg menadžmenta zaposlenici su prosječno na edukacijama bili 16 sati.

ILIRIJU EDUKA, akademija poslovne izvrsnosti, kroz koji je tijekom 2018. godini edukaciju prošlo 55 zaposlenika iz područja hrane i pića, marketinga i prodaje i DMK Ilirija Travel u slijedećim područjima:

- područje hrane i pića kroz proces edukacije osoblja i srednjeg menadžmenta na praktičnim i teoretskim radionicama, i
- odjel marketinga i prodaje u dijelu novih trendova u marketingu i prodaji.

Zaposlenici odnosno njihovi voditelji/rukovoditelji obvezni su donijeti uvjerenje o uspješnom završetku edukacije ili ukoliko se ne izdaje uvjerenje informiraju Službu kadrova i obračuna plaća o završenoj edukaciji dok edukacije koje su Zakonom obvezne voditelji prate primjenu znanja i uspješnost završetka obuke.



4. Zdravlje i sigurnost na radnom mjestu

Sustav upravljanju zdravljem i sigurnošću na radnom mjestu

Zdravlje i sigurnost na radnom mjestu materijalna je tema za kompaniju, čije granice sežu unutar njenih objekata, obzirom da su zaposlenici jedan od njenih ključnih dionika, a ujedno i nositelj cjelokupnog poslovnog procesa. Stoga kroz osigurane optimalne uvjete rada, adekvatnu opremu i kontinuiranu edukaciju smanjujemo broj i učestalost ozljeda na radu, povećavamo produktivnost i zadovoljstvo zaposlenika te smanjujemo eventualne troškove za kompaniju.

Služba sigurnosti koja u dijelu zdravlja i sigurnosti na radnom mjestu istovremeno obuhvaća i sigurnost kupaca te obuhvaća: (I) zaštitu na radu i zaštitu od požara i (II) zdravstvenu kontrolu. Zdravlje i sigurnost na radnom mjestu odgovornost je voditelja zaštite na radu i zaštite od požara te zaštite zdravlja koji su za svoj rad odgovorni Upravi kompanije. Tim sastavljen od Voditelja zaštite na radu i zaštite od požara i Voditelja zdravstvene kontrole na razini tvrtke brinu se o zdravstvenoj sigurnosti svih, djelatnika i gostiju, izradi programa trening za zaposlenike i menadžere.

Povjerenik djelatnika za poslove zaštite na radu i Odbor zaštite na radu zajedno provode aktivnosti praćenja i savjetovanju 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 Ilirije d.d., stručnjak za zaštitu na radu, voditeljica zdravstvene kontrole Ilirije d.d. – povjerenik za zaštitu na radu, inspektor zaštite na radu i liječnik specijalist medicine rada). U 2018. godini Odbor zaštite na radu susreo se dva puta, na početku i kraju turističke sezone.

Voditelj zdravstvene kontrole koordinira DDD mjerama, ispunjavanju svakodnevne radne obaveza sanitarnog programa, vrši nadzor putem nenajavljenih internih inspekcija, surađuje s državnom inspekcijom tijekom njihovih nadzora, analizira rezultate državnih inspekcija i zapisnika, održava zdravstvenu ispravnosti sistema pitke vode, bazena, whirlpool-a i sauna 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 provedbu edukacija o osposobljavanju zaposlenika za siguran rad; provjeru njihova znanja i vještine iz 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; izrade 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 ili Invalidske komisije.

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

▪ Zakonski propisi:

1.
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 (NN 150/05), 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).

▪ Pravilnici:

2.
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).

Također, pored usklađivanja poslovnih procesa važećim zakonskim propisima kompanija dodatno sustav upravljanja te-

melji na dodatnim standardima uključujući ISO 9001:2015 sustav upravljanja kvalitetom, certifikat Tvrtka prijatelj zdravlja, HACCAP i HALAL certifikat.

Identifikacija opasnosti, procjena rizika i istraživanje nesreća

Procjena rizika je osnova za upravljanje sigurnošću i zdravljem na radnom mjestu koje pored pridržavanja i usklađivanja s važećim zakonskom propisima zbog unapređenja, raznolikosti i dinamike poslovnih aktivnosti i osobitost svakog radnog mjesta slijedom čega se svi vidovi rada ne mogu u potpunosti obuhvatiti i tretirati zakonskim odrednicama jer se ne može 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. Procjena rizika temelj je upravljanja sigurnošću na radu i zaštitom zdravlja na radnom mjestu kojim se osigurava sigurnost i zaštita zdravlja radnik, a ujedno je i zakonska obveza slijedom Zakona o zaštiti na radu i Pravilnika o radu.

Postupak procjenjivanja rizika u kompaniji u dijelu zdravlja i sigurnosti na radnom jests 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,
 - ovlaštenike odgovorne za provedbu mjera, te
 - način kontrole nad provedbom mjera
- **dokumentiranje procjene rizika.**

Odgovorne osobe koje provode procjenu rizika u obvezi su imati saznanja i/ili informacije o:

- obimu poslova pojedinih radnih mjesta, procesima rada, procedurama i organizaciji rada, interakciji radnika s materijalima i opremom koju koriste,
- materijalima, tvarima, i tehnologiji koja se koriste pri radu,

U 2018. godini nije zabilježena niti jedna ozbiljnija situacija ili ugroza po pitanju sigurnosti, života i zdravlja gostiju i zaposlenika.

- broju, dinamici i ostalim karakteristikama ozljeda na radu, profesionalnim bolestima vezanim uz rad,
- osjetljivim grupama radnika, kao i o aktivnostima radnika drugih poslodavaca koji rade kod poslodavca,
- opasnostima i rizicima za koje se već zna da su prisutni i o mjerama koje se primjenjuju za smanjenje tih rizika,
- vrsti, vjerojatnosti, učestalosti i trajanju izloženosti opasnostima, što u nekim slučajevima može značiti primjenu modernih, provjerenih tehnika mjerenja,
- odnosu između izloženosti opasnosti i njenog učinka,
- pravnim normama i zahtjevima koji se odnose na rizik prisutan na radnome mjestu, i
- dobroj praksi u područjima gdje nema posebnih zakonskih normi.



Svakodnevne operativne djelatnosti u dijelu zaštite zdravlja zaposlenika



Zdravstvena kontrola 262 sanitarno-higijenska pregleda



Procjenjivanje rizika, sigurnosti i zdravlja djelatnika



Obuka i obrazovanje



Briga o mentalnom zdravlju radnika

Zdravstvene usluge na radnom mjestu

Zaštita zdravlja u dijelu koji se odnosi na zaposlenika bazira se na zaštiti zdravlja svih korisnika usluga, zaposlenika i higijene objekta posebno onih pod sanitarnim nadzorom. Za sve zaposlenike Odjela hrane i pića kao i ostalih odjela koji podliježu obveznom zdravstvenom nadzoru, pregled obavlja Zavod za javno zdravstvo koji ima akreditaciju za isto. Pregledi se obavljaju van radnog mjesta, a unutar radnog vremena.

Na godišnjoj osnovi voditelji zaštite od požara i zaštite na radu i zaštite zdravlja izrađuju godišnje planove pregleda zaposlenika, edukacije i pregleda objekata. Plan i program mjera specifične zdravstvene zaštite zaposlenika organiziran je na godišnjoj osnovi i na razini primarne zdravstvene zaštite. Plan se provodi kod zaposlenika s obzirom na radne uvjete te opasnosti, štetnosti i napore pri obavljanju poslova.

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 odlučiti o zaštitnim mjerama koje se moraju poduzeti. Slijedom čega je za kompaniju na području zaštite zdravlja i sigurnosti na radnom mjestu glavni cilj bila prevencija.

Poduzimanjem preventivnih mjera imali smo za cilj smanjenje vjerojatnosti događanja nesreće na radu ili pojave profesionalne bolesti. Dvije su vrste preventivnih mjera kojima smo se služili u 2018. 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, i
- **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.

Kao odgovoran poslovni subjekt imamo za cilj osigurati maksimalnu sigurnost i zdravlje naših zaposlenika na njihovom radnom mjestu. Kako bismo ispunili tu obvezu, poduzimali smo mjere kao što su procjenjivanje rizika za sigurnost i

zdravlje djelatnika, osigurali da svaki djelatnik bude na odgovarajući način osposobljen u području zaštite sigurnosti i zdravlja, uključili djelatnike u rasprave o zdravlju i sigurnosti te vodili evidenciju o nesrećama na radu te po analizi istih poduzimali korektivne radnje ako je to bilo potrebno.

Zdravstveni pregledi osoba za sanitarne iskaznice obavljaju se u Službi za epidemiologiju Zavoda za javno zdravstvo Zadar. Zdravstveni pregledi osoba koje podliježu obveznom zdravstvenom nadzoru, prema Zakonu o zaštiti pučanstva od zaraznih bolesti (NN 79/07, 113/08, 43/09, 130/17), Pravilnik o načinu obavljanja zdravstvenih pregleda osoba pod zdravstvenim nadzorom (NN 23/94, 93/00) obavezni su za određena radna mjesta. Obavljaju se kao prvi pregledi za nove zaposlenike kojima se prvi put izdaje sanitarna knjižica te kao godišnji pregled tijekom zaposlenja. Ovisno o vrsti zanimanja pregled obuhvaća sljedeće liječnički preglede: pluća (fizikalni pregled pluća, RTG prema medicinskoj indikaciji), kože i vidljivih sluznica te bakteriološki i parazitološki pregled stolice. Obavezni pregledi se provode za osobe koji obavljaju poslove, odnosno sudjeluju u proizvodnji ili prometu s hranom. Zdravstveni nadzor se provodi nad osobama:

- koje obavljaju poslove, odnosno sudjeluju u proizvodnji, prometu i usluživanju hrane ili opskrbi stanovništva vodom za ljudsku potrošnju, a koji na svojim radnim mjestima dolaze u neposredan dodir s hranom, odnosno vodom za ljudsku potrošnju,
- koje obavljaju poslove, odnosno sudjeluju u proizvodnji, prometu kozmetičkih proizvoda, a koji na svojim radnim mjestima dolaze u neposredan dodir s kozmetičkim proizvodima,

Za osobe koje rade u proizvodnji ili prometu namirnica obvezna je edukacija za stjecanje osnovnog znanja o zdravstvenoj ispravnosti namirnica i osobnoj higijeni (tečaj higijenskog minimuma).

Sanitarno-higijenski pregledi zaposlenika u razdoblju 2016. - 2018. godine

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

Osposobljavanja za rad na siguran način od 2016.-2018. godine

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

Pregledi na medicini rada u razdoblju od 2016.-2018. godine

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

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 voditeljica zaštite zdravlja i voditelj zaštite na radu i zaštite od požara samostalno i u suradnji s vanjskim ovlaštenim tvrtke te Zavodom za javno zdravstvo. Na Zavodu za javno zdravstvo tečaj Zdravstvenog odgoja pohađalo je 38 zaposlenika na temelju Zakona o zaštiti pučanstva od zaraznih bolesti (NN br.79/07). Djelatnike Odjela domaćinstva i Odjela hrane i pića 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 sprečavanja bolesti. U 2018. 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 35 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 rukovoditelje Odjela hrane i 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.

Protupožarne vježbe od 2016.-2018.

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

Održavanje i pregled protupožarnih aparata od 2016.-2018. godine

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



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

Redoviti pregledi vatrogasnih aparata

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

U 2018. godini imali smo porast pregleda vatrogasnih aparata zbog povećanog broja lokacija i uvođenja novih vatrogasnih aparata.

Promocija zdravlja zaposlenika

Ministarstvo zdravstva i Hrvatski zavod za javno zdravstvo su u okviru nacionalnog programa "Živjeti zdravo" pokrenuli projekt pod nazivom "Tvrtka prijatelj zdravlja" s ciljem poticanja poslovnih subjekata u promoviranju aktivnosti unapređenja zdravlja na radnom mjestu. Iliriji je dodijeljeno priznanje „Tvrtka prijatelj zdravlja“ za uvođenje posebnih oznaka u radnom okruženja, potom omogućavanja svojim zaposlenicima usvajanja zdravih životnih navika, promicanja i poticanja zdravlje na radnom mjestu te iskazivanja brige o zdravlju zaposlenika. Također, kompanija se obvezala da će zaposlenicima omogućavati usvajanje zdravih životnih navika, promicati zdravlje na radnom mjestu te iskazivati pozitivnu brigu o zdravlju djelatnika, potrošača, klijenata te očuvanju okoliša.

Ilirija kao društveno odgovorna kompanija polazi u svom poslovanju od načela da su zaposlenici ključ njenog uspjeha odnosno najbolji promicatelji njenih vrijednosti, potom promicatelji destinacije, nositelji usluge i poslovnog procesa. Stoga je 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 dugoročno **opredjeljenje kompanije i politiku u dijelu upravljanja ljudskim resursima**. Ilirijina opredjeljenost prema kontinuiranom unapređenju zdravlja i sigurnosti naših zaposlenika, stalnih i sezonskih kojih tijekom glavne sezone ima preko 460, kroz osigurane sigurne uvjete rada, adekvatnu opremu i kontinuiranu edukaciju smanjuje broj i učestalost ozljeda na radu, povećava produktivnost i zadovoljstvo naših zaposlenika. Uključivanjem u ovaj projekt dodatno smo pridonijeli pored (I) stvaranja zdravog radnog okruženja, (II) edukaciji i (III) informiranju naših zaposlenika što svatko od njih osobno može na dnevnoj razini činiti za svoje zdravlje.

Implementacija modula „Tvrtka prijatelj zdravlja“ provodila se na razini cijele kompanije, podrazumijevalo je i istovremeno edukaciju, informiranje naših zaposlenika i ocjenjivanje radnog okruženja tvrtke u sedam područja:

1.

- **pravilna prehrana** – s ciljem educiranja zaposlenika o temeljnim načelima pravilne prehrane i njenoj ulozi u zaštiti i unaprjeđenju zdravlja, osposobiti ih za kritičko razmišljanje o svojoj prehrani, ali i prehrani svojih bližnjih i potaknuti ih na usvajanje pravilnijih prehrambenih navika;

2.

- **zdravstvena ispravnost hrane** - upoznavanje zaposlenika s pojmom zdravstvene ispravnosti, propisima koji je reguliraju, načinu utvrđivanja MDK (maksimalno dopuštenih koncentracija) kao i načinu i rezultatima kontrole te ih upoznati s mehanizmima interne kontrole u procesu proizvodnje (HACCP) i procjeni rizika;

3.

- **promicanje tjelesne aktivnosti** - s ciljem upoznavanja zaposlenika s važnosti tjelovježbe u očuvanju i unaprjeđenju zdravlja kao i prevenciji bolesti;

4.

- **mentalno zdravlje na radnom mjestu** - s ciljem promicanja važnost osvježavanja i upravljanja stresom i čimbenicima rizika radnog okoliša koji najčešće ugrožavaju mentalno zdravlje, mogućnosti djelovanja i nošenja s istima, sprječavanje štetnih utjecaja na zdravlje te informirati o mogućim načinima dobivanja stručne pomoći i podrške;

5.

- **zabrana pušenja** – podizanje svijest o štetnom djelovanju uporabe duhana na zdravlje i razini javno-zdravstvenog problema, omogućiti samoprocjenu razine ovisnosti te informirati o prednostima i mogućnostima odvikavanja od pušenja uz stručnu podršku;

6.

- **prevencija kroničnih bolesti** - educirati zaposlenika o najčešćim kroničnim bolestima, čimbenicima rizika, mogućnostima prevencije kroničnih nezaraznih bolesti, potrebi ranog otkrivanja bolesti te važnosti usvajanja zdravih životnih navika u cilju sprječavanja bolesti;

7.

- **zabrana konzumacije alkohola** - podizanje svijest o štetnosti alkohola na zdravlje i zdravstvenim posljedicama njegove uporabe, kao javnozdravstvenom problemu i društvenim posljedicama njegove uporabe, u cilju osvještavanja mogućeg problema i poticanja na traženje savjeta i pomoći;

8.

- **kockanje i klađenje** - podizanje svijest o razvoju ovisnosti o kockanju i klađenju i razini javnozdravstvenog problema, društvenim posljedicama patološkog kockanja i klađenja, omogućavanje samoprocjene u cilju osvještavanja mogućeg problema i poticanja na traženje savjeta i pomoći;

9.

- **okoliš i zdravlje** - upoznavanje zaposlenika s čimbenicima okoliša i njihovim utjecajima na zdravlje, podizanje svijest o važnosti okoliša za zdravlje i kvalitetu života, upoznavanje s mjerama za sprječavanje štetnih utjecaja čimbenika okoliša na zdravlje ljudi;



Brinući se o zdravlju naših zaposlenika i naših gostiju Ilirija je:

Obzirom da je kupac središte naše usluge i da je turizam specifična industrija zbog činjenice da o svom kupcu brinemo 24 sata dnevno odnosno cijelo vrijeme njegova boravka u našim objektima stoga je njihova sigurnost i zdravlje pored zadovoljstva uslugom naš prioritet, a ujedno i materijalna tema čije granice se odnose na sve objekte unutar kompanije.

- implementirala i certificirala HACCAP sustava čime jamčimo 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,
- osigurala informacije označavanjem alergena u hrani,
- u svim objektima, na vidljivim mjestima, istaknuti su planovi evakuacije i spašavanja,
- primjenjuje metodologiju čistije proizvodnje,
- provodi cjelovite mjere uništavanja mikroorganizama, te suzbijanja štetnika sukladno zakonskim propisima u suradnji s ovlaštenim vanjskim tvrtkama,
- ispituje kakvoću mora,
- ispituje bazenske vode na fizikalne, kemijske i mikrobiološke parametre, i
- informira i educira o važnosti očuvanja prirodnih resursa (čuvanje i zaštite vode, energije, odlaganje otpada itd.).
- DDD mjere
- uvedena praksa rada na siguran način prilikom korištenja kemikalija
- prilikom nabave ruberine odabiru se dobavljači sa fairtrade i sustainable certifikatima
- uvela praksu izbjegavanja individualnih pakovanja proizvoda hrane i pića te prašaka za rublje
- bira proizvode koji ne štete okolišu ili je njihov utjecaj na okoliš minimalan

O brizi za zdravlje zaposlenika i gostiju dodatno svjedoče dostignuti standardi i certifikati u 2018. godini:

- HACCAP
- ISO 9001
- ISO 14001
- Plava zastava
- Zeleni ključ
- Ecocamping
- Sustainable hotel
- Travellife certifikat
- Certifikat ZelEn
- Green mark - Sign of excellence
- Halal certifikat
- Tvrtka prijatelj zdravlja

Sprečavanje i ublažavanje utjecaja zdravlja i sigurnosti na radnom mjestu direktno povezanih s poslovnim odnosima

Ilirija svojim kontinuiranim aktivnostima stvara uvjete za siguran rad svojih zaposlenika i vanjskih suradnika, te je u tom smislu osigurala provedbu sljedećih mjera:

- korištenje osobnih zaštitnih sredstava i opreme,
- upoznavanje s rizicima koji mogu nastati obavljanjem pojedinih djelatnosti,
- upoznavanje sa svim opasnostima koje se nalaze na zadanoj lokaciji, i
- monitoring.

Također, kompanija svakodnevno brine u dijelu sigurnosti na radnom mjestu o :

- sigurnom radnom okruženju,
- adekvatnoj opremi i sredstvima za rad,
- promicanju i unapređenju zdravlja na radnom mjestu, i
- edukaciji zaposlenika.

Ilirija je integrirala, organizirala i uskladila nekoliko elemenata u efikasnom i pravovremenom funkcioniranju sigurnosti:

- tehničke sustave sigurnosti,
- zaštitu ljudi i imovine od nesretnog slučaja ili elementarne nepogode. To su sustavi prijave požara, sustavi gašenja požara, sustavi evakuacije i sustavi nužne rasvjete
- zaštitu ljudi i imovine od protuzakonitog djelovanja grupa ili pojedinaca, i nastanka štetnih radnji i događaja uslijed nemara, nehaja i nepažnje
- donošenje procedura postupanja u kriznim situacijama,
- nadzor poštivanja donošenih procedura postupanja,
- uvježbavanje radnji i postupaka po donesenim procedurama postupanja u kriznim situacijama, odnosno stalna edukacija zaposlenika.

Ozljede na radu

Stope ozljeda, profesionalnih bolesti, izgubljenih dana i izostanka te broj smrtnih slučajeva povezanih s nesrećama na radu od 2016.-2018. godine

	2016.				2017.				2018.			
	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	2	0	48	0	1	0	16	0	1	0	20	0
Žensko	0	0	0	0	3	0	43	0	3	0	28	0
Ukupno	2	0	48	0	4	0	59	0	4	0	48	0

Parametar stopa ozljeda na radu od 2016.-2018. godine

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

U 2018. godini zabilježene su četiri ozljede na radu i to sve lakše bez značajnijih posljedica za zdravlje zaposlenika dok profesionalnih oboljenja i ozljeda sa smrtnim ishodom nije bilo. Učinak s obzirom na zaštitu zdravlja i sigurnost ključna je mjera dužnosti organizacije za pružanjem skrbi. Niske stope ozljeda povezujemo s pozitivnim trendovima obzirom na kontinuiranu edukaciju osoblja.

Bolesti povezane s radnim mjestom

Zbog pojave Norovirusa među gostima u kolovozu 2018. godini oboljelo je četvero djelatnika. Brigu o zdravstvenoj njezi preuzeli su djelatnici sami, a kontrolu i dozvolu za ponovim radom dao je epidemiolog Zavoda za javno zdravstvo Zadar.

5. Marketing i označavanje

Označavanje proizvoda i usluga



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

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 2018. 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 proizvođačke 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.

6. Lokalne zajednice

Odnos sa lokalnom zajednicom materijalna je tema za kompaniju, obzirom da su temelji njene poslovne strategije, misije i vizije da svojim sveukupnim aktivnostima, poslovnim i društvenim, pored razvoja kompanije, istovremeno doprinosi i razvoju zajednice kroz:

1.

doprinos razvoju gospodarstva zajednica u kojima posluje kroz društveno-ekonomske učinke poslovanja na zajednicu kroz aktivnu politiku zapošljavanja lokalnog stanovništva, kroz pozicioniranje destinacije, kroz fiskalne doprinose kompanije koji se očituju 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 turističke ponude destinacije. U destinacijama Biograd na Moru i Sv. Filip i Jakov kompanija drži preko 2/3 organizirane turističke ponude i kapaciteta visoke kategorije posebice u sektorima hotelijerstva, kampinga i nautike odnosno sa ostvarenih 646.335 noćenja u destinaciji Biograd na Moru ostvareno je sveukupno 47,76% svih noćenja destinacije,

3.

razvoj cjelogodišnjeg poslovanja kroz sustav destinacijske menadžment kompanije kroz koji smo na razini destinacije organizirali 561 događaj uglavnom u pred i posezoni sa sveukupno 58.023 osoba,

4.

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

I organizaciju 20. međunarodnog nautičkog sajma Biograd Boat Show za koji je kompanija u 2018. godini dobila nagradu „Anton Štifanić“ za poseban doprinos razvoju nautičkog turizma,

II potom organizacija maifestacije Bike&Wine – Ravni Kotari tour u suradnji sa loklanim turističkim zajednicama,

III organizacija događaja u objektu Arsenal u Zadru s posebnim naglaskom na zabavni i kulturni program (predstave, stand-up nastupi, koncerti, manifestacije)

IV organizacija događanja u objektu Aquatic centar u destinaciji Biograd na Moru s naglaskom na zabavne i sportske sadržaje

5.

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

I sudjelovanje u radu lokalnih i regionalnih turističkih zajednica (Skupštini Turističke zajednice Zadarske županije, Skupštini Turističke zajednice grada Zadra, Turističkom vijeću Turističke zajednice grada Biograda na Moru i Turističkom vijeću Općine Sv. Filip i Jakov),

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

III sudjelovanje na sjednicama, kongresima i seminarima hrvatske turističke industrije poput Dana hrvatskog turizma, Kongresu hrvatskog kampinga i I Svjetskom kamping kongresu održanom u mjesecu studenom u Lisabonu, Portugal, gdje je Međunarodni savez za kamping i karavaning, izabrao kamp „Park Soline“ među 10 najboljih kampova u Hrvatskoj i 100 najboljih u Europi,

6.

sudjelovanje u projektima i inicijativama koje dolaze iz zajednice kroz proces korporativne filantropije za koju je u 2018. godini izdvojeno 518.159,69 kuna u novcu i uslugama,

7.

brigu o zaštiti okoliša i očuvanju prirodnih resursa kroz uvođenje prirodnog plina kao energenta, dostizanje međunarodnih i domaćih standarda i certifikata na području zaštite okoliša





VI Kazalo sadržaja GRI-a

GRI standard**Objava****Stranica**

GRI 102 - Opće objave

102-1 Naziv organizacije	11
102-2 Aktivnosti, tržišne marke, proizvodi i usluge	20-39
102-3 Lokacija sjedišta organizacije	11
102-4 Lokacija poslovnih aktivnosti	12
102-5 Vlasništvo i pravni oblik	11,67
102-6 Tržišta na kojima organizacija djeluje	41-53
102-7 Veličina organizacije	13
102-8 Informacije o zaposlenicima i drugim radnicima	6,12,13,79,105,108,143-160
102-9 Dobavljački lanac	56-58
102-10 Značajne promjene u organizaciji i njenom dobavljačkom lancu	56-60
102-11 Pristup predstrožnosti	70
102-12 Vanjske inicijative	19
102-13 Članstvo u udruženjima	19
102-14 Izjava najviše rangirane osobe za donošenje odluka	5-7
102-15 Ključni utjecaji, rizici i prilike	70-71
102-16 Vrijednosti, načela, standardi i norme ponašanja	18
102-18 Upravljačka struktura	64-66
102-40 Popis ključnih dionika	76-80
102-41 Kolektivni ugovori	156
102-42 Prepoznavanje i odabir ključnih dionika	73
102-43 Pristup uključivanja dionika	73
102-44 Ključne teme i otvorena pitanja	73-75
102-45 Subjekti uključeni u konsolidirane financijske izvještaje	84
102-46 Definiranje sadržaja izvješća i granica tema	73-75
102-47 Popis materijalnih tema	73
102-48 Izmjene u informacijama	59-60
102-49 Promjene u izvještavanju	73
102-50 Izvještajno razdoblje	8
102-51 Datum posljednjeg izvještaja	8
102-52 Izvještajni ciklus	8
102-53 Kontakt za pitanja vezana uz izvještaj	8
102-54 Tvrdnje za izvještavanje sukladno GRI Standardima	8
102-55 Kazalo sadržaja GRI-a	178-182
102-56 Vanjska verifikacija	183-185

Materijalna tema	Objava	Stranica	Izostavljanje	
GRI 200: Ekonomske teme				
1.	GRI 103: Pristup upravljanju 2016.	103-1 Objašnjenje materijalne teme i njene granice	83	
		103-2 Prisutp upravljanju i njegove granice	83	
		103-3 Ocjena pristupu upravljanju	83	
	GRI 201: Ekonomski učinak	201-1 Izravna stvorena i distribuirana ekonomska vrijednost	104	
		201-2 Financijske posljedice i drugi rizici i prilike vezani uz klimatske promjene		Ne pratimo financijske posljedice vezane uz klimatske promjene
		201-3 Definirani plan beneficija i drugi mirovinski planovi		Nemamo druge mirovinske planove
		201-4 Financijska pomoć primljena od vlade		Nismo primili financijsku pomoć od Vlade
<hr/>				
2.	GRI 103: Pristup upravljanju 2016.	103-1 Objašnjenje materijalne teme i njene granice	143-144	
		103-2 Prisutp upravljanju i njegove granice	143-144	
		103-3 Ocjena pristupu upravljanju	143-144	
	GRI 202: Prisutnost na tržištu	202-1 Omjeri standardne početne plaće po spolu i lokalne minimalne plaće	107	
		202-2 Udio višeg menadžmenta zaposlenog iz lokalne zajednice	108	
<hr/>				
3.	GRI 103: Pristup upravljanju 2016.	103-1 Objašnjenje materijalne teme i njene granice	83	
		103-2 Prisutp upravljanju i njegove granice	83	
		103-3 Ocjena pristupu upravljanju	83	
	GRI 203: Neizravni ekonomski utjecaji	203-1 Potpomognuta ulaganja u infrastrukturu i usluge	105-106	
		203-2 Značajni neizravni ekonomski utjecaji	105-106	
<hr/>				
4.	GRI 103: Pristup upravljanju 2016.	103-1 Objašnjenje materijalne teme i njene granice	56-58	
		103-2 Prisutp upravljanju i njegove granice	56-58	
		103-3 Ocjena pristupu upravljanju	56-58	
	GRI 204: Prakse nabave	204-1 Udio izdataka na lokalne dobavljače	58	

Materijalna tema	Objava	Stranica	Izostavljanje
GRI 300: Okolišne teme			
GRI 103: Pristup upravljanju 2016.	103-1 Objašnjenje materijalne teme i njene granice	120-122,124	
	103-2 Prisutp upravljanju i njegove granice	120-122,124	
	103-3 Ocjena pristupu upravljanju	120-122,124	
1. GRI 302: Energija	302- 1 Potrošnja energije unutar organizacije	125-127	
	302-2 Potrošnja energije izvan organizacije	127-128	
	302-3 Energetski intezitet	129-130	
	302-4 Smanjenje potrošnje energije		Razlozi povećanja potrošnje energije navedeni na stranici 126.
GRI 103: Pristup upravljanju 2016.	103-1 Objašnjenje materijalne teme i njene granice	120-122, 131	
	103-2 Prisutp upravljanju i njegove granice	120-122, 131	
	103-3 Ocjena pristupu upravljanju	120-122, 131	
2. GRI 303: Voda	303-1 Interakcija s vodom kao zajedničkim resursom	131-136	
	303-2 Upravljanje utjecajima nastalim ispuštanjem vode	131,135-136	
	303-3 Crpljenje vode	131,134	
	303-4 Ispuštanje vode	136	
	303-5 Potrošnja vode	132-134	
GRI 103: Pristup upravljanju 2018.	103-1 Objašnjenje materijalne teme i njene granice	135	
	103-2 Prisutp upravljanju i njegove granice	135	
	103-3 Ocjena pristupu upravljanju	135	
3. GRI 306: Otpadne vode i otpad	306-1 Ispuštanje vode prema kvaliteti i odredištu	136	
	306-2 Otpad prema vrsti i metodi odlaganja	137-138	
	306-3 Značajni izljevi		Nije bilo značajnih izljeva
	306-4 Prijevoz opasnog otpada	137	
	306-5 Vodni prijamnici pogođeni ispuštanjem i/ili istjecanjem vode		Nije bilo ispuštanja i/ili istjecanja vode u vodne prijamnike
GRI 103: Pristup upravljanju 2016.	103-1 Objašnjenje materijalne teme i njene granice	139	
	103-2 Prisutp upravljanju i njegove granice	139	
	103-3 Ocjena pristupu upravljanju	139	
4. GRI 307: Pridržavanje propisa zaštite okoliša	307-1 Pridržavanje zakona i propisa iz područja zaštite okoliša	139	

Materijalna tema	Objava	Stranica	Izostavljanje	
GRI 400: Društve teme				
1.	GRI 103: Pristup upravljanju 2016.	103-1 Objašnjenje materijalne teme i njene granice	143-144	
		103-2 Prisutp upravljanju i njegove granice	143-144	
		103-3 Ocjena pristupu upravljanju	143-144	
	GRI 401: Zapošljavanje	401-1 Stope novog zapošljavanja i fluktuacije zaposlenika	151-155	
		401-2 Povlastice osigurane zaposlenicima koji rade puno radno vrijeme, a koje nisu osigurane zaposlenicima koji rade privremeno ili na nepuno radno vrijeme	156	
		401-3 Roditeljski dopust	158	
2.	GRI 103: Pristup upravljanju 2018.	103-1 Objašnjenje materijalne teme i njene granice	162-165	
		103-2 Pristup upravljanju i njegove granice	162-165	
		103-3 Ocjena pristupu upravljanju	162-165	
	GRI 403: Zdravlje i sigurnost na radnom mjestu	403-1 Sustav upravljanja zdravljem i sigurnošću na radnom mjestu	162-164	
		403-2 Identifikacija opasnosti, procjena rizika i istraživanje nesreća	165-166	
		403-3 Zdravstvene usluge na radnom mjestu	166-168	
		403-4 Sudjelovanje radnika, savjetovanje i komunikacija o zdravlju i sigurnosti na radnom mjestu	168-169	
		403-5 Obuka radnika o zdravlju i sigurnosti na radnom mjestu	167-169	
		403-6 Promocija zdravlja radnika	169-170	
		403-7 Sprečavanje i ublažavanje utjecaja zdravlja i sigurnosti na radnom mjestu direktno povezanih s poslovnim odnosima	171-172	
3.	GRI 103: Pristup upravljanju 2016.	103-1 Objašnjenje materijalne teme i njene granice	160	
		103-2 Prisutp upravljanju i njegove granice	160	
		103-3 Ocjena pristupu upravljanju	160	
	GRI 404: Obuka i obrazovanje	404-1 Prosječan broj godišnjih sati obuke po zaposleniku	160-161	
		404-2 Programi stjecanja vještina I programi koji podupiru stalnu mogućnost izvještavanja	161	
		404-3 Postotak zaposlenika koji dobivaju redovitu ocjenu radnog učinka	160	
	4.	GRI 103: Pristup upravljanju 2016.	103-1 Objašnjenje materijalne teme i njene granice	158
			103-2 Prisutp upravljanju i njegove granice	158
			103-3 Ocjena pristupu upravljanju	158
		GRI 406: Raznolikost i jednake mogućnosti	406-1 Raznolikost upravnih tijela i zaposlenika	108, 159
		406-2 Omjer osnovne plaće i naknade za žene i muškarce	159	

Materijalna tema	Objava	Stranica	Izostavljanje
GRI 400: Društve teme			
5.	GRI 103: Pristup upravljanju 2016.	103-1 Objašnjenje materijalne teme i njene granice	175
		103-2 Prisutp upravljanju i njegove granice	175
		103-3 Ocjena pristupu upravljanju	175
	GRI 407: Lokalne zajednice	407-1 Djelatnosti u kojima su provedeni uključivanje lokalne zajednice, procjene utjecaja i razvojni programi	175-176
		407-2 Djelatnosti sa značajnim stvarnim i potencijalnim negativnim utjecajima na lokalne zajednice	71
<hr/>			
6.	GRI 103: Pristup upravljanju 2016.	103-1 Objašnjenje materijalne teme i njene granice	163-164,171
		103-2 Prisutp upravljanju i njegove granice	171
		103-3 Ocjena pristupu upravljanju	171
	GRI 416: Zdravlje i sigurnost kupca	416-1 Procjena utjecaja na zdravlje i sigurnost značajnih kategorija proizvoda i usluga	174
		416-2 Slučajevi nepridržavanja propisa u vezi utjecajima proizvoda na zdravlje i sigurnost	174
<hr/>			
7.	GRI 103: Pristup upravljanju 2016.	103-1 Objašnjenje materijalne teme i njene granice	77-78, 162-163, 174
		103-2 Prisutp upravljanju i njegove granice	77-78, 162-163, 174
		103-3 Ocjena pristupu upravljanju	77-78, 162-163, 174
	GRI: 417: Marketing i označavanje	417-1 Vrsta podataka o proizvodu i usluzi i označavanje	174
		417-2 Slučajevi nepridržavanja propisa i dobrovoljnih kodeksa u vezi s podacima o proizvodu i usluzi te označavanju	174
		417-3 Slučajevi nepridržavanja propisa i dobrovoljnih kodeksa u vezi s marketinškim komunikacijama	77



VII Vanjska verifikacija

Mišljenje komisije upravnog vijeća HR PSOR-a na Izvještaj o društveno odgovornom poslovanju Ilirije d.d. za 2018. godinu

Komisija upravnog vijeća HR PSOR-a proučila je izvještaj Ilirije d.d. o društveno odgovornom poslovanju za 2018. godinu i konstatirala da Izvještaj sadržava ključne zahtjeve Standarda Globalne inicijative za izvještavanje, Sržne opcije te potvrdila sukladnost Izvještaja s GRI Standardima - Sržna opcija.

Sukladno Smjernicama za izvještavanje GRI-a, izvještaj počinje obraćanjem predsjednika uprave Ilirije Biograd u kojem su sumirani najvažniji događaji i rezultati kompanije u izvještajnom periodu. Iako se obraćanje temelji uglavnom na financijskim rezultatima, ono se dijelom dotiče i nefinancijskih utjecaja gdje se naglašavaju najvažniji rezultati u području utjecaja na okoliš i društvo, a posebno su istaknuti podaci kao što su iznos povećanja plaća, iznos koji je u tijeku godine uloženi u projekte zaštite okoliša te broj sati edukacije i obrazovanja koje su pohodili zaposlenici u 2018. godini.

Ilirija je kao i u prethodnim izvještajima o društveno odgovornom poslovanju dala vrlo detaljan opis svojeg, portfelja, ponude, strukture upravljanja te prikaz poslovanja, pregled noćenja, gostiju, i ostalih materijalnih pokazatelja koji su nam dali vrlo detaljnu sliku poslovanja i aktivnosti provedenih u 2018. godini. Također mogli smo se uvjeriti da je Ilirija Biograd d.d. poduzeće iznimne tradicije u poslovanju u turističkom sektoru koja se prožima i kroz današnju ponudu i pristup razvoju čime se garantira posebnost ponude koja rezultira povjerenjem gostiju.

U izvještaju je moguće uočiti značajne napretke u upravljanju nefinancijskim utjecajima u odnosu na protekle izvještaje, pa je tako npr. opisan proces konzultacija s dionicima o popisu materijalnih tema uključenih u izvještaj. Proces je dokumentiran i detaljno opisan te je pokazao da su 15 materijalnih tema koje je odabrao stručni tim Ilirije ocjenjene putem mrežnih stranica od strane 20 dioničkih organizacija koje su ocjenama nominirale svih 15 tema u izvještaj. Ovaj proces je svakako značajan napredak u odnosu na ranije, no moguće ga je dodatno razvijati što predlažemo Iliriji za naredni period. Preporuka je da u konzultacije uđe veći broj tema te da se zaista prepusti dionicima da nominiraju ali i odbace suvišne teme. Također bi bilo dobro za transparentnost postupka dobiti uvid u popis sudionika procesa ili barem profil organizacija koje su sudjelovale i dionika koje predstavljaju.

Također je napredak u odnosu na proteklu godinu taj što je Ilirija prepoznala među rizicima koji mogu ugroziti poslovanje i rizik od klimatskih promjena. Bilo bi korisno vidjeti i na koji način menadžment promišlja upravljanje ovim rizicima koji su izgledni i relativno visokog potencijalnog učinka pogotovo što su prilike za razvoj koje je kompanija prepoznala djelomično i odgovor na rizike od klimatskih promjena.

Zanimljiva je činjenica da se kao nagrada za ostvarene poslovne rezultate Društva određeni udio vlastitih dionica dodijelio zaposlenicima Društva bez naknade, što predstavlja visoku razinu povjerenja i zahvalnosti zaposlenicima.

Pohvalili bismo i činjenicu da uz postojeće mehanizme proizašle iz obaveze provođenja politike raznolikosti i nediskriminacije unutar kompanije i promicanja načela raznolikosti, Ilirija ulaže dodatni napor imenovanjem predstavnika za zaštitu dostojanstva radnika. Naglašavamo i činjenicu da je u strukturi novozaposlenih veći udio žena, te da je čak 70% zaposlenika koji su ponovno primljeni u radni odnos. Zamjetan je i visok postotak žena u visokom menadžmentu, a treba posebno istaknuti i čestitati na certifikatu Tvrtka prijatelj zdravlja koja je dodijeljena temeljem brige za i promicanja zdravlja na radnom mjestu.

Kada promatramo poglavlje okolišnih učinaka, pohvaljujemo činjenicu da Ilirija ima politiku zaštite okoliša, a neki od kapaciteta Ilirije su nagrađeni standardima Zlatni ključ i Ecokamping koji govore o visokim standardima upravljanja okolišem prvenstveno upravljanjem resursima kao što su voda i energija.

Vidljiv je trend višegodišnjeg povećanja investicija u projekte zaštite okoliša (čak 227% više u odnosu na prošlu godinu), osobito ulaganja u korištenje čistijih energenata, što je rezultiralo smanjenjem korištenja loživog ulja i povećanjem potrošnje zemnog plina od čak 337%. Također, Ilirija se može pohvaliti potrošnjom električne energije u vlastitim objektima koja je nastala isključivo iz obnovljivih izvora.

Usprkos opisanim rezultatima, Ilirija bilježi povećanje potrošnje energije i vode te povećanje proizvodnje otpada svih kategorija, što se dijelom može objasniti povećanjem kapaciteta, no zabilježeno je i povećanje energetske intenziteta u gotovo svim kategorijama te ovaj podatak ukazuje na područje mogućeg poboljšanja za naredni period.

Predlažemo da se u narednom izvještaju prikažu neizravni ekonomski utjecaji u ukupnom iznosu a ne samo u lokalnom kontekstu te da na isti način raznolikost radne snage umjesto po mjestu prebivališta bude prikazana prema ugroženim skupinama u skladu s Poveljom o raznolikosti. Napredak bi bili unaprijed postavljeni kvalitativni i kvantitativni okolišni i društveni ciljevi za iduća poslovna razdoblja koji proizlaze iz definirane okolišne i društvene politike organizacije, a predlažemo i razvoj dodatnih kriterija za odabir dobavljača temeljem njihovog utjecaja na okoliš i društvo kao dodatan doprinos kompanije održivom razvoju.

Sumarno gledano, izvještaj koji je pred nama predstavlja izniman napredak u odnosu na izvještaj prethodne godine te zahvaljujemo i čestitamo Iliriji na ogromnom trudu koji su uložili i napretku koji je rezultat istog.



Hrvatski poslovni savjet za održivi razvoj
Croatian Business Council for Sustainable Development



ILIRIJA D.D.

Tina Ujevića 7, Biograd na Moru, Republika Hrvatska

TEL: 023 383 165 FAX: 023 384 564

www.ilirijabiograd.com