



TURISTIČKA ZAJEDNICA  
**KVARNER**

**PROGRAM RADA  
S FINANCIJSKIM PLANOM  
TZ KVARNERA  
ZA 2015. GODINU**

Opatija, prosinca 2014.

## **UVOD**

---

Prijedlog programa rada s financijskim planom TZ Kvarnera za 2015. godinu izrađen je temeljem:

- fizičkih rezultata turističkog prometa ostvarenog na Kvarneru i u Hrvatskoj za razdoblje siječanj – rujan 2014. godine,
- iskustava iz 2014. i prijašnjih godina,
- zaključka sa sjednice Turističkog vijeća TZ Kvarnera od 5. rujna 2014. godine

zatim, u skladu sa strateškim dokumentima:

- „Glavni plan razvitka turizma Primorsko-goranske županije 2005.-2015.“,
- „Strateški marketinški plan turizma PGŽ 2009.-2015.“,
- „Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine“.

U očekivanju:

- Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma - moguće su izmjene predloženog Programa rada s financijskim planom TZ Kvarnera tijekom 2015. godine, a temeljem dodatnih odluka tijela TZ Kvarnera.

Program rada s financijskim planom TZ Kvarnera za 2015. usvaja se na 2. sjednici Skupštine TZ Kvarnera, održanoj 02. prosinca 2014. godine.

## 1. REZULTATI FIZIČKOG TURISTIČKOG PROMETA U RAZDOBLJU SIJEČANJ-RUJAN 2014.

Planom Turističke zajednice Kvarnera za 2014. bilo je predviđeno ostvarenje fizičkog prometa na razini očekivanog ostvarenja 2013. godine, i to:

- 2,2 milijuna dolazaka
- 12,5 milijuna noćenja.

**U razdoblju siječanj-rujan 2014. godine** na području Kvarnera zabilježeno je **2.095.943 dolazaka** i **11.769.116 noćenja**. **Domaći turisti** ostvarili su 211.230 dolazaka te 959.404 noćenja (8% ukupnih noćenja), dok su strani turisti ostvarili 1.884.713 dolazaka te 10.809.712 noćenja (92% ukupnih noćenja).

**Ukupan broj dolazaka turista u razdoblju siječanj-rujan 2014. godine je za 1% manji** u odnosu na prošlu godinu, domaći dolasci su manji za 5%, a dolasci stranih turista manji su za 1%.

**Ukupan broj noćenja u razdoblju siječanj-rujan 2014. godine u usporedbi s razdobljem siječanj-rujan 2013. godine je za 3% manji od prošlogodišnjih rezultata** pri čemu su ostvarena noćenja domaćih gostiju za 6% manja, a strana noćenja su manja za 3%.

### Po subregijama:

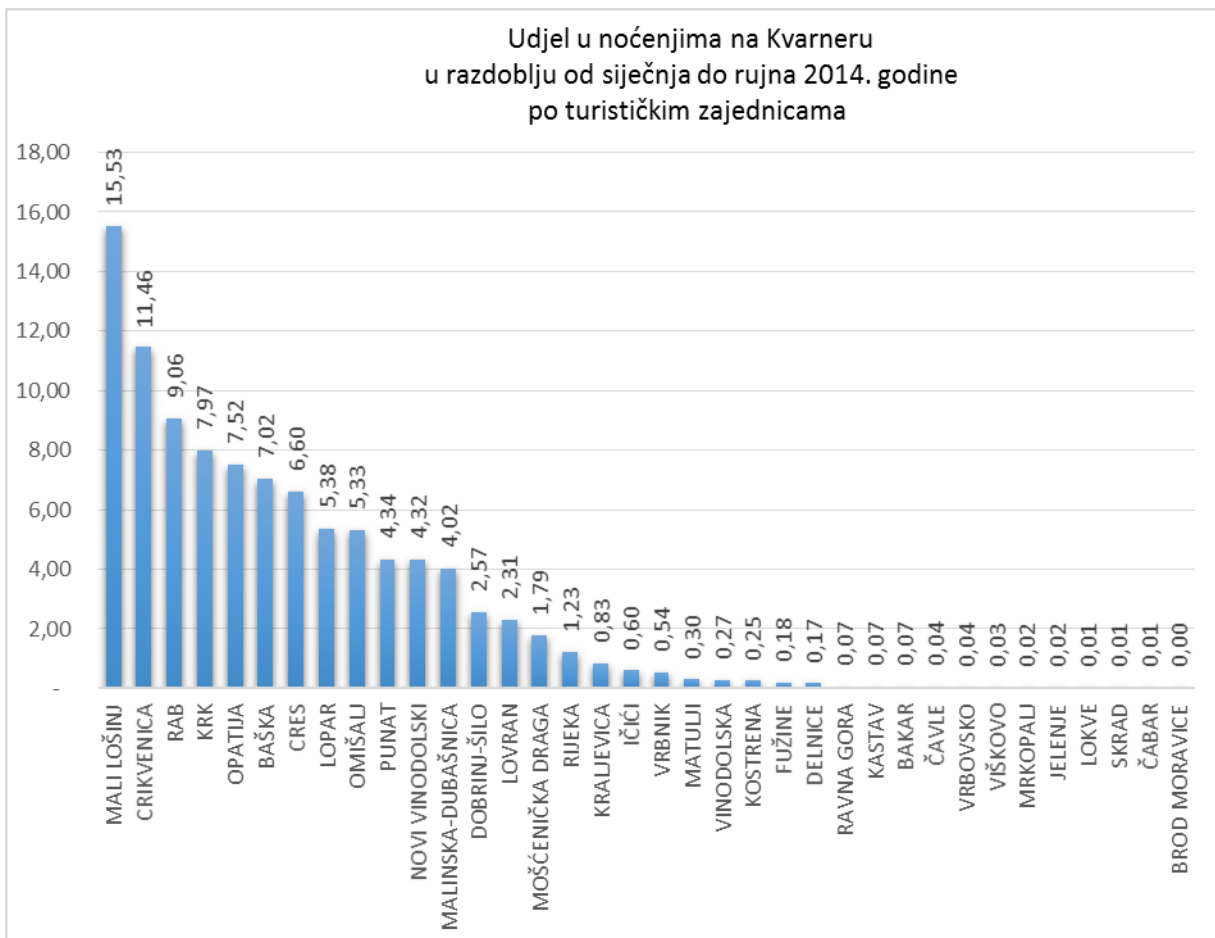
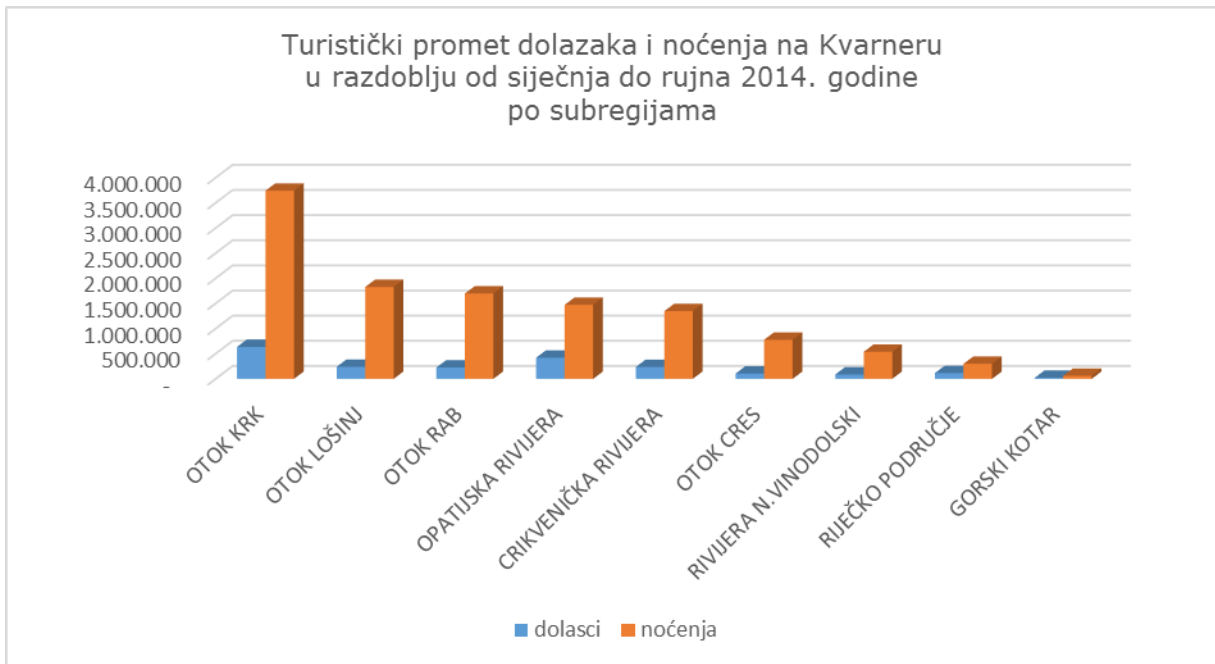
- otok Krk je ostvario najveći broj noćenja, 3.742.673, što iznosi 31,80% ukupnog udjela u županijskim noćenjima Kvarnera
- otok Lošinj s 15,53%
- otok Rab s 14,43%
- Opatijska rivijera s 12,52%
- Crikvenička rivijera s 11,46%
- otok Cres 6,60%
- rivijera Novi Vinodolski 4,59%
- Riječko područje 2,55%
- te Gorski kotar s 0,52% udjela u županijskim noćenjima u navedenom razdoblju

odnosno:

SIJEČANJ - RUJAN 2014. godine						
SUBREGIJA	DOLASCI			NOĆENJA		
	dolasci	UDJEL	INDEKS (Ix 14/13)	noćenja	UDJEL	INDEKS (Ix 14/13)
OPATIJSKA RIVIJERA	422.271	20,15	103	1.473.303	12,52	101
RIJEČKO PODRUČJE	116.695	5,57	110	299.976	2,55	111
CRIKVENIČKA RIVIJERA	237.565	11,33	96	1.348.625	11,46	96
RIVIJERA N.VINODOLSKI	87.063	4,15	99	540.343	4,59	99
OTOK KRK	636.664	30,38	98	3.742.673	31,80	97
OTOK CRES	106.282	5,07	98	776.758	6,60	101
OTOK LOŠINJ	240.462	11,47	93	1.828.249	15,53	93
OTOK RAB	227.056	10,83	95	1.698.473	14,43	95
GORSKI KOTAR	21.885	1,04	94	60.716	0,52	99
<b>PGŽ</b>	<b>2.095.943</b>	<b>100,00</b>	<b>99</b>	<b>11.769.116</b>	<b>100,00</b>	<b>97</b>

Izvor: TU TZ Kvarnera

PROGRAM RADA S FINANCIJSKIM PLANOM TZ KVARNERA  
ZA 2015. GODINU



PROGRAM RADA S FINANCIJSKIM PLANOM TZ KVARNERA  
ZA 2015. GODINU

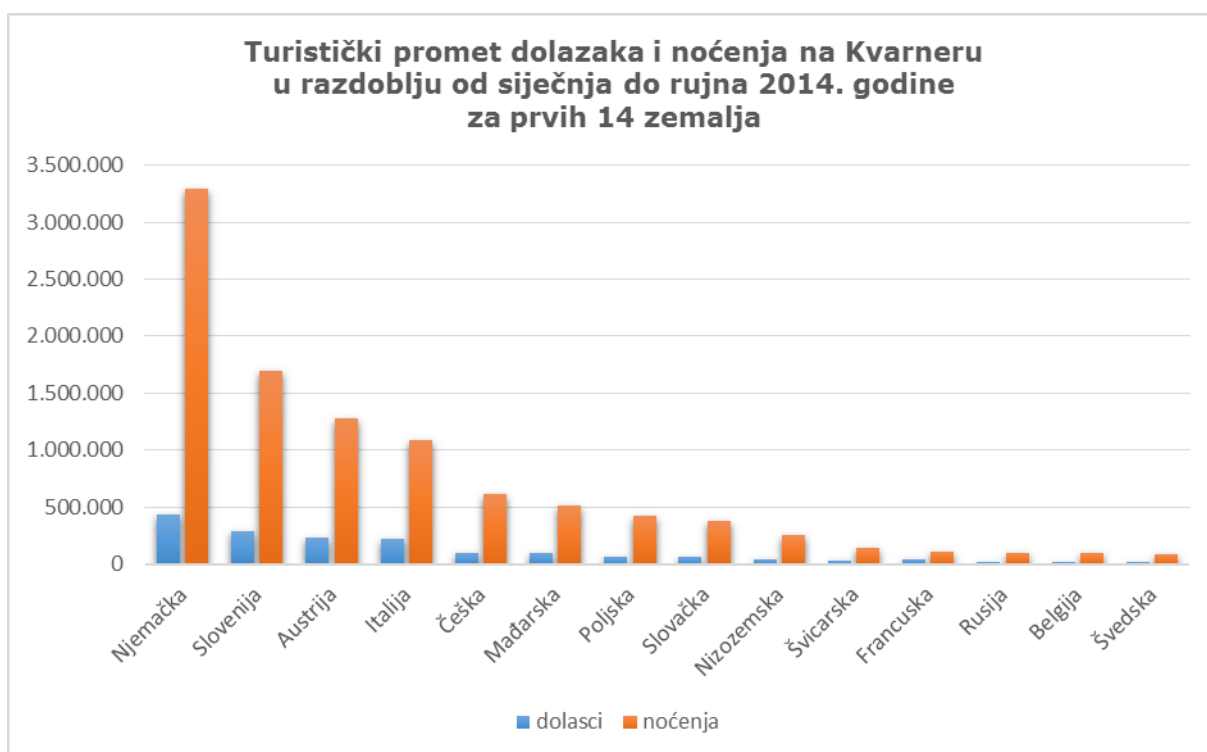
---

**Po tržištima:** Najveći broj inozemnih noćenja na Kvarneru u razdoblju siječanj-rujan 2014. godine ostvarili su gosti iz Njemačke 30,44% (2% manje), Slovenije 15,64% (3% manje), Austrije 11,81% (1% manje), Italije 10,11% (5% manje), Češke 5,66% (7% manje), Mađarske 4,78% (6% više), Poljske 3,87% (7% manje), Slovačke 3,55% (4% manje), Nizozemske 2,35% (1% manje) te Švicarske 1,32% (1% manje).

Σ = 93,20% ino noćenja	siječanj - rujan 2014.			INDEKS 2014/2013	
	dolasci	noćenja	UDJEL noćenja(%)	dolasci	noćenja
Njemačka	440.343	3.290.630	30,44	99	98
Slovenija	289.123	1.690.515	15,64	101	97
Austrija	234.371	1.277.118	11,81	98	99
Italija	219.655	1.093.216	10,11	98	95
Češka	92.003	612.307	5,66	93	93
Mađarska	102.700	516.504	4,78	106	106
Poljska	69.094	418.386	3,87	93	93
Slovačka	61.366	383.749	3,55	95	96
Nizozemska	43.880	254.228	2,35	99	99
Švicarska	34.456	142.183	1,32	100	99
Francuska	36.227	112.743	1,04	92	94
Rusija	13.671	99.537	0,92	100	103
Belgija	18.360	92.621	0,86	79	84
Švedska	18.172	90.756	0,84	106	107

Izvor: TU TZ Kvarnera

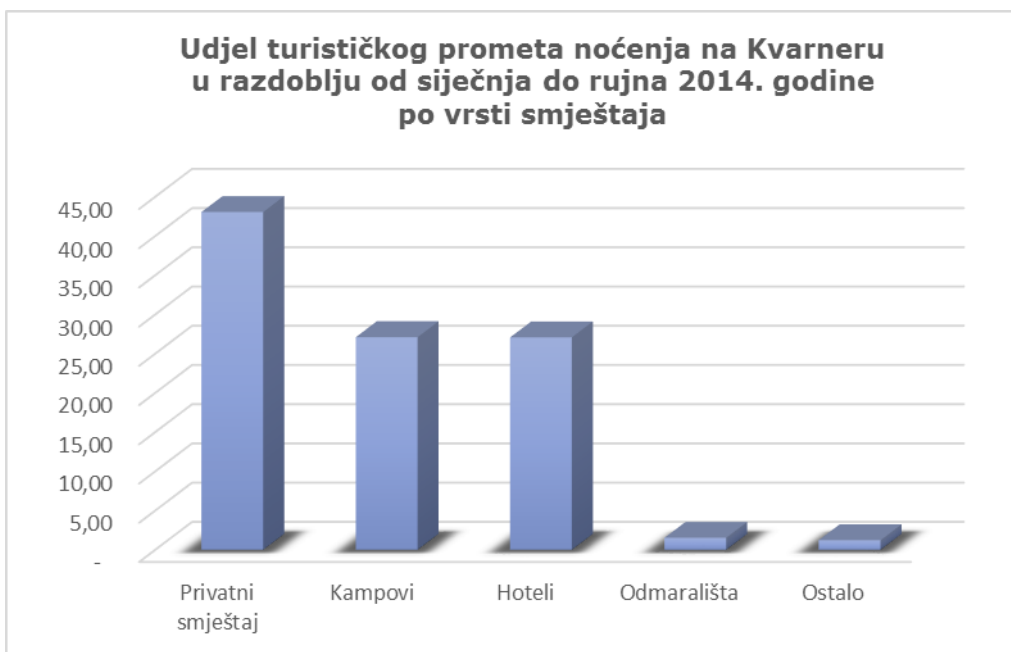
PROGRAM RADA S FINANCIJSKIM PLANOM TZ KVARNERA  
ZA 2015. GODINU



**Po smještajnim kapacitetima:** Najviše noćenja, 5.067.668 ostvareno je u privatnom smještaju (1% manje u odnosu na isto razdoblje prošle godine), zatim u kampovima 3.189.750 noćenja (3% manje), u hotelima 3.187.084 noćenja (4% manje), u odmaralištima 180.439 noćenja (26% manje) te ostali smještajni kapaciteti s 144.175 noćenja (25% više).

<b>SIJEČANJ - RUJAN 2014. godine</b>						
<b>VRSTA SMJEŠTAJA</b>	<b>DOLASCI</b>	<b>UDJEL dolazaka</b>	<b>INDEKS dolazaka (Ix 14/13)</b>	<b>NOĆENJA</b>	<b>UDJEL noćenja</b>	<b>INDEKS noćenja (Ix 14/13)</b>
Privatni smještaj	712.123	33,98	99	5.067.668	43,06	99
Kampovi	512.464	24,45	97	3.189.750	27,10	97
Hoteli	819.425	39,10	99	3.187.084	27,08	96
Odmarališta	24.062	1,15	66	180.439	1,53	74
Ostalo	27.869	1,33	137	144.175	1,23	125
<b>UKUPNO</b>	<b>2.095.943</b>	<b>100,00</b>	<b>99</b>	<b>11.769.116</b>	<b>100,00</b>	<b>97</b>

Izvor: TU TZ Kvarnera



## **2. GLAVNA TEŽIŠTA DJELOVANJA I STRATEŠKE AKTIVNOSTI TZ KVARNERA U TURISTIČKOJ 2015. GODINI**

---

### **2.1. STRATEŠKI DOKUMENTI ZA IZRADU PROGRAMA RADA ZA 2015. GODINU**

Ciljevi turističke 2015. godine temelje se na sljedećim strateškim dokumentima:

- „Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine“,
- „Glavni plan razvitka turizma Primorsko-goranske županije 2005.-2015.“,
- „Strateški marketinški plan turizma PGŽ 2009.-2015.“,

a u očekivanju:

- Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma

#### **2.1.1. Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine**

---

##### **Strateški ciljevi i zadaci razvoja hrvatskog turizma**

Poticanje bržeg gospodarskog rasta temeljenog na integraciji tržišta i institucionalnim reformama, viša stopa zaposlenosti i promicanje održivog razvoja tri su glavna strateška cilja Nacionalnog strateškog referentnog okvira.

Sukladno tome, a vodeći istodobno računa o postojećim ograničavajućim činiteljima budućeg turističkog razvoja RH te o globalnim trendovima u turističkoj potražnji, glavni cilj razvoja hrvatskog turizma do 2020. godine je povećanje njegove atraktivnosti i konkurentnosti, što će rezultirati ulaskom u vodećih 20 turističkih destinacija u svijetu po kriteriju konkurentnosti.

Istodobno, ostali strateški ciljevi turističkog razvoja do 2020. godine su:

##### **- Poboljšavanje strukture i kvalitete smještaja**

Kontinuirano povećanje udjela hotela te podizanje kvalitete smještaja u kampovima i kućanstvima uz opadanje njihovih udjela u ukupnom smještajnom kapacitetu. Udio smještaja mjerenih brojem ležaja u hotelima povećava se s 13,1% u 2011. godini na 18,1%, dok se udio kampova istodobno povećava s 25,2% na 25,8%, a obiteljskog smještaja u kućanstvima smanjuje s 48,7% na 43,4%;

##### **- Novo zapošljavanje**

Otvaranje od 20 do 22 tisuće novih radnih mjesta u turizmu te oko 10 tisuća radnih mjesta u neturističkim djelatnostima, ali induciranih turističkom aktivnošću;

##### **- Investicije**

Realizacija novih investicija u iznosu od oko 7 milijardi eura;

##### **- Povećanje turističke potrošnje**

Ostvarivanje 14,3 milijardi eura ukupne godišnje turističke potrošnje, od čega će 12,5 milijardi eura otpadati na inozemnu, a 1,8 milijardi na domaću potrošnju. Ostvarivanje te razine turističke aktivnosti, uz povećano korištenje turizma za plasman domaćih proizvoda i usluga, gotovo će udvostručiti izravan utjecaj turizma na bruto dodanu vrijednost Hrvatske dostignut u 2011. godini.

#### **2.1.2. Glavni plan razvitka turizma Primorsko-goranske županije 2005.- 2015.**

---

Kvarner je jedna od malobrojnih turističkih regija Hrvatske koja raspolaže strateškim dokumentom razvitka turizma. Temeljem ovog krovnog dokumenta, pokrenut je, nadalje, proces izrade Akcijskih planova razvoja turizma na razini



gradova i općina u regiji. Glavni plan rukovodi se općim ciljevima održivog razvoja, povećanja blagostanja stanovništva i povećanja konkurentnosti turističke ponude PGŽ. U tim okvirima, Glavni plan postavlja i niz dugoročnih ekonomskih, ekoloških i društvenih ciljeva.

Vizija Kvarnera podrazumijeva destinaciju zdravog načina života i očuvane prirode, opuštanja, ugone i dobrog osjećaja, povijesne arhitekture i jedinstvenih urbanih cjelina, obrazovanja, inovativnosti i kreativnosti, po mjeri čovjeka i sigurnosti. Portfelj primarnih turističkih proizvoda uključuje odmorišni, događajni, zdravstveni i poslovni turizam.

Tijekom 2011. godine pristupilo se izradi izmjena i dopune Projekta koje su usvojene na zajedničkoj sjednici Skupštine TZ Kvarnera i Skupštine PGŽ 28. lipnja 2012. godine.

### **2.1.3. Strateški marketinški plan turizma Primorsko-goranske županije 2009.-2015.**

---

Temeljem «Glavnog plana razvitka turizma Primorsko-goranske županije 2005.-2015.» TZ Kvarnera je, uz potporu Primorsko-goranske županije, pristupila izradi strateškog marketinškog plana turizma u cilju brendiranja i pozicioniranja regije. Projekt je predstavljen i usvojen na Turističkom vijeću TZ Kvarnera 6. listopada, prihvaćen na sjednici Županijske skupštine PGŽ 28. listopada i na sjednici Skupštine TZ Kvarnera dana 2. prosinca 2008. godine.

Odgovarajući na bitne promjene u okruženju i u funkciji pozitivnog utjecaja na povećanje efikasnosti turističkog gospodarstva i produljenje turističke sezone, strateški ciljevi destinacijskog marketinga Kvarnera za razdoblje 2009.-2015. su:

- otvaranje novih tržišta i novih tržišnih segmenata
- izgradnja brenda Kvarnera i konkurentnog pozicioniranja
- poticanje turističkih proizvoda koji će kupcima pružiti trajne koristi
- komunikacija s kupcima kroz suvremene komunikacijske medije
- osiguranje značajnije prisutnosti u nacionalnoj promidžbi

Projekt „Strateški marketinški plan turizma Kvarnera 2009.-2015.“ sačinjavaju tri osnovna segmenta:

- Krovni plan: Dokument razrađuje krovnu marketinšku strategiju turizma Kvarnera;
- Subregionalni planovi: 'Spuštajući' krovnu marketinšku strategiju turizma Kvarnera na razinu pojedinih subregija, razrađuje se marketinška strategija za svaku od osam subregija na Kvarneru. Cilj je osigurati umreženi i time osnaženi marketinški nastup subregija i Kvarnera u cjelini. Dokumenti slijede metodologiju Krovnog plana i međusobno su metodološki ujednačeni.
- Proizvodni planovi: Dokument prikazuje faktore uspjeha razvoja ključnih turističkih proizvoda Kvarnera, te posebno razrađuje vrste i sadržaj promocijskih aktivnosti za svaki od proizvoda.

### 3. CILJEVI POSLOVANJA TZ KVARNERA U 2015. GODINI

---

**Ostvarenje fizičkog turističkog prometa na razini očekivanog ostvarenja 2014. godine (ponavljanje rezultata) = plan za 2015. godinu:**

- 2,2 milijuna dolazaka
- 12,2 milijuna noćenja

#### Ciljna tržišta

---

U skladu sa SMPT Kvarnera:

<b>Primarna</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hrvatska</li> <li>• Njemačka, Slovenija, Italija, Austrija, Češka, Mađarska</li> </ul>
<b>Sekundarna</b>	Poljska, Slovačka, Benelux, Skandinavija
	<b>Ostala tržišta u blizini:</b> Srbija, Bosna i Hercegovina
<b>Tercijarna</b>	Švicarska, Velika Britanija
<b>Potencijalna</b>	Rusija, Ukrajina, Francuska, Španjolska
<b>Ostala</b>	S.A.D., Kanada, Japan, Kina, Indija

#### Ciljni potrošački segmenti

---

U skladu sa SMPT Kvarnera:

Gosti na odmoru:

- Obitelji s djecom
- Zrela dob (50-65)
- Mladi parovi (25-35)
- Treća dob (66+)
- Mladi (18-24)

#### Prioritetni turistički proizvodi

---

<b>Aktivni odmor</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ Ljetni odmor na suncu i moru</li> <li>⇒ Odmor uz more izvan glavne sezone</li> <li>⇒ Odmor u gorskim i ruralnim područjima</li> </ul>
<b>Poslovni turizam</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ Kongresi i skupovi</li> <li>⇒ Team-building</li> <li>⇒ Incentive</li> </ul>
<b>Zdravstveni turizam</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ Wellness</li> <li>⇒ Thalasso</li> <li>⇒ Medicinski programi</li> </ul>
<b>Proizvodi sporta i soft adventure</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ Planinarenje i hodaње</li> <li>⇒ Biciklizam</li> <li>⇒ Ronjenje</li> <li>⇒ Sportske pripreme</li> </ul>
<b>Nautički turizam</b>	⇒ Nautički turizam
<b>Kulturni turizam</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ Događaji, festivali i manifestacije</li> <li>⇒ Gastronomija</li> <li>⇒ Vjerski turizam</li> <li>⇒ Gradski turizam</li> <li>⇒ Kulturne ture i touring</li> </ul>

**Sve projektne aktivnosti navedene u Programu rada za 2015. godinu imaju za cilj omogućiti aktivnosti upravljanja destinacijom te:**

- **daljnju implementaciju brend strategije Kvarnera,**
- **afirmaciju brenda Kvarnera na postojećim ali i novim tržištima,**
- **razvoj novih turističkih proizvoda Kvarnera uz uvođenje novih marketing brendova te njihovo pozicioniranje na tržištu,**
- **jačanje konkurentnosti i atraktivnosti proizvoda Kvarnera,**
- **razvoj dodane vrijednosti destinacijske ponude u razdoblju pred i posezone**
- **suradnju privatnog i javnog sektora**
- **produženje turističke sezone i smanjenje sezonalnosti, te povećanje turističkog prometa**

**Tijekom 2015. godine pristupit će se odabiru izvođača Glavnog plana razvitka turizma Kvarnera za razdoblje 2016.-2020.**

## I. ADMINISTRATIVNI TROŠKOVI

### I.1. Turistički ured TZ Kvarnera

TZ Kvarnera osnovana je na Osnivačkoj Skupštini Zajednice dana 10. listopada 1994. godine u Opatiji i već 20-tu godinu djeluje kroz aktivnosti Ureda i Zajednice u skladu sa Zakonom i propisima. Sve aktivnosti TZ Kvarnera proizlaze iz zadaća navedenih u Zakonu o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (152/08) i to:

- promocija turističke destinacije na razini županije samostalno i putem udruženog oglašavanja,
- upravljanje javnom turističkom infrastrukturom danom na upravljanje od strane Županije,
- sudjelovanje u definiranju ciljeva i politike razvoja turizma na nivou županije u svezi s politikom planiranja razvoja turizma na nacionalnom nivou,
- izrada strategije razvoja turizma na nivou županije,
- promocija turističke ponude županije u zemlji i inozemstvu u koordinaciji s Hrvatskom turističkom zajednicom,
- obogaćivanje ukupne turističke ponude županije i kreiranje novih proizvoda turističke regije, a poglavito u selektivnim oblicima turizma (seoski, kulturni, zdravstveni turizam i dr.),
- pružanje stručne i svake druge pomoći turističkim zajednicama s područja županije u pitanjima važnim za njihovo djelovanje i razvoj, te poticanje i pomaganje razvoja turizma na područjima koja nisu turistički razvijena,
- koordinacija djelovanja i nadzor izvršavanja ciljeva i zadaća turističkih zajednica općina i gradova s područja županije,
- sudjelovanje u izradi planova razvoja turizma i strateškoga marketinškog plana hrvatskog turizma,
- donošenje strateškoga marketinškog plana za područje županije, sukladno strateškom marketinškom planu hrvatskog turizma,
- poticanje, očuvanje, unapređivanje i promicanje svih postojećih turističkih resursa i potencijala, te turističke ponude županije,
- prikupljanje i tjedna i mjesečna obrada podataka o turističkom prometu i svih drugih podataka bitnih za praćenje izvršenja postavljenih ciljeva i zadaća (zbirno izvješće općina i gradova),
- obavljanje informativnih poslova u svezi s turističkom ponudom,
- izrada polugodišnjih i godišnjih izvješća, analiza i ocjena ostvarenja programa rada i financijskog plana turističke zajednice županije,
- ustrojavanje jedinstvenog turističkog informacijskog sustava, sustava prijave i odjave turista i statističke obrade prema turističkim zajednicama nižeg ustroja i Hrvatskoj turističkoj zajednici,
- objedinjavanje zajedničkih razvojnih projekata turističkih zajednica općina i gradova, te turističkih zajednica područja od značaja za županiju,
- obavljanje i drugih poslova propisanih ovim Zakonom ili drugim propisom.

Zajednica sudjeluje i provodi programe i akcije Hrvatske turističke zajednice od zajedničkog interesa za sve subjekte u turizmu, te podizanja razine kvalitete turističke ponude Hrvatske.

Zajednica surađuje s regionalnim turističkim organizacijama iz drugih zemalja i članom je međunarodnih turističkih organizacija (MedCruise, Skål International).

U svom djelovanju Turistički ured TZ Kvarnera surađuje s Hrvatskom turističkom zajednicom i predstavništvima HTZ-a u inozemstvu, 36 turističkih zajednica gradova, općina, mjesta i jedinom otočkom turističkom zajednicom, otoka Krka, te koordinacijom turističkih zajednica Gorskog kotara zatim s Ministarstvom turizma, Primorsko-goranskom

županijom i HGK Županijskom komorom Rijeka, Obrtničkom komorom, JLS, Policijskom upravom Primorsko-goranskom, Hrvatskom udrugom hotelijera, UHPA, Udrugom hrvatskih marina, Kamping udrugom Hrvatske, ostalim županijskim turističkim zajednicama, hotelskim kućama, turističkim agencijama, jedinicama lokalne samouprave, medijma, PR agencijama, Sveučilištem u Rijeci, Klasterom zdravstvenog turizma Kvarnera i drugima.

Uz aktivnosti navedene u Programu rada, TZ Kvarnera obavlja se i niz ostalih aktivnosti koje proizlaze tijekom godine. Pri tom, Turistički ured TZ Kvarnera zapošljava (stanje rujna 2014.):

- direktoricu
- dvije savjetnice
- voditeljicu poslova na info punktu
- stručnu suradnicu
- voditeljicu kadrovskih i administrativnih poslova
- stručnu referenticu
- informatoricu na info punktu „Kvarner Info Vrata Jadrana“

Prema potrebi, tijekom vikenda i glavne turističke sezone kao i/ili uslijed povećanog opsega posla, za rad na info punktu „Kvarner Info Vrata Jadrana“ i u Turističkom uredu TZ Kvarnera privremeno se zapošljavanju studenti, te djelatnici putem Agencije rada ili drugih posrednika/davatelja usluga u zapošljavanju.

U skladu s planiranom novom sistematizacijom radnih mjesta i raspoloživim financijskim sredstvima pristupit će se zapošljavanju novih radnika.

U skladu s dotrajalošću opreme u TZ Kvarnera (informatičke, kancelarijske, osobnog vozila), nabavlja se nova i održava postojeća oprema.

Nadalje, TZ Kvarnera koristi skladište Turističkog ureda TZ Kvarnera i skladište HTZ-a u Zagrebu (lokacija Rugvica).

<b>Budžet</b>	2.760.000 kn
<b>Nositelj</b>	Turistički ured TZ Kvarnera
<b>Rok izvršenja</b>	Kontinuirano

## I.2. Tijela TZ Kvarnera

Osnivačka sjednica Skupštine TZ Kvarnera održana je dana 16. rujna 2014. godine kada su potvrđeni članovi Skupštine te izabrani i imenovani članovi Turističkog vijeće i Nadzornog odbora TZ Kvarnera. Turističko vijeće čine Predsjednik (Župan) i 10 članova (8 članova bira Skupština TZ Kvarnera, a po jednog člana delegiraju HGK i Obrtnička komora, a Nadzorni odbor čine 5 članova (četiri člana bira Skupština TZ Kvarnera, a jednog člana delegira Turističko vijeće HTZ-a).

Sukladno Zakonu o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma i Statutu TZ Kvarnera mandat članova Skupštine, Turističkog vijeća i Nadzornog odbora je četiri godine.

<b>Budžet</b>	358.000 kn
<b>Nositelj</b>	TZ Kvarnera
<b>Rok izvršenja</b>	Kontinuirano

### **I.3. Kvarner Info – Vrata Jadrana**

«Kvarner Info – Vrata Jadrana» - započeo s djelovanjem 2004. godine u organizaciji nositelja TZ Kvarnera. Info punkt „Kvarner info – Vrata Jadrana“ prvi je info punkt u Hrvatskoj opremljen za sveobuhvatno informiranje gostiju prilikom ulaska u Republiku Hrvatsku s graničnih prijelaza Rupa i Pasjak, na odmorištu «Vrata Jadrana – južna strana» na autocesti A7 Rupa-Rijeka. Paleta tiskanog promotivnog materijala u izdanju TZ Kvarnera, HTZ-a i turističkih zajednica članica, digitalni izvori informacija, telefonski servis i stručni, visoko obrazovani, računalno pismeni djelatnici, ujedno dodatno educirani turistički informatori, koji govore više stranih jezika, stoje gostima na raspolaganju tijekom čitave godine.

<b>Budžet</b>	183.000 kn
<b>Nositelj</b>	Turistički ured TZ Kvarnera
<b>Rok izvršenja</b>	Kontinuirano

## II. DIZAJN VRIJEDNOSTI

### II.1. POTPORE MANIFESTACIJAMA I PROJEKTIMA

Potpore manifestacijama i projektima provode se u cilju unapređenja/obogaćivanja kvalitete turističkog proizvoda/ponude pojedine destinacije i regije u cjelini, stvaranju prepoznatljivog imidža destinacije, razvoju sadržaja koji omogućavaju produženje turističke sezone.

TZ Kvarnera objavljuje Javni poziv za dodjelu bespovratnih novčanih sredstava 2015. godine, i to na web stranicama [www.kvarner.hr](http://www.kvarner.hr) i u dnevnom glasilu „Novi list“. Povjerenstvo za dodjelu potpora iz programa "Potpore manifestacijama i projektima" od strane TZ Kvarnera, slijedom kriterija Turističkog vijeća, uzima u obzir samo one zamolbe koje su pristigle uz suglasnost lokalnih turističkih zajednica. Odluku o visini potpore donosi Turističko vijeće TZ Kvarnera na prijedlog povjerenstva.

<b>Budžet</b>	300.000 kn
<b>Nositelj</b>	Turistički ured TZ Kvarnera
<b>Rok izvršenja</b>	Javni poziv: ožujak Odabir manifestacija: svibanj

### II.2. ORGANIZACIJA I UPRAVLJANJE DESTINACIJOM

Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 152/08) naglašava da se sustav turističkih zajednica osniva radi promicanja i unapređenja turizma na način da upravljaju destinacijom na razini na kojoj su osnovane što je dijelom strateških razvojnih i marketinških dokumenata TZ Kvarnera.

Dobro uspostavljen i unaprijeđen sustav DMO-a će lokalnu ekonomsku aktivnost učiniti dinamičnijom i povećati konkurentnost destinacije te naglasiti unapređenje proizvoda. Upravo iz tog razloga Turističko vijeće i Turistički ured TZ Kvarnera pokrenuo je niz aktivnosti na brendiranju selektivnih oblika turizma (više razvoj marketing brendova).

Ključni koraci u razvoju DMO-a uključuju sljedeće aktivnosti:

- definiranje strateškog plana upravljanja destinacijom
- identifikacija ključnih subjekata i njihovih mogućnosti utjecaja na proces
- implementacija programa konkurentnosti: razvoj proizvoda, poboljšanje lokacija, unapređenje dostupa i signalizacije i sl.
- edukacijski programi za unapređenje i pripremu novog sustava DMO (u skladu sa Zakonom)
- uspostavljanje sustava destinacijskog menadžmenta
- evaulacija uspješnosti.

#### II.2.1. Kvarner.org

Nastavak pilot projekta u suradnji s HTZ-om i sustavom turističkih zajednica, a koji će obuhvaćati:

- daljnju implementacija Intraneta i Extraneta sustava turističkih zajednica, PGŽ, JLS, Ministarstvo turizma, PU PG
- dopuna središnjeg repozitorija podataka - baza znanja Kvarnera
- daljnja implementacija sustava za upravljanje odnosima s klijentima (CRM)
- Extranet sustava turističkog sektora Kvarnera

U projekt kvarner.org su uključene sve aktivnosti iz programa rada TZ Kvarnera.

## II.2.2. Razvoj marketing brendova

Produljenje turističke sezone i poboljšanje kvalitete turističkih proizvoda zahtijevaju stalno kreiranje novih proizvoda i razvoj novih turističkih doživljaja koji imaju za cilj veće zadovoljstvo gostiju i bolje financijske učinke gospodarstvu. Kreiranjem marketing brendova Kvarner će se istaknuti na turističkoj karti ističući prije svega kvalitetu svojih selektivnih programa koji mogu dodatno motivirati goste za dolazak u destinaciju, a organizatorima putovanja omogućiti sigurnu bazu informacija za kreiranje i zajedničko plasiranje programa. Posebno se to odnosi na razvoj atraktivne i konkurentne destinacijske ponude s dodanom vrijednošću u razdoblju pred posezone.

Aktivnosti na razvoju marketing brendova uključuju sljedeće:

- ✓ daljnje definiranje projekta i kriterija za dodjelu oznake kvalitete pojedinog brenda
- ✓ ocjenjivanje i/ili provjera kriterija potencijalnih nositelja oznake kvalitete pojedinog brenda
- ✓ promocija: web stranice, tiskani materijal, PR članici, off- i online oglašavanje, studijska putovanja, prezentacije, sajmovi
- ✓ organizacija i su-organizacija posebnih manifestacija.

## II.2.3. Kvarner Family

„KVARNER FAMILY“ naziv je jedinstvenog pilot projekta u Hrvatskoj s ciljem brendiranja apartmana i kuća za odmor privatnih iznajmljivača smještaja na Kvarneru. Projekt je pokrenula Primorsko-goranska županija, a provodi ga Turistička zajednica Kvarnera u suradnji s lokalnim turističkim zajednicama. Riječ je o sustavu standarda i mjerila kojima se želi stvoriti nova osnova za povezivanje nositelja obiteljskog smještaja na cijelom Kvarneru i to:

- pružatelja usluga smještaja u domaćinstvima i obrtima
- turističkim agencijama.

Trenutno oznaku kvalitete nose smještajni objekti u vlasništvu 227 pružatelja smještaja u domaćinstvima s područja Kvarnera. Osnovni kriteriji projekta su: uređenje okoliša, ugodno opremljen interijer, prepoznatljivost objekta, ali i poštivanje tradicije, vjernost gostiju te doživljaj domaćinskog i obiteljskog ugođaja. Time se objekti s oznakama „KVARNER FAMILY“ žele učiniti tržišno prepoznatljivim, a za razinu kvalitete jamče Turistička zajednica Kvarnera i lokalne turističke zajednice. Objekti se prezentiraju i u posebnom web katalogu na internetskim stranicama [www.kvarnerfamily.hr](http://www.kvarnerfamily.hr). Svako domaćinstvo koje nosi oznaku kvalitete „Kvarner Family“ ima pravo na besplatan upis i posluživanje na web katalogu „Kvarner Family“ uz postavljanje fotografija i veze prema vlastitim web stranicama.

Aktivnosti TZ Kvarnera u 2015. godini:

- **edukacija domaćina i agenata** – u okviru Dana obiteljskog smještaja koji se organiziraju u suradnji s lokalnim turističkim zajednicama, subregionalnim strukovnim skupinama obiteljskog smještaja i turizama i HGK-Županijskom komorom Rijeka. Uz to, TZ Kvarnera u suradnji s lokalnim turističkim zajednicama organizira subregionalne Dane obiteljskog smještaja koji obuhvaćaju Kvarner Family radionicu i Dane otvorenih vrata Kvarner Family.
- **trening sastanak sa povjerenstvima za „Kvarner Family“** i rasprava po pitanju dosadašnjih iskustava uz prijedloge za unapređenje stanja



- **internet marketing** - analiza posjećenosti **web portala** i prijedlog unapređenja ovog kanala promocije
- **osmišljavanje novih podbrandova projekta** „Kvarner Family“ kao što su:
  - o „Turizam bez barijera“
- **brošura „Kvarner Family“** – priprema, tisak i distribucija

Ostale aktivnosti uključuju:

- sajmovi i prezentacije – u okviru sajamskih nastupa i prezentacija TZ Kvarnera promovira se ponuda obiteljskog smještaja i kapaciteti s oznakom kvalitete Kvarner Family
- tiskovne konferencije, newsletter i press info
- oglašavanje – u okviru godišnjeg media plana TZ Kvarnera
- izrada mapa za promo materijal

<b>Budžet</b>	70.000 kn
<b>Nositelj</b>	Turistički ured TZ Kvarnera i povjerenstva „Kvarner Family“, TZ-članice
<b>Rok izvršenja</b>	2015. godina

#### **II.2.4. Kvarner Gourmet i Kvarner Food**

Nakon uspješnog provođenja projekta *Kvarner Family* za podizanje kvalitete obiteljskog smještaja, Turistička zajednica Kvarnera je pokrenula projekt *Kvarner Gourmet i Kvarner Food*, radi stvaranja prepoznatljivog brenda kvarnerske kuhinje, kao komparativne prednosti ovoga kraja i motiva dolaska gostiju tijekom cijele godine. Vrhunske regionalne namirnice i delicije poput kvarnerskog škampa, janjetine, ekstra djevičanskog maslinova ulja, sireva, vina autohtonih sorti, te generacijama njegovana stručna ugostiteljska usluga, zaokružuju priču o primorsko-goranskoj gastronomiji, koja opravdano zaslužuje svoje mjesto na turističkoj karti.

Oznake kvalitete se dodjeljuju godišnje samo onim ugostiteljskim objektima, koji udovoljavaju propisanim kriterijima, podijeljenim u tri kategorije: ponuda, opremljenost odnosno uređenje, te osoblje. Za oznaku kvalitete Kvarner Gourmet potrebno je zadovoljiti sve, a za oznaku kvalitete Kvarner Food minimalno 75% definiranih uvjeta.

Nakon javnog poziva TZ Kvarnera u 2013. godini, gospodin Darko Baretić, predstavnik povjerenstva vrsni kvarnerski gastro i eno znalac, obišao je i ocijenio prijavljene ugostiteljske objekte, te je oznaka kvalitete za 2014. „Kvarner Food“ dodijeljena za 57 objekata, dok je titulu „Kvarner Gourmet“ ponijelo 10 renomiranih restorana.

Po primitku godišnje oznake kvalitete, ugostiteljski objekt istaknuli su na vidno mjesto standardiziranu ploču s logom projekta.

Tijekom 2015. godine planirane su aktivnosti:

- zajedničke promotivne angažmane na najbližim emitivnim tržištima: PR aktivnosti, tematske prezentacije i studijska putovanja
- daljnja promocija putem elektronskog i mobilnog web kataloga Kvarner Gourmet i Kvarner Food
- ocjenjivanje i dodjela oznake kvalitete „Kvarner Gourmet“ i „Kvarner Food“ za 2015. godinu (izrada ploča)
- izrada i tisak brošure „Kvarner Gourmet“ i „Kvarner Food“

- promocija gastro manifestacije u okviru godišnjeg kalendara
- organizacija Prvog Kvarner Gourmet i Kvarner Food Foruma
  - o edukacije
  - o promocija proizvođača autohtonih proizvoda Kvarnera

<b>Budžet</b>	90.000 kn
<b>Nositelj</b>	Turistički ured TZ Kvarnera, povjerenstvo „Kvarner Gourmet“
<b>Rok izvršenja</b>	Zajedničke promo aktivnosti na najbližim emitivnim tržištima: siječanj-lipanj; rujan-prosinac Edukacija: 2015. Ocjenjivanje i dodjela oznake kvalitete „Kvarner Gourmet“ i „Kvarner Food“ za 2016. godinu: objava kolovoz;

#### II.2.5. Kvarner Outdoor

Turistička zajednica Kvarnera je u 2014. godini pokrenula projekt „Kvarner Outdoor“, koji primarno obuhvaća segmente biciklizma i pješačenja, a namijenjen je individualnim gostima koji žele obići Kvarner biciklom ili pješačenjem, ali i agencijama i hotelskim kućama koje mogu kreirati paket aranžmane i/ili dodatnu ponudu.

Oformljeni su ekspertni timovi za biciklizam i pješačenje, definirani su osnovni pravci kretanja vodeći računa o prilazima iz susjednih županija ili države, povezivanju subregija na Kvarneru, blizini urbanih središta gdje gost može noćiti, te korištenju postojeće infrastrukture. Izrađena grafička rješenja za signalizaciju puteva. Također, započet je obilazak terena i utvrđivanje stvarnog stanja na terenu po subregijama, a ovisno o interesu pojedinih subregija, s tim aktivnostima se nastavlja i u 2015. godini. Osim sustava turističkih zajednica, partner u projektu je HGSS.

Nastavljaju se i aktivnosti na području ronilačkog turizma. Naime, Kvarner raspolaže s nizom ronilačkih centara i ronilačkih klubova, te atraktivnih lokacija za ronjenje i istraživanje, te je neophodno u tom segmentu pratiti zakonsku regulativu. Kvarner je vrlo interesantan stranim i domaćim gostima kojima je motiv dolaska upravo ronjenje u kvarnerskom akvatoriju i na drugim lokacijama, tijekom cijele godine.

<b>Budžet</b>	100.000 kn
<b>Nositelj</b>	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s lokalnim turističkim zajednicama i drugim nositeljima
<b>Rok izvršenja</b>	sukcesivno

#### II.2.6. Kvarner Health and Wellbeing

TZ Kvarnera u 2015. godini nastavlja s aktivnostima brendiranja zdravstvenog turizma na Kvarneru, odnosno brendirana regije Kvarner kao destinacije zdravlja s dugom tradicijom i promoviranja ukupne ponude različitih medicinskih ustanova. Projekt sukladno projektnom zadatku prati projektni tim i stručno povjerenstvo. Prema konceptu, organizirat će se

tematske prezentacije i poslovne radionice, kao i promocija u okviru sajamskih nastupa na najznačajnijim tržištima. Promocija uključuje i oglašavanje u tiskanim i elektronskim medijima, odnosno, izrada web portala projekta. Također, posebna pažnja posvećuje se studijskim grupama novinara i agenata specijaliziranih za područje ponude zdravstvenog turizma.

Jedna od primarnih zadaća projekta, uz daljnji razvoj i promociju, je uska suradnja s Klasterom zdravstvenog turizma Kvarnera, kojeg je TZ Kvarnera član.

<b>Budžet</b>	70.000 kn
<b>Nositelj</b>	Turistički ured TZ Kvarnera
<b>Rok izvršenja</b>	kontinuirano

### **II.2.7. Kvarner Culture**

TZ Kvarnera u 2015. godini nastavlja s aktivnostima brendiranja kulturnog turizma na Kvarneru. Projekt sukladno projektnom zadatku prati projektni tim i stručno povjerenstvo. Prema konceptu, predstavljanje kulturne ponude Kvarnera bit će dijelom svih promidžbenih aktivnosti. TZ Kvarnera sudjeluje u projektu kandidature Grada Rijeke za Evropsku prijestolnicu kulture 2020 godine. Promocija uključuje i oglašavanje u tiskanim i elektronskim medijima. Izradit će se web portal projekta. Također, posebna pažnja posvećuje se studijskim grupama novinara i agenata specijaliziranih za područje ponude kulturnog turizma.

<b>Budžet</b>	10.000 kn
<b>Nositelj</b>	Turistički ured TZ Kvarnera
<b>Rok izvršenja</b>	listopad

### **II.2.8. Kvarner Beaches**

Projekt provodi Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu iz Opatije, a u skladu s razvojem projekta i stupnjem gotovosti, TZ Kvarnera će podržati projekt koji doprinosi turističkom razvoju Kvarnera.

Svrha projekta je razvoj i korištenje plaža kao resursa s puno posebnosti. Planira se tematiziranje plaža organiziranjem posebnih plaža za djecu, za mlade, za sport i rekreaciju, za osobe s invaliditetom, za starije osobe, za kućne ljubimce i druge.

### **II.3. CRUISING**

TZ Kvarnera i u 2015. godini nastavlja s aktivnostima na promoviranju regije Kvarner kao cruising destinacije. S obzirom da je TZ Kvarnera pridruženi član udruženja Medcruise, nastavlja se sa sudjelovanjima na Generalnim skupštinama udruženja i workshopovima s brodarima, koji se organiziraju u sklopu Skupštine. Također, TZ Kvarnera po preporuci i u suradnji s Lučkom upravom Rijeka odrađuje aktivnosti koje doprinose prepoznatljivosti Kvarnera kao zanimljive izletničke destinacije za manje i srednje brodove koji se mogu sidriti u kvarnerskom akvatoriju.

<b>Budžet</b>	30.000 kn
<b>Nositelj</b>	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s Lučkom upravom Rijeka
<b>Rok izvršenja</b>	kontinuirano

## II.4. RAZVOJNI PROGRAM DMK

U suradnji s HTZ-om i TZ-članicama:

- ✓ identificirati i evaluirati poslovne mogućnosti
- ✓ razviti poslovni model
- ✓ razviti marketing plan DMC
- ✓ oblikovati javni natječaj za selekciju DMC
- ✓ odabrati kandidate

<b>Budžet</b>	2.000 kn
<b>Nositelj</b>	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s TZ-članicama
<b>Rok izvršenja</b>	Kontinuirano

## III. KOMUNIKACIJA

### III.1. ON LINE

#### III.1.1. Internet oglašavanje

Internet oglašavanje TZ Kvarnera provodi kroz društvene mreže (Facebook Visit Kvarner) i kroz prikaz na portalima. Povećana prisutnost na društvenim mrežama idealna je za poruke o pred i posezoni. Media plan se kandidira Hrvatskoj turističkoj zajednici na Javni poziv HTZ-a za oglašavanje promotivnih kampanjama i za opće oglašavanje sestinicije.

Oglašavanje TZ Kvarnera provodi se najvećim dijelom na Internetu (turistički portali, tražilice...), u razdoblju pred i posezone, te manjim dijelom tijekom glavne sezone, na najvažnijim tržištima u suradnji sa specijaliziranim marketinškim agencijama.

<b>Budžet</b>	836.000 kn
<b>Nositelj</b>	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s marketinškim agencijama
<b>Rok izvršenja</b>	kontinuirano

#### III.1.2. SEO i SEM strategija

Preduvjet za uspješno i učinkovito Internet oglašavanje je izrada SEO i SEM strategije. SEO uključuje optimizaciju broja impresija prema:

- optimiziranju ključnih riječi pretraživanja
- fokus na tržišta
- unapređenje URL i strukture Internet stranice.

Potrebno je kontinuirano praćenje performansi Internet stranice (SEO) i prometa generiranog od search (SEM) aktivnosti, kao i usporedba dolazaka prije i nakon kampanja ili drugih marketing aktivnosti.

<b>Budžet</b>	10.000 kn
<b>Nositelj</b>	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s marketinškom i IT agencijom
<b>Rok izvršenja</b>	Kontinuirano

### III.1.3. Upravljanje Internet i extranet stranicom

Internet stranica [www.kvarner.hr](http://www.kvarner.hr) održava se na način:

- unapređenje sadržaja i povećanje orijentacije na marketinške ciljeve
- uvođenje novih funkcionalnosti
- periodična nadogradnja i osvježivanje sadržaja
- nadogradnja Internet stranice za bolje praćenje korisnika i brže pretraživanje sadržaja
- optimizacija za mobilne uređaje
- unapređenje multimedijalnih materijala
- analiza i optimizacija
- održavanje (usluge najma web poslužitelja, redovno održavanje, nadogradnja programskog koda, licence/dozvole i sl.)

<b>Budžet</b>	40.000 kn
<b>Nositelj</b>	Turistički ured TZ Kvarnera
<b>Rok izvršenja</b>	Kontinuirano

### III.1.4. Mobilna aplikacija

TZ Kvarnera je u 2013. godini izradila aplikaciju za mobilne telefone Time Out, koja se tijekom 2014. godine nadopunila s podacima projekta Kvarner Gourmet & Food (novi restorani), s novim iznajmljivačima iz projekta Kvarner Family. U 2015. godini će se aplikacija doradivati i nadopunjavati novim sadržajima.

<b>Budžet</b>	50.000 kn
<b>Nositelj</b>	TZ Kvarnera u suradnji s turističkim zajednicama - članicama
<b>Rok izvršenja</b>	Svibanj

## III.2. OFFLINE KOMUNIKACIJA

### III.2.1. Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora

HTZ je objavio Javni poziv za oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora za 2015. godinu. TZ Kvarnera je informaciju o Javnom pozivu dostavila sustavu turističkih zajednica i gospodarskim subjektima, prikupila kandidature, te prosljedila HTZ-u.

#### III.2.1.1. Model I - Oglašavanje nositelja smještajne ponude

Odnosi se na promotivne kampanje nositelja smještajne ponude destinacije. Udjel TZ Kvarnera je 5% od ukupne kandidirane vrijednosti.

<b>Budžet</b>	740.000 kn
<b>Nositelj</b>	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s HTZ-om privatnim sektorom
<b>Rok izvršenja</b>	kontinuirano

### III.2.1.2. Model IV - Oglašavanje posebnih programa destinacije

Odnosi se na oglašavanje posebnih programa destinacije – TZ Kvarnera kandidirala je programe u suradnji sa avio prijevoznicima i programe posebne ponude destinacije.

<b>Budžet</b>	5.335.000 kn
<b>Nositelj</b>	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s HTZ-om i javnim i privatnim sektorom
<b>Rok izvršenja</b>	kontinuirano

### III.2.1.3. Model V - Oglašavanje ponude kontinenta

Odnosi se na promotivne kampanje destinacija na kontinentu. TZ Kvarnera kandidirala je programe promocije Gorskog kotara, ali i programe ostalih manje razvijenih područja na Kvarneru.

<b>Budžet</b>	42.000 kn
<b>Nositelj</b>	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s HTZ-om i javnim i privatnim sektorom
<b>Rok izvršenja</b>	Kontinuirano

### III.2.1.4. Model VI - Oglašavanje organizatora putovanja s novim programima za Hrvatsku

Odnosi se na nove touroperatore ili zračne prijevoznike koji imaju programe za Hrvatsku za sljedeće tri godine. Može se kandidirati i npr. zračni prijevoznik koji već ima programe za Hrvatsku, ali uvodi novu avio liniju. Kandidatura ide izravno na HTZ, ali se od sustava turističkih zajednica očekuje sufinanciranje do 25% od ukupne vrijednosti oglašavanja.

<b>Budžet</b>	25.000 kn
<b>Nositelj</b>	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s HTZ-om i javnim i privatnim sektorom
<b>Rok izvršenja</b>	Kontinuirano

### III.2.2. Opće oglašavanje

Aktivnosti oglašavanja obuhvaćaju ciljana oglašavanja - dodatna oglašavanja u specijaliziranim izdanjima ili marketinškim akcijama s ciljem isticanja određenih motiva dolazaka gostiju. Pri tom se koriste odabrane i stručne marketinške kuće. Moguće je uključivanje TZ Kvarnera u media planove predstavništava HTZ-a u inozemstvu. Media plan se kandidira Hrvatskoj turističkoj zajednici na Javni poziv HTZ-a.

<b>Budžet</b>	50.000 kn
<b>Nositelj</b>	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s HTZ-om, marketinškim agencijama
<b>Rok izvršenja</b>	kontinuirano

### III.2.3. Odnosi s javnošću i newsletter

Nastavno na pozitivna iskustva iz prethodne godine kada je TZ Kvarnera u suradnji s PR agencijama za njemačkog govorno područje i britansko tržište uspjela animirati veći broj novinara, zajednički je stav TZ Kvarnera, turističkih zajednica-članica i gospodarstva da se započeta suradnja nastavi i u 2015. godini PR kompanijama na **njemačkom** (Njemačka, Austrija i Švicarska) i **engleskom govornom području** (V. Britanija, Irska i svjetsko tržište).

PR aktivnosti s inozemnim partnerima uključuju:

- medijsko zastupanje – off i on line mediji
- godišnji clipping
- sudjelovanje na press konferencijama
- grupno i individualna press putovanja
- newsletter
- popunjavanje arhive tekstova i slika
- organizacija nagradnih igara.

Aktivnosti i financijska sredstva za ovu aktivnost TZ Kvarnera udružuje s turističkim-zajednicama članicama i gospodarstvom Kvarnera.

<b>Budžet</b>	600.000 kn
<b>Nositelj</b>	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s PR agencijama i HTZ-om, s turističkim-zajednicama članicama i gospodarstvom Kvarnera
<b>Rok izvršenja</b>	kontinuirano

U 2015. godini će se provesti i PR aktivnosti na hrvatskom tržištu, u suradnji sa specijaliziranom marketinškom kućom.

<b>Budžet</b>	150.000 kn
<b>Nositelj</b>	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s HTZ-om, marketinškim agencijama
<b>Rok izvršenja</b>	kontinuirano

### III.2.4. Brošure i info materijali

Višegodišnjim praćenjem povratnih informacija TIC-eva, info punktova i gospodarskih subjekata, na terenu postoji općenito potražnja za tiskanim promidžbenim materijalom čija je naklada u posljednjih godina smanjena u korist on line medija. Krajnji korisnici unatoč dostupnim digitalnim informacijama traže tiskani materijal, osobito karte (svih vrsta: nacionalna, regionalna, specijalizirane) i tematske brošure.

#### III.2.4.1. Info brošura – kalendar događanja

- donosi pregled najosnovnijih informacija o turističkoj destinaciji i njenim turističkim proizvodima te godišnji pregled najznačajnijih manifestacija i priredaba na Kvarneru tijekom 2015. godine. Višegodišnje stečeno iskustvo i konstantna suradnja s turističkim zajednicama članicama na ovome proizvodu rezultiralo je izvrsnim kalendarom priredaba za godinu dana unaprijed.

<b>Budžet</b>	250.000 kn
<b>Nositelj</b>	Turistički ured TZ Kvarnera
<b>Rok izvršenja</b>	travanj

#### III.2.4.2. Kvarner Magazin 2015.

Turistička zajednica Kvarnera u suradnji s PR agencijom „Artredaktions team“ nastavit će s izradom specijalističkog turističkog magazina „Kvarner Magazin“ za njemačko govorno područje koji je po svojem sadržaju prvenstveno namijenjen „opinion leaderima“. Kvarner Magazin će izaći koncem 2015. godine, ali odnosit će se na 2016. godinu.

<b>Budžet</b>	300.000 kn
<b>Nositelj</b>	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s PR agencijom i turističkim zajednicama-članicama
<b>Rok izvršenja</b>	Prosinac

#### III.2.4.3. Tisak i dotisak info i promo materijala

- Tisak i dotisak info i promo materijala TZ Kvarnera u skladu s razvojem projekta i u skladu s potrebama

<b>Budžet</b>	320.000 kn
<b>Nositelj</b>	Turistički ured TZ Kvarnera
<b>Rok izvršenja</b>	lipanj

#### III.2.4.4. Suveniri i ostali promo materijal

- Informativni letak - TZ Kvarnera i PU PG izdaju letak za goste Kvarnera s informacijama na hrvatskom jeziku, engleskom, njemačkom, talijanskom i slovenskom jeziku. Letak sadrži niz korisnih savjeta o prometnoj problematici, zaštiti osobne sigurnosti, sigurnosti imovine, a ujedno je izraz dobrodošlice i gostoprimstva.
- roll up poster, vrećice, vrećice lavande, prigodni letci i suveniri, kuharske pregače i ostali materijal po potrebi.

<b>Budžet</b>	180.000 kn
<b>Nositelj</b>	Turistički ured TZ Kvarnera
<b>Rok izvršenja</b>	Kontinuirano (prema potrebi)

#### III.2.5. Akcije dobrodošlice

Akcije dobrodošlice gostima organizirat će se u suradnji s TZ-članicama po potrebi, u sklopu akcije Volim Hrvatsku.

#### III.2.6. Info punktovi i signalizacija

**Info punkt „Kvarner info – Vrata Jadrana“** (kao sastavni dio Turističke zajednice Kvarnera) neprekidno više od 10 godina, a u 2015. godini nastavlja se suradnja sa svim info punktovima na području Kvarnera, i to u pogledu koordinacije i razmjene informacija u cilju što bolje pokrivenosti mreže informiranosti gostiju na cijeloj destinaciji. Pri tome info punkt „Kvarner Info – Zračna luka Rijeka“ nastavlja djelovati u zračnoj luci u organizaciji drugih nositelja. **Info punkt Gorskog kotara u Delnicama** je počeo s djelovanjem u 2008. godini suradnji s Gradom Delnice i TZG Delnice. **«Kvarner Info - Jug» u Novom**



**Vinodolskom** počeo je s djelovanjem u 2006. godini u organizaciji nositelja TZG Novi Vinodolski.

**Centar za posjetitelje „Kvarnerski otoci“** – 2015. godine započinje s radom centar za posjetitelje, koji se nalazi na izuzetno frekventnoj lokaciji u sklopu Trgovačkog centra Pušća, Omišalj (uz cestu most Krk – Grad Krk, cca. 2.000.000 prolazaka vozila godišnje). Centar za posjetitelje temelji se na povezivanju tehnologija inteligentnih sustava, multimedije, elektroničkog poslovanja, te komunikacije putem weba i mobilne telefonije.

<b>Budžet</b>	100.000 kn
<b>Nositelj</b>	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s TZ otoka Krka i ostalim TZ-članicama
<b>Rok izvršenja</b>	kontinuirano

### **III.2.7. Turistička signalizacija**

- postavljanje turističke signalizacije na ulazu u Županiju u suradnji s PGŽ

**IV. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI**

**IV.1. NASTUPI NA TURISTIČKIM SAJMOVIMA**

**IV.1.1. Sajamski nastupi TZ Kvarnera 2015. godine**

<b>SAMOSTALNI SAJMOVI TURISTIČKE ZAJEDNICE KVARNERA 2015</b>				
<b>RB.</b>	<b>GRAD</b>	<b>SAJAM</b>	<b>DATUM</b>	<b>NAPOMENA</b>
<b>1</b>	<b>Stuttgart</b>	CMT	17.-25.1.	Kvarner regija partner kamping i karavaning
<b>2</b>	<b>Zürich</b>	FESPO	29.1.-1.2.	Hrvatska zemlja partner
<b>3</b>	<b>Riga</b>	Baltpour	7. - 9. 2.	opći
<b>4</b>	<b>Amsterdam</b>	Fiets Wandelbeurs en	31.1. - 1.2.	Outdoor /bike
<b>5</b>	<b>München</b>	f.re.e	18.-22.2.	opći
<b>6</b>	<b>Berlin</b>	ITB	4.-8.3.	poslovni
<b>7</b>	<b>Gdansk</b>	GTT	travanj	opći
<b>8</b>	<b>Fridrichshafen</b>	Eurobike	29.8.	outdoor/bike
<b>9</b>	<b>Moskva</b>	Moscow Medshow		zdravstveni
<b>10</b>	<b>Copenhagen</b>	Quality Show	Listopad	luksuz/zdravstveni/gastro

<b>Budžet</b>	980.000 kn
<b>Nositelj</b>	Turistički ured TZ Kvarnera
<b>Rok izvršenja</b>	siječanj-studenj

### Sajamski nastupi HTZ-a u 2015. godini

SAJMOVI HRVATSKE TURISTIČKE ZAJEDNICE 2015			
RB.	GRAD	SAJAM	DATUM
<b>NACIONALNE PREZENTACIJE</b>			
1	Utrecht	Vakantiebeurs	13.-18.1.
2	Beč	Ferienmesse	15.-18.1.
3	Stuttgart	CMT	17.-25.1.
4	Madrid	FITUR	29.1.-1.2.
5	München	f.re.e	18.-22.2.
6	Berlin	ITB	4.-8.3.
7	London	WTM	studeni
<b>INFO SAJMOVI</b>			
1	Helsinki	MATKA	15.-18.1.
2	New York	Times Travel Show	23. -25.1.
3	Bratislava	Slovakiatour	29.1.-1.2.
4	Ljubljana	ALPE ADRIA	28.-3.1.
5	Zürich	FESPO	29.1.-1.2.
6	Hamburg	Reisen	4.-8.2.
7	Bruxelles	Vacances	5.-9.2.
8	Milano	BIT	12.-14.2.
9	Prag	Holiday World	19.-22.2.
10	Nürnberg	Freizeit	18.-22.3.
11	Beograd	IFT	19.2.-22.2.
12	Budapest	UTAZAS	26.2-1.3.
13	Moskva	MITT	18.-21.3.
14	Göteborg	TUR	ožujak
15	Paris	MAP	19.-22.3.
16	Kijev	UITT	26.-28.3.
17	Leipzig	TC	19.-23.11.
<b>NAUTIČKI SAJMOVI</b>			
1	Düsseldorf	BOOT	18.-26.1.
2	Tulln	BOOT	6.-9.3.
<b>KAMPING SAJMOVI</b>			
1	Leeuwarden	CARAVAN SALON	23.-28.1.
2	Herning	Ferie for alle	21.-23.2.
3	Essen	Reise & Camping	19.-23.2.
<b>KONGRESNI SAJMOVI</b>			
1	Frankfurt	IMEX	20.- 22.5.
2	Barcelona	EIBTM	studeni

#### IV.1.2. Sajamski nastupi u organizaciji TZ-članica

Turistička zajednica Kvarnera će u 2015. godini za samostalne sajamske nastupe turističkih zajednica-članica u dogovoru s nositeljem nastupa osigurati promidžbeni materijal i oznake regije.

#### **IV.1.3. Sajamski nastupi, strukovne konferencije i burze u organizaciji ostalih subjekata**

- **kongresni sajmovi:**
  - o Frankfurt, IMEX, u suradnji s TZG Opatija, 20.-22.05.
  - o kongresna burza: CONVENTA/Ljubljana, siječanj
  - o Barcelona, EIBTM, 26.-28.11.
- **u suradnji s drugim županijskim turističkim zajednicama**
- **u suradnji s PGŽ**
- **u suradnji s Zračnom lukom „Rijeka“**
- **u suradnji s Medcruise udruženjem i Lučkom upravom Rijeka**
- **u suradnji s Skål International**
- **u suradnji s KUH-om**
- **u suradnji s HGK – ŽK RI i Obrtničkom komorom PGŽ**

<b>Budžet</b>	80.000 kn
<b>Nositelj</b>	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s ostalim subjektima
<b>Rok izvršenja</b>	kontinuirano

#### **IV.2. STUDIJSKA PUTOVANJA NOVINARA**

Ova marketinška aktivnost slijedi smjernice ostalih aktivnosti TZ Kvarnera u skladu s prioritetnim tržištima posebice segmentima ponude (postojećim i onima koji se uvode na tržište), a koji produžuju sezonu i povisuju kvalitetu usluge. Uz tržišta, posebno se pažnja posvećuje odabiru medija, a pojačavaju se putovanja TV ekipa. U skladu s odrednicama SMPT Kvarnera priprema se program tematskih studijskih putovanja novinara.

Odabir i prihvata studijskih grupa je kroz nekoliko kanala:

- ✓ **u suradnji s HTZ-om**
- ✓ **u suradnji s Predstavništvima HTZ-a**
- ✓ **na poziv TZ Kvarnera u suradnji s PR agencijama**
- ✓ **ostale studijske grupe novinara.**

<b>Budžet</b>	280.000 kn
<b>Nositelj</b>	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s HTZ-om, predstavništvima HTZ-a u inozemstvu, TZ članicama, PR agencijom i gospodarstvom
<b>Rok izvršenja</b>	kontinuirano

#### **IV.3. STUDIJSKA PUTOVANJA AGENATA I „BUY CROATIA“ RADIONICE**

HTZ u 2015. godini nastavlja s organizacijom workshopova „Buy Croatia“ koje prate inspeksijska putovanja, a Kvarner će ugostiti agente s raznih tržišta.

Također, TZ Kvarnera nastavlja aktivnosti na organizaciji studijskih putovanja za agente i to:

- u suradnji s HTZ-om
- u suradnji s Predstavništvima HTZ-a
- na prijedlog gospodarstva
- ostale studijske grupe agenata.

<b>Budžet</b>	90.000 kn
<b>Nositelj</b>	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s HTZ-om, predstavništvima HTZ-a u inozemstvu, TZ članicama, PR agencijom i gospodarstvom
<b>Rok izvršenja</b>	kontinuirano

#### **IV.4. PREZENTACIJE (posebne prezentacije i road show prezentacije)**

##### **Sadržaji prezentacija:**

- posebne prezentacije se intenzivno koriste u promociji brenda Kvarner i novih marketing brandova Kvarnera s odabranim turističkim proizvodima namijenjenim pojedinim tržišnim segmentima, odnosno sukladno proizvodnom portfelju Kvarnera
- naglasak je na udruženim aktivnostima s direktnim nositeljima turističke ponude i/ili lokanim turističkim zajednicama
- također u razdoblju ožujak – lipanj i rujan – listopad TZ Kvarnera umrežava i koordinira aktivnosti organizacije roadshow prezentacija namijenjenih prvenstveno promidžbi ponude privatnog smještaja, posebice kvalitete Kvarner Family, Kvarner Gourmet i Kvarner Food, Kvarner Outdoor, kampinga i hotelskog smještaja, gastro ponude i ostalih selektivnih oblika turizma, ali i novog brenda Kvarnera u suradnji s turističkim zajednicama-članicama i gospodarskim subjektima (hotelijerima i kampovima) na domaćem te odabranim tržištima. Roadshow prezentacije održavaju se u sklopu većih manifestacija koje privlače veći broj posjetitelja, kao i u trgovačkim centrima i / ili na trgovima i u respektabilnim prostorima, uz dekorativni štand s obilježjima TZ Kvarnera i HTZ-a, obiljem promidžbenog materijala te malom gastronomskom ponudom, glazbenim programom, a ponegdje seriji roadshow prezentacija prethodi press konferencija. Također, roadshow će ponegdje uključivati edukacijske prezentacije u suradnji s partnerima – touroperatorima.

##### **IV.4.1. Prezentacije u organizaciji TZ Kvarnera i u suradnji s predstavništvima HTZ-a u inozemstvu**

###### **NJEMAČKA**

---

- Stuttgart – niz prezentacija i press konferencija u prigodi nastupa Kvarnera kao regije partner na sajmu CMT
- Hamburg – gastro prezentacija i press konferencija
- Berlin – gastro prezentacija i press konferencija u prigodi nastupa na sajmu ITB
- 5 gradova – po prijedlogu touroperatora FTI – edukacija agenata

###### **SLOVENIJA**

---

- Ljubljana – gastro show „Okusi i zvuci Kvarnera“
- Ljubljana - prezentacija u trgovačkom centru
- Bled – sudjelovanje na manifestaciji „Čarobni dan“
- Maribor – uključenje u Hrvatski dan
- Više gradova – prezentacija u suradnji s tvrtkom Petrol
- Radio Val 202 (uključenja uživo, oglasni prilozi, nagradne igre)
- TV vaš Kanal Novo Mesto (snimanje promocijske emisije na Kvarneru, nagradna igra za gledatelje, studijska emisija)

###### **ITALIJA**

---

- sjeverna Italija – 2 prezentacije i press konferencije
- Milano – prezentacija i press konferencija

### **AUSTRIJA**

---

- 3 ili 4 grada – po prijedlogu touroperatora Sabtours – edukacija agenata
- 3 ili 4 grada – po prijedlogu touroperatora FTI – edukacija agenata

### **POLJSKA**

---

- Wroclow – „Evropa na žlici“ (gastro show)
- Varšava i još nekoliko gradova – na prijedlog avioprijevoznika – prezentacije kao potpora avio liniji ukoliko se uspostavi

### **NIZOZEMSKA**

---

- Amsterdam – prezentacija i press konferencija

### **SKANDINAVIJA**

---

- Stockholm i Göteborg – prezentacija i press konferencija
- 4-5 gradova u Švedskoj po prijedlogu avioprijevoznika
- Helsinki – prezentacija i press konferencija
- Riga – prezentacija i press konferencija

### **BELGIJA**

---

- Bruxelles - prezentacija - gastro event - u suradnji s TZ Istre

### **RUSIJA**

---

- Moskva - prezentacija i press konferencija

### **ČEŠKA**

---

- Prag – prezentacija i press konferencija

### **MAĐARSKA**

---

- Budimpešta – tradicionalna prezentacija na tržnici

### **SRBIJA**

---

- Beograd – prezentacija i press konferencija

### **S.A.D.**

---

- New York – prezentacija i press konferencija

### **HRVATSKA**

---

- Varaždin – sudjelovanje/prezentacija na manifestaciji Špancirfest

### **OSTALA TRŽIŠTA**

---

- Eventualno

<b>Budžet</b>	455.000 kn
<b>Nositelj</b>	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s HTZ-om, predstavništvima HTZ-a u inozemstvu, TZ članicama, PR agencijom i gospodarstvom
<b>Rok izvršenja</b>	kontinuirano

#### **IV.4.2.      Prezentacije u organizaciji TZ-članica**

U dogovoru s turističkim zajednicama članicama TZ Kvarnera će za važnije i odabrane prezentacije na upit i prijedlog turističkih zajednica osigurati potporu u cilju zajedničke i cjelovite prezentacije destinacije. To se posebno odnosi na prezentacije sukladno proizvodnom portfelju Kvarnera.

#### **IV.4.3.      Ostale prezentacije**

Posebna pažnja posvećuje se suradnji i udruživanju s raznim institucijama iz zemlje ili inozemstva (na pr. u okviru predstavljanja gospodarstva i kulture RH, PGŽ i dr.) u najrazličitijim prigodama, kako bi se priredile zajedničke prezentacije.

<b>Budžet</b>	50.000 kn
<b>Nositelj</b>	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s raznim institucijama
<b>Rok izvršenja</b>	kontinuirano

#### **IV.4.4.      Poslovne radionice (workshopovi) u organizaciji predstavništava HTZ-a u inozemstvu**

Očekuju se prijedlozi HTZ-a za 2015. godinu.

TZ Kvarnera, gdje god to Glavni ured HTZ-a omogući, sudjeluje na poslovnim radionicama na način da održi power point prezentaciju na početku radionice.

<b>Budžet</b>	10.000 kn
<b>Nositelj</b>	Turistički ured TZ Kvarnera u HTZ-om i predstavništvima HTZ-a u inozemstvu
<b>Rok izvršenja</b>	kontinuirano

## V. INTERNI MARKETING

### V.1. EDUKACIJA ZA HTZ, LOKALNE TZ I TURISTIČKU INDUSTRIJU

- TZ Kvarnera u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom provodi različite edukacijske programe s ciljem povećane sveobuhvatne marketinške učinkovitosti za sustav hrvatskih turističkih zajednica i predstavnike lokalne turističke industrije.
- Razne edukacije sukladno proizvodnom portfelju TZ Kvarnera
- Edukativne radionice u suradnji s PU PG za gospodarske subjekte u turizmu (turističke zajednice, hotelske tvrtke, kampovi, privatni iznajmljivači, koncesionari plaža, lučke uprave, željeznički i autobusni kolodvori, ugostiteljski objekti, turističke agencije i ostali). I ove će se godine turistički djelatnici upoznati s nizom savjeta, preporuka i uputa kako prevenirati kažnjiva djela te vlastitim i angažmanom svojih djelatnika umanjiti rizike u prometu, na kopnu i moru te kriminalitetu općenito.

<b>Budžet</b>	20.000 kn
<b>Nositelj</b>	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s HTZ-om, PU PG i TZ članicama te gospodarstvom
<b>Rok izvršenja</b>	Kontinuirano

### V.2. AKTIVNOSTI KOORDINACIJE DJELOVANJA, INTRANET I NADZOR IZVRŠAVANJA CILJEVA I ZADAĆA TURISTIČKIH ZAJEDNICA GRADOVA, OPĆINA I MJESTA S PODRUČJA KVARNERA

Jedna od Zakonom propisanih zadaća TZ Kvarnera je koordinacija djelovanja i nadzor izvršavanja ciljeva i zadaća turističkih zajednica općina i gradova s područja Županije koji se vrši kroz koordinaciju i kontrolu godišnjih programa rada te u suradnji s predstavnicima Turističkog vijeća TZ Kvarnera koji su imenovani u nadzorne odbore turističkih zajednica članica.

#### **Koordinacija s turističkim zajednicama s područja Kvarnera**

- najmanje četiri koordinacije godišnje s turističkim zajednicama s područja Kvarnera
- dinamika: ožujak / lipanj / rujanj / studeni
- **teme:** zajedničke promotivne aktivnosti, planiranje i praćenje fizičkog turističkog prometa, praćenje naplate boravišne pristojbe, praćenje implementacije strateških dokumenata, marketing brendovi, pružanje stručne i svake druge pomoći, poticanje i praćenje izvrsnosti destinacije i dr.

#### **Koordinacija s turističkim zajednicama Gorskog kotara**

- mjesečne koordinacije s turističkim zajednicama Gorskog kotara
- dinamika: jedna koordinacija mjesečno
- teme: razni projekti na području Gorskog kotara - manifestacije, promotivne aktivnosti u zemlji i inozemstvu, promotivni materijal, projekti za kandidiranje prema EU fondovima, turistička ponuda Gorskog kotara, pružanje stručne i svake druge pomoći, djelovanje turističkih ureda

#### **Koordinacija s predstavnicima turističkog gospodarstva**

- koordinacije s predstavnicima turističkog gospodarstva; najmanje tri koordinacije godišnje
- teme: stanje na tržištu i zajedničke promotivne aktivnosti



TZ Kvarnera mjesečno prikuplja podatke od turističkih zajednica o ostvarenom prometu dolazaka i noćenja, zatim prikuplja podatke o naplati i dugovanjima boravišne pristojbe, prati planiranje i izvršenje zadaća i ciljeva turističkih zajednica, temeljem zapisnika i dogovorenih aktivnosti na sastancima koordinacije, te temeljem izvještaja o radu lokalnih TZ-a. Uz to, TZ Kvarnera prema zahtjevu i traženju pruža stručnu i svaku drugu pomoć turističkim zajednicama u njihovom djelovanju i razvoju projekata.

<b>Budžet</b>	30.000 kn
<b>Nositelj</b>	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s HTZ-om i TZ članicama te gospodarstvom
<b>Rok izvršenja</b>	kontinuirano

### V.3. POTICANJE I OCJENJIVANJE IZVRSNOSTI DESTINACIJE; VOLIM HRVATSKU I DRUGE AKTIVNOSTI

U cilju unapređenja turističkog proizvoda podizanjem kvalitete turističkih i drugih komplementarnih usluga, očuvanjem i stvaranjem prepoznatljivog i privlačnog turističkog okružja i osiguranjem turističkog gostoprimstva u turističkom mjestu, gradu, općini i županiji, TZ Kvarnera raznim mjerama i aktivnostima potiče izvrsnost destinacije, te u suradnji sa sustavom turističkih zajednica i drugim subjektima dodjeljuje priznanja i nagrade. Jednom godišnje Turistička zajednica Kvarnera priređuje manifestaciju „Kvarnerski dan turizma“.

<b>Budžet</b>	80.000 kn
<b>Nositelj</b>	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s HTZ-om i TZ članicama te drugim partnerima
<b>Rok izvršenja</b>	Kontinuirano / Dan turizma na Kvarneru u prosincu

### V.4. SURADNJA S PU PG

Temeljem potpisanog *Sporazuma o suradnji* između TZ Kvarnera i PU PG i Programa rada s financijskim planom TZ Kvarnera, poduzimaju se niz aktivnosti u cilju podizanja sigurnosti tijekom turističke sezone na području cijele Primorsko-goranske županije, ali i informiranje o stanju sigurnosti stranih i domaćih gostiju na području PGŽ.

- **Informativni letak** (više III. 2.4.5.)
- **Edukativne radionice** na temu priprema predstojeće turističke sezone namijenjene turističkom sektoru Kvarnera (više na V.1.)
- **Priručnik o sigurnosti u turizmu** – na web stranici TZ Kvarnera
- **Sigurna turistička sezona** - TZ Kvarnera daje podršku projektu Ministarstva unutarnjih poslova Republike Hrvatske, *Sigurna turistička sezona*, u sklopu kojeg tijekom turističke sezone na našem području borave strani policijski službenici koji dodatno skrbe o sigurnosti gostiju iz svojih zemalja.
- **Zajedničke press konferencije i press objave.**

## VI. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA

### VI.1. ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA

#### VI.1.1. Tajni kupac na Kvarneru

TZ Kvarnera u suradnji s turističkim zajednicama-članicama provodi akciju „Mystery Shopping“ na Kvarneru, kako bi se ocijenila kvaliteta opće turističke usluge koju kvarnerski turizam pruža gostima. Aktivnosti uključuju:

- ✓ Pripremu i organizaciju istraživanja
- ✓ Odabir tajnih gostiju sukladno željenom profilu
- ✓ Edukaciju odabranih tajnih gostiju
- ✓ Provođenje posjeta / ocjenjivanja prema ponudi
- ✓ Izvješće s konkretnim savjetima za unapređenje ponude po destinaciji.

<b>Budžet</b>	40.000 kn
<b>Nositelj</b>	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s s TZ-članicama i marketinškom agencijom
<b>Rok izvršenja</b>	Ispitivanje tijekom ljetnih mjeseci; rezultati listopad/studen

#### VI.1.2. Anketiranje avio gostiju na Zračnoj luci Rijeka

TZ Kvarnera nastavlja s provođenjem anketiranja avio gostiju na Zračnoj luci „Rijeka“.

<b>Budžet</b>	30.000 kn
<b>Nositelj</b>	Turistički ured TZ Kvarnera
<b>Rok izvršenja</b>	Predsezona, glavna sezona, posezona – ovisno o letovima

### VI.2. SURADNJA S MEĐUNARODNIM INSTITUCIJAMA I EU FONDOVI

U skladu sa Zakonom o turističkim zajednicama TZ Kvarnera planira suradnju s regionalnim turističkim organizacijama iz drugih zemalja i nastavlja svoje aktivnosti kao član međunarodnih turističkih organizacija (MedCruise, Skål), kao i suradnju s ostalim relevantnim međunarodnim organizacijama (UNESCO). U 2015. godini plan je aktivnosti intenzivnije usmjeriti prema financiranju projekata fondova Europske unije.

<b>Budžet</b>	10.000 kn
<b>Nositelj</b>	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s međunarodnim organizacijama
<b>Rok izvršenja</b>	kontinuirano

### VI.3. PRODUKCIJA MULTIMEDIJSKIH MATERIJALA

Aktivnosti u skladu s potrebama i unapređenjem image Kvarnera kroz:

- ✓ obnovu fundusa tekstova (novi tekstovi, novi prijevodi tekstova)
- ✓ obnovi i popunjavanje banke fotografija te njihovo pohranjivanje
- ✓ obnovu i popunjavanje banke video i audio materijala te njihovo pohranjivanje
- ✓ Photonet on line foto arhivu – koncepcija integriranja promocije kroz sustav turističkih zajednica u suradnji s agencijom

<b>Budžet</b>	50.000 kn
<b>Nositelj</b>	Turistički ured TZ Kvarnera
<b>Rok izvršenja</b>	kontinuirano

### VI.4. TURISTIČKI INFORMACIJSKI SUSTAV (HTZ)

HTZ planira prelazak s trenutnog offline sustava na potpuni online sustav registracije turista s mogućnošću kreiranja izvještaja po potrebi:

- ✓ kreiranje uniformiranog informacijskog sustava za prijavu/odjavu turista
- ✓ kreiranje uniformiranog informacijskog sustava za praćenje, prikupljanje i distribuciju uplata boravišne pristojbe

Turistička zajednica Kvarnera dio je tog sustava, iako ima i vlastiti sustav.

<b>Budžet</b>	8.000 kn
<b>Nositelj</b>	Turistički ured TZ Kvarnera i HTZ
<b>Rok izvršenja</b>	kontinuirano

## VII. POSEBNI PROGRAMI

### VII.1. POTICANJE I POMAGANJE RAZVOJA TURIZMA NA PODRUČJU KOJA NISU TURISTIČKI RAZVIJENA

TZ Kvarnera pruža potporu projektima razvoja turizma na područjima koja nisu turistički razvijena, koja su velik potencijal u daljnjem obogaćivanju ukupne turističke ponude Kvarnera. Isto tako, TZ Kvarnera će tijekom 2015. godine promovirati investicije namjenskih objekata koje su planirale PGŽ i JLS u cilju proširenja turističke ponude, odnosno, formiranja novih turističkih proizvoda.

<b>Budžet</b>	144.000 kn
<b>Nositelj</b>	Turistički ured TZ Kvarnera i TZ-članice
<b>Rok izvršenja</b>	kontinuirano

## VIII. RAZNO

### VIII.1. DJELOVANJE U SKLADU S „GLAVNIM PLANOM RAZVOJA TURIZMA PGŽ 2005.-2015.“

U skladu s izmjenama i dopunama Glavnog plana razvoja turizma PGŽ 2005.-2015. predstoje aktivnosti u skladu s postavljenim strateškim ciljevima i smjernicama razvoja destinacije koje vode ka njenoj boljoj prepoznatljivosti. Iz tog razloga, predloženi ključni razvojni projekti imaju za cilj promijeniti sliku destinacije Kvarner, te su precizirani u skladu s potrebom repositioniranja destinacije na turističkom tržištu. Pri tome je potrebno naglasiti kako se da se ovaj dokument odnosi na područje cijele regije Kvarner, te se i odabir projekata izvršio sukladno ključnim destinacijskim obilježjima i elementima koje Kvarneru trebaju u budućnosti snažnije diferencirati na tržištu. Temeljem analize s konkurentskim destinacijama, utvrđena su područja u kojima se procjenjuje potencijalno najviša razina konkurentnosti Kvarnera na turističkom tržištu u budućem razdoblju:

- Destinacija zdravlja
- Destinacija povijesti i tradicije
- Destinacija događaja
- Destinacija sporta i rekreacije.

### VIII.2. IZRADA „GLAVNOG PLANA RAZVOJA TURIZMA KVARNERA 2016.-2020.“

Turizam je ključna razvojna odrednica Primorsko-goranske županije, odnosno, turističke destinacije Kvarner. Strateški „krovni“ dokument turističkog razvoja regije Kvarner izrađen je 2005. godine. Promjene koje su se u međuvremenu dogodile na turističkom tržištu, kako na svjetskoj razini, tako i u relevantnom konkurentskom okružju, kao i niz drugih promjena koje obilježavaju život i rad ljudi na početku 21. stoljeća, nameću potrebu kritičkog propitivanja dobrih i manje dobrih učinaka dosadašnjeg razvoja turizma, kako bi se, na tim osnovama, mogle utvrditi nove razvojne smjernice i strateški razvojni ciljevi u nastupajućem petogodišnjem razdoblju. U tom smislu, potrebno je novi Glavni plan koncipirati kao osnovni strateški razvojni dokument kojim se želi potaknuti daljnji razvitak turizma, ali i pokrenuti razvoj ostalih djelatnosti u Primorsko-goranskoj županiji.

<b>Budžet</b>	50.000 kn
<b>Nositelj</b>	PGŽ, Turistički ured TZ Kvarnera, JLS i TZ-članice
<b>Rok izvršenja</b>	odabir izvođača, prva faza izrade

### **VIII.3. IMPLEMENTACIJA „STRATEŠKOG MARKETINŠKOG PLANA TURIZMA KVARNERA 2009.-2015.“**

U završnoj fazi realizirat će se dio aktivnosti predviđenih Strateškim marketinškim planom turizma za to razdoblje, prilagođeno stanju i trendovima na tržištu:

- ✓ daljnji redizajn promocijskih materijala
- ✓ daljnje intenziviranje promocijskih aktivnosti, posebno, odnosa s javnošću, B2B i informacijskih aktivnosti
- ✓ daljnje intenziviranje internog marketinga
- ✓ daljnji razvoj e-marketing aktivnosti.

<b>Budžet</b>	10.000 kn
<b>Nositelj</b>	Turistički ured TZ Kvarnera
<b>Rok izvršenja</b>	kontinuirano

### **FINANCIJSKI PLAN TZ KVARNERA ZA 2015. GODINU**

---

#### **Financijski plan TZ Kvarnera za 2015. godinu sačinjen je temeljem:**

- ostvarenih financijskih rezultata za razdoblje siječanj – rujan 2014. godine; devetomjesečni rezultati su pouzdan temelj za izradu financijskog plana za sljedeću godinu
- ostvarenog turističkog prometa dolazaka i noćenja za 9 mjeseci; u 2015. godini se ne planira povećanje turističkog prometa dolazaka i noćenja u odnosu na očekivano ostvarenje u 2014. godini;
- utvrđene visine boravišne pristojbe (uredba o visini boravišne pristojbe za 2015. godinu nepromijenjena je u odnosu na 2014. godinu);
- očekivanog ostvarenja boravišne pristojbe u 2014. godini, koja se planira i u 2015. godini, dok se turistička članarina također planira na razini očekivanog ostvarenja 2014. godine
- zakonske regulative vezane uz glavne izvora prihoda TZ Kvarnera, boravišne pristojbe i turističke članarine
- naplati i prosljeđivanju boravišne pristojbe, bez većih poteškoća
- ostali prihodi ovise o postignutom stupnju udruživanja sredstava, o planu PGŽ, te o planu HTZ-a, koji u ovom trenutku još nisu potvrđeni, već samo procijenjeni
- rashodi se raspoređuju sukladno planiranim aktivnostima, te zadanim troškovima djelovanja turističkog ureda i turističke zajednice.

PROGRAM RADA S FINANCIJSKIM PLANOM TZ KVARNERA  
ZA 2015. GODINU

**Plan prihoda TZ Kvarnera za 2015. godinu**

RB	PRIHODI PO VRSTAMA	očekivano ostvarenje 2014.	indeks - očekivano ostvarenje 2014/ostvarenje 2013.	PLAN 2015.	indeks - plan 2015/očekivano ostvarenje 2014.
1.	Prihodi od boravišne pristojbe	6.323.250,72	97,59	6.325.000,00	100,03
1a.	Prihod od boravišne pristojbe od nautičkog turizma	137.477,17	118,81	138.000,00	100,38
2.	Prihodi od turističke članarine	1.820.768,43	103,01	1.830.000,00	100,51
<b>1+1a+2</b>	<b>UKUPNI PRIHOD OD BORAVIŠNE PRISTOJBE I TURISTIČKE ČLANARINE</b>	<b>8.281.496,32</b>	<b>99,03</b>	<b>8.293.000,00</b>	<b>100,14</b>
3.	Prihodi iz proračuna općine/grada/državnog	0,00	0,00	0,00	0,00
3.1.	za programske aktivnosti	0,00	0,00	0,00	0,00
3.2.	za funkcioniranje turističkog ureda	0,00	0,00	0,00	0,00
4.	Prihodi od drugih aktivnosti	5.185.249,78	184,89	4.955.000,00	95,56
4.1.	Udruživanje za avio oglašavanje	4.807.109,78	183,93	4.810.000,00	100,06
4.1.1.	PGŽ - po Sporazumu za Ryanair	570.012,68	101,34	570.000,00	100,00
4.1.2.	GRAD RIJEKA - po Sporazumu za Ryanair	570.000,00	351,87	570.000,00	100,00
4.1.3.	TZG Rijeke - po Sporazumu za Ryanair	145.000,00	102,09	145.000,00	100,00
4.1.4.	ZL Rijeke - po Sporazumu za Ryanair	565.000,00	165,81	565.000,00	100,00
4.1.5.	HTZ za avio oglašavanja (Ryanair)	1.995.057,92	141,87	1.995.000,00	100,00
4.1.6.	Turističke zajednice - avio udruživanje	413.649,34	0,00	415.000,00	100,33
4.1.7.	JLS - avio udruživanje	498.389,84	0,00	500.000,00	100,32
4.1.8.	HGK - avio udruživanje	50.000,00	0,00	50.000,00	100,00
4.2.	HTZ za promotivne aktivnosti (sajmovi, prezentacije, PIT, ITC)	143.000,00	74,87	145.000,00	101,40
4.3.	HTZ za ostala oglašavanja prema Javnom pozivu	235.140,00	0,00		0,00
5.	Prijenos prihoda prethodne godine (Višak prethodne godine ukoliko je isti ostvaren)	1.596.829,51	201,12	1.300.000,00	81,41
6.	Ostali nespomenuti prihodi	878.729,99	110,19	870.000,00	99,01
6.1.	prihod prethodnih godina (Grad Rijeka za Ryanair)	405.982,09	117,85	0,00	0,00
6.2.	Privredna banka Zagreb	0,00	0,00	0,00	0,00
6.3.	Udruživanje sredstava od turističkih zajednica i drugih gospodarskih subjekata za razne promotivne aktivnosti (PR agencije, Kvarner magazin)	466.000,00	136,67	480.000,00	103,00
6.4.	Udruživanje sredstava od turističkih zajednica i drugih gospodarskih subjekata za sajamske nastupe (CMT Stuttgart, F.RE.E Munchen, ITB Berlin)	0,00	0,00	383.000,00	0,00
6.5.	prihod od kamata	6.747,90	134,47	7.000,00	103,74
	<b>SVEUKUPNO PRIHODI</b>	<b>15.942.305,60</b>	<b>124,95</b>	<b>15.418.000,00</b>	<b>96,71</b>

Izvor: TU TZ Kvarnera

PROGRAM RADA S FINANCIJSKIM PLANOM TZ KVARNERA  
ZA 2015. GODINU

**Plan rashoda TZ Kvarnera za 2015. godinu**

RB	RASHODI PO VRSTAMA	PLAN 2015.	udjel 2015.
<b>I.</b>	<b>ADMINISTRATIVNI RASHODI (1+2+3)</b>	<b>3.301.000,00</b>	<b>21,41</b>
1.	Turistički ured TZ Kvarnera - djelovanje	2.760.000,00	17,90
1a)	Rashodi za radnike	1.950.000,00	12,65
1b)	Rashodi ureda	810.000,00	5,25
2.	Rashodi za rad tijela TZ Kvarnera	358.000,00	2,32
3.	Info punkt Vrata Jadrana	183.000,00	1,19
<b>II.</b>	<b>DIZAJN VRIJEDNOSTI (1+2+3+4+5)</b>	<b>672.000,00</b>	<b>4,36</b>
1.	Potpore manifestacijama i projektima	300.000,00	1,95
2.	Organizacija upravljanja destinacijom (DMO)	340.000,00	2,21
2.3.	Kvarner Family	70.000,00	0,45
2.4.	Kvarner Gourmet & Kvarner Food	90.000,00	0,58
2.5.	Kvarner Outdoor	100.000,00	0,65
2.6.	Kvarner Health & Wellbeing	70.000,00	0,45
2.7.	Kvarner Culture	10.000,00	0,06
3.	Kvarner Cruising	30.000,00	0,19
4.	Razvojni program DMK	2.000,00	0,01
<b>III.</b>	<b>KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI (1+2)</b>	<b>9.028.000,00</b>	<b>58,55</b>
<b>1.</b>	<b>Online komunikacije (1.1.+1.2.+1.3.+1.4.)</b>	936.000,00	6,07
1.1.	Internet oglašavanje - FB, online kampanja oglašavanja	836.000,00	5,42
	Facebook Visit Kvarner	36.000,00	0,23
	Media plan TZ Kvarnera	800.000,00	5,19
1.2.	SEO i SEM strategija	10.000,00	0,06
1.3.	Internet i ekstranet stranice i upravljanje Internet i ekstranet stranicama	40.000,00	0,26
1.4.	Mobilna aplikacija - doručivanje postojeće	50.000,00	0,32
<b>2.</b>	<b>Offline komunikacije (2.1+2.2+2.3+2.4+2.5+2.6+2.7)</b>	8.092.000,00	52,48
2.1.	Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora	6.142.000,00	39,84
2.1.1.	model I - potpora gospodarskim subjektima / nositeljima smještajne ponude na Kvarneru	740.000,00	4,80
2.1.2.	model IV - potpora posebnim programima destinacije	5.335.000,00	34,60
	model IV - oglašavanje s avio prijevoznicima	5.205.000,00	33,76
	model IV - destinacijski programi	130.000,00	0,84
2.1.3.	model V	42.000,00	0,27
2.1.4.	model VI	25.000,00	0,16
2.2.	Opće oglašavanje	50.000,00	0,32
	Oglašavanje u tisku	50.000,00	0,32
2.3.	Odnosi s javnošću i newsletter (u suradnji s PR agencijama)	750.000,00	4,86
	Velika Britanija i Irska	100.000,00	0,65
	Njemačko govorno područje	500.000,00	3,24
	Hrvatska	150.000,00	0,97
2.4.	Brošure i ostali tiskani materijali	1.050.000,00	6,81
2.4.2.	Info brošura - kalendar događanja	250.000,00	1,62
2.4.3.	Kvarner Magazin 2015.	300.000,00	1,95
2.4.4.	Tisak i dotisak info i promo materijala (brošure, turistička karta regije, roll up-ovi, letak PU PG, naljepnice...)	320.000,00	2,08
2.4.6.	Suveniri i promo materijali	180.000,00	1,17
2.6.	Info punktovi	100.000,00	0,65
	"Kvarner Info" na ZL Rijeka	100.000,00	0,65

PROGRAM RADA S FINANCIJSKIM PLANOM TZ KVARNERA  
ZA 2015. GODINU

RB	RASHODI PO VRSTAMA	PLAN 2015.	udjel 2015.
<b>IV.</b>	<b>DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI (1+2+3+4)</b>	<b>1.945.000,00</b>	<b>12,62</b>
1.	Sajmovi	1.060.000,00	6,88
1.1.	Sajamski nastupi TZ Kvarnera	980.000,00	6,36
1.3.	sajamski nastupi, strukovne konferencije i burze u organizaciji ostalih subjekata	80.000,00	0,52
2.	Studijska putovanja novinara	280.000,00	1,82
3.	Studijska putovanja agenata i Buy Croatia radionice	90.000,00	0,58
4.	Prezentacije	515.000,00	3,34
4.1.	u organizaciji TZ Kvarnera a u suradnji s Predstavništvom HTZ-a u inozemstvu	455.000,00	2,95
4.3.	ostale prezentacije	50.000,00	0,32
4.4.	poslovne radionice u inozemstvu	10.000,00	0,06
<b>V.</b>	<b>INTERNI MARKETING (1+2+3)</b>	<b>130.000,00</b>	<b>0,84</b>
1.	Edukacija za HTZ, lokalne TZ i turističku industriju	20.000,00	0,13
2.	Aktivnosti koordinacije, djelovanja, intranet i nadzor izvršavanja ciljeva i zadaća turističkih zajednica s područja Kvarnera	30.000,00	0,19
3.	Poticanje i ocjenjivanje izvrsnosti destinacije; Projekt Volim Hrvatsku i druge aktivnosti	80.000,00	0,52
<b>VI.</b>	<b>MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA (1+2+3+4)</b>	<b>138.000,00</b>	<b>0,90</b>
1.1.	Istraživanje tržišta (Tomas istraživanje, Mystery Guest...)	40.000,00	0,26
1.2.	Anketiranje avio gostiju na ZL Rijeka	30.000,00	0,19
2.	Suradnja s međunarodnim institucijama i EU fondovima	10.000,00	0,06
3.	Produkcija multimedijalnih materijala	50.000,00	0,32
4.	Jedinstveni turistički informacijski sustav (prijava i odjava gostiju, statistika i dr.)	8.000,00	0,05
<b>VII.</b>	<b>POSEBNI PROGRAMI (1)</b>	<b>144.000,00</b>	<b>0,93</b>
1.	Poticanje i pomaganje razvoja turizma na područjima koja nisu turistički razvijena	144.000,00	0,93
<b>VIII.</b>	<b>RAZNO (1+2+3)</b>	<b>60.000,00</b>	<b>0,39</b>
1.	DJELOVANJE U SKLADU S GLAVNIM PLANOM RAZVOJA TURIZMA KVARNERA 2005.-2015. GODINE	0,00	0,00
2.	IZRADA GLAVNOG PLANA RAZVOJA TURIZMA KVARNERA 2016 - 2020; NATJEČAJ U SURADNJI S PGŽ	50.000,00	0,32
3.	Daljnja implementacija „STRATEŠKOG MARKETINŠKOG PLANA TURIZMA KVARNERA 2009.-2015.“	10.000,00	0,06
	<b>SVEUKUPNO RASHODI</b>	<b>15.418.000,00</b>	<b>100,00</b>

Izvor: Turistički ured TZ Kvarnera

Predsjednik TZ Kvarnera:

Zlatko Komadina, dipl.ing.