



IZVJEŠTAJ O RADU

**TURISTIČKE ZAJEDNICE KVARNERA
ZA RAZDOBLJE SIJEČANJ-LISTOPAD
2015.**



KVARNER
Raznolikost je lijepa

Opatija, studeni 2015.

SADRŽAJ

UVOD	1
1. TURISTIČKA 2015. GODINA	1
2. TURISTIČKI PROMET U RAZDOBLJU SIJEČANJ – LISTOPAD 2015.	3
I. ADMINISTRATIVNI TROŠKOVI	8
I.1. TURISTIČKI URED TZ KVARNERA.....	8
I.2. TIJELA TZ KVARNERA.....	9
I.3. SKLADIŠTENJE	9
I.4. OPREMA I ODRŽAVANJE TZ KVARNERA	9
I.5. KVARNER INFO – VRATA JADRANA.....	9
II. DIZAJN VRIJEDNOSTI	10
II.1. POTPORE MANIFESTACIJAMA I PROJEKTIMA	10
II.2. ORGANIZACIJA I UPRAVLJANJE DESTINACIJOM.....	10
II.2.1. Kvarner.org.....	10
II.2.2. Razvoj marketing brendova	10
II.2.3. Cruising	24
II.2.4. Suradnja s Ministarstvom turizma i GU HTZ-a.....	24
II.2.5. Suradnja s PU PG Rijeka	24
III. KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI	26
III.1. ONLINE KOMUNIKACIJE	26
III.1.1. Internet oglašavanje	26
III.1.2. SEO i SEM strategija	26
III.1.3. Upravljanje Internet stranicom	26
III.2. OFFLINE KOMUNIKACIJE	26
III.2.1. Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora.....	26
III.2.2. Opće oglašavanje.....	28
III.2.3. Odnosi s javnošću i newsletter.....	30
III.2.4. Brošure i info materijali	34
III.2.5. Mreža županijskih info punktova „Kvarner Info“	36
III.2.6. Turistička signalizacija	36
IV. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI	37
IV.1. NASTUPI NA TURISTIČKIM SAJMOVIMA	37
IV.2. STUDIJSKA PUTOVANJA NOVINARA i AGENATA	40
IV.3. PREZENTACIJE	41
IV.3.1. Presentacije i press konferencije u organizaciji TZ Kvarnera i u suradnji s predstavništvima HTZ-a u inozemstvu i/ili Veleposlanstvima RH te drugim subjektima	41
IV.3.2. Poslovne radionice (workshopovi) u organizaciji predstavništava HTZ-a u inozemstvu	44
V. INTERNI MARKETING	45
V.1. EDUKACIJA	45

V.1.1. Edukacija o marketingu za HTZ, lokalne TZ i turističku industriju.....	45
V.1.2. Edukacija	45
V.2. AKTIVNOSTI KOORDINACIJE DJELOVANJA I NADZORA IZVRŠAVANJA CILJEVA I ZADAĆA TURISTIČKIH ZAJEDNICA OPĆINA I GRADOVA S PODRUČJA KVARNERA	45
V.2.1. Koordinacija s turističkim zajednicama s područja Kvarnera	45
V.2.2. Koordinacija turističkih zajednica Gorskog kotara	45
V.3. POTICANJE I OCJENJIVANJE IZVRSNOSTI DESTINACIJE	48
V.3.1. Djelatnik godine	48
V.3.2. Dani hrvatskog turizma 2015. – Poreč 13.–14.10.2015.	49
VI. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA	51
VI.1. ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA	51
VI.1.1. Tajni kupac na Kvarneru	51
VI.1.2. Anketa na zračnoj luci „Rijeka“	51
VI.2. SURADNJA S MEĐUNARODNIM INSTITUCIJAMA I EU FONDOVI.....	52
VI.2.1. „Šansa je u mojim rukama“ („Opportunity in my hand“).	53
VI.2.2. MALA BARKA	53
VI.3. PRODUKCIJA MULTIMEDIJSKIH MATERIJALA	55
VII. POSEBNI PROGRAMI	56
VII.1. POTICANJE I POMAGANJE RAZVOJA TURIZMA NA PODRUČJIMA KOJA NISU TURISTIČKI RAZVIJENA	56
VIII. RAZNO	57
VIII.1. DJELOVANJE U SKLADU S “GLAVNIM PLANOM RAZVITKA TURIZMA PGŽ 2005.-2015.”, IMPLEMENTACIJA I DALJNJA IMPLEMENTACIJA „STRATEŠKOG MARKETINŠKOG PLANA TURIZMA KVARNERA 2009.-2015.”	57
VIII.2. IZRADA STRATEŠKOG PLANA RAZVOJA TURIZMA KVARNERA SA STRATEŠKIM I OPERATIVNIM MARKETING PLANOM 2016. – 2020. GODINE	57

UVOD

Turistička zajednica Kvarnera je za 2015. planirala ponavljanje rezultata iz 2014. godine kada je turizam na Kvarneru zabilježio 2,2 milijuna dolazaka i 12,2 milijuna noćenja. Pri tome je za naglasiti da je u razdoblju od 2010. do 2014. godine na Kvarneru zabilježen rast noćenja od 12%.

Primarne aktivnosti TZ Kvarnera, u skladu sa strateškim dokumentima, imale su za cilj omogućiti aktivnosti upravljanja destinacijom i to daljnjom izrazitom orijentacijom na e-marketing, daljnom implementacijom nove brend strategije Kvarnera, afirmacijom brenda Kvarnera na postojećim i novim tržištima, zatim, razvoj novih turističkih proizvoda uz uvođenje novih marketing brendova te njihovo pozicioniranje na tržištu, jačanje konkurentnosti i atraktivnosti proizvoda Kvarnera te kvalitetan okvir za kvalitetnu suradnju privatnog i javnog sektora.

1. TURISTIČKA 2015. GODINA

Rekordna turistička godina na Kvarneru:

U prvih deset mjeseci ostvareno 2.394.217 dolazaka i 12.974.209 noćenja, što predstavlja **porast od 9% u dolascima** te od **8% u noćenjima** u odnosu na isto razdoblje 2014. godine. U odnosu na isto razdoblje 2013. godine porast u dolascima iznosi 3%, a u noćenjima 7%. Kako je na Kvarneru već zaključno s rujnom ove godine ostvaren i premašen cjelogodišnji turistički promet prethodnih godina, u prvih deset mjeseci ove godine ostvareno je 700.000 noćenja više nego tijekom cijele 2014. godine, odnosno 550.000 više nego tijekom 2013. godine.

Uz odličan turistički promet, godina će ostati zapamćena po brojnim aktivnostima, od kojih najvažnije donosimo u ovom izvještaju.

Sažetak aktivnosti

Djelovanje Turističke zajednice Kvarnera, uz brojne druge, obilježile su sljedeće intenzivne aktivnosti

✓ **AKTIVNOSTI UPRAVLJANJA DESTINACIJOM:**

- ✓ 2 sjednice Skupštine (24.ožujka, a predstoji sjednica 8. prosinca 2015.)
- ✓ 6 sjednica Turističkog vijeća (24.veljače, 10. lipnja, 15. srpnja, 7. listopada, 27. listopada i 24. studenoga 2015.)
- ✓ rad predstavnika Turističkog vijeća TZ Kvarnera u nadzornim odborima turističkih zajednica-članica
- ✓ 3 sjednice Nadzornog odbora (24. veljače, 17.srpnja i 20. studeni 2015.)
- ✓ brendiranje selektivnih oblika turizma:
 - Kvarner Family
 - Kvarner Gourmet i Kvarner Food
 - Kvarner Outdoor
 - Kvarner Health and Wellbeing
- ✓ upravljanje destinacijom na primjeru turističkog proizvoda Gorskog kotara
- ✓ djelovanje brojnih povjerenstava pri Turističkom vijeću TZ Kvarnera
- ✓ suradnja s ostalim subjektima
- ✓ aktivnosti na podizanju sigurnosti stranih i domaćih gostiju na području Kvarnera i podizanje mjera samozaštite gospodarskih subjekata u turizmu - suradnja TZ Kvarnera i PU PG Rijeka

- ✓ aktivnosti koordinacije djelovanja i nadzora izvršavanja ciljeva i zadaća turističkih zajednica mjesta, općina i gradova s područja Kvarnera
- ✓ djelovanje u skladu s „**Glavnim planom razvitka turizma PGŽ 2005.-2015.**“
- ✓ djelovanje u skladu s projektom „**Strateški marketinški plan turizma Kvarnera 2009.-2015**“
- ✓ **intenzivno je odrađena promocija** i to ciljano na najbližim, istodobno i najvažnijim emitivnim turističkim tržištima, u suradnji s predstavništvima HTZ-a u inozemstvu i drugim partnerima:
 - ✓ **nastupi na turističkim sajmovima**
Kvarner je prisutan s info i promo materijalima na 43 sajma na 20 inozemnih tržišta, od toga:
 - 32 sajma – opći sajmovi u sklopu štanda HTZ-a
 - 11 - samostalnih nastupa
 - ✓ **više od 40 prezentacija**
 - ✓ **PR aktivnosti** na britanskom, i tržištima njemačkog govornog područja
 - ✓ **oglašavanje** u suradnji s cca 30-ak domaćih tvrtki vrijedno 11,5 milijuna kuna. Kvarner je predstavljen u nizu publikacija, radio emisija, TV emisija, web portala, vodičima, godišnjacima i dr. i to za različite segmente turističke ponude – od općeg kataloga touroperatora, kamping vodiča, gastro vodiča, nautičkih magazina, „lifestyle“ magazina, dnevnih novina, wellness magazina i dr.
 - ✓ poticanje **Kvarnera – avio destinacije** – udruženo 4,5 milijuna kuna za sufinanciranje oglašavanja u suradnji s avioprijevoznicima i touroperatorima
 - ✓ prihvaćeno **82 studijskih putovanja novinara i agenata** s više od **617** sudionika iz 30-tak zemalja
 - ✓ **web portal:**
 - unapređenje i osvježivanje sadržaja
 - društvene mreže
 - foto arhiva na webu
 - ✓ **info aktivnosti:**
 - „Kvarner Info Vrata Jadrana“ i ostali turistički informativni centri na Kvarneru
 - info aktivnosti i dobrodošlica gostima
 - turistička signalizacija

Ostale aktivnosti TZ Kvarnera

Tijekom desetomjesečnog razdoblja 2015. godine TZ Kvarnera je odradila i niz tekućih aktivnosti u sustavu turističkih zajednica:

- ✓ prikupljanje, obrada i izvješćivanje o ostvarenju fizičkog turističkog prometa na području PGŽ
- ✓ analiza i praćenje naplate boravišne pristojbe i turističke članarine i analiza i praćenje realizacije financijskog plana za 2015. godinu
- ✓ aktivnosti i poslovi prema nalogu Ministarstva turizma (prikupljanje i obrade anketa i podataka)
- ✓ aktivnosti i poslovi prema nalogu HTZ-a (prikupljanje i obrada anketa i podataka, priprema radionica, sudjelovanje u radnim skupinama i povjerenstvima,...)
- ✓ i drugo.

2. TURISTIČKI PROMET U RAZDOBLJU SIJEČANJ – LISTOPAD 2015.

U prvih deset mjeseci 2015. godine u odnosu na isto razdoblje 2014. godine ostvaren je porast od 9% u dolascima te od 8% u noćenjima (2.394.217 dolazaka i 12.974.209 noćenja). U odnosu na isto razdoblje 2013. godine porast u dolascima iznosi 3%, a u noćenjima 7%. Kako je na Kvarneru već zaključno s rujnom ove godine ostvaren i premašen cjelogodišnji turistički promet prethodnih godina, u prvih deset mjeseci ove godine ostvareno je 700.000 noćenja više nego tijekom cijele 2014. godine, odnosno 550.000 više nego tijekom 2013. godine.

Domaći gosti imaju porast od 14% u dolascima te od 13% u noćenjima (263.255 dolazaka i 1.132.213 noćenja). Kod stranih gostiju, u odnosu na razdoblje siječanj-listopad 2014. godine, ostvaren je porast od 8% u dolascima i 7% u noćenjima (2.130.962 dolazaka i 11.841.996 noćenja).

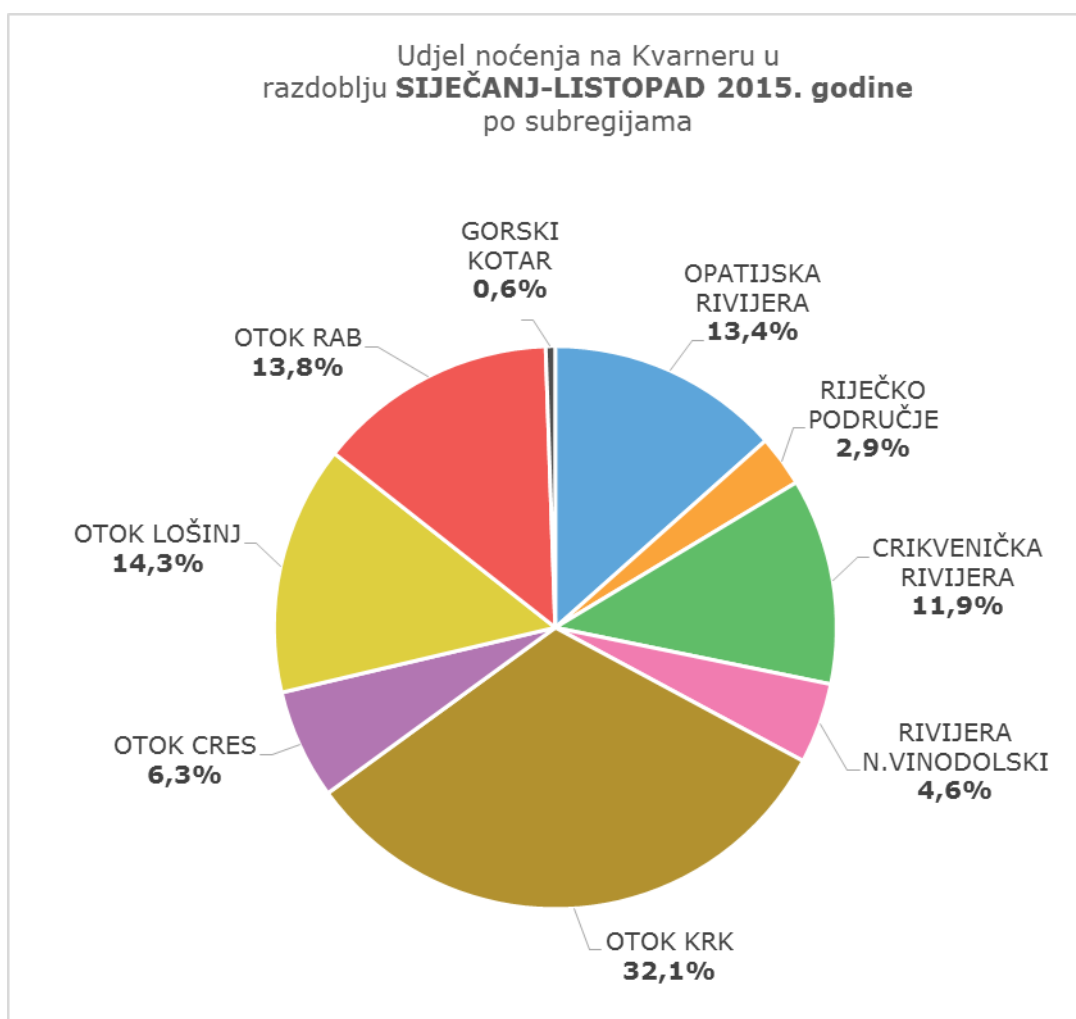
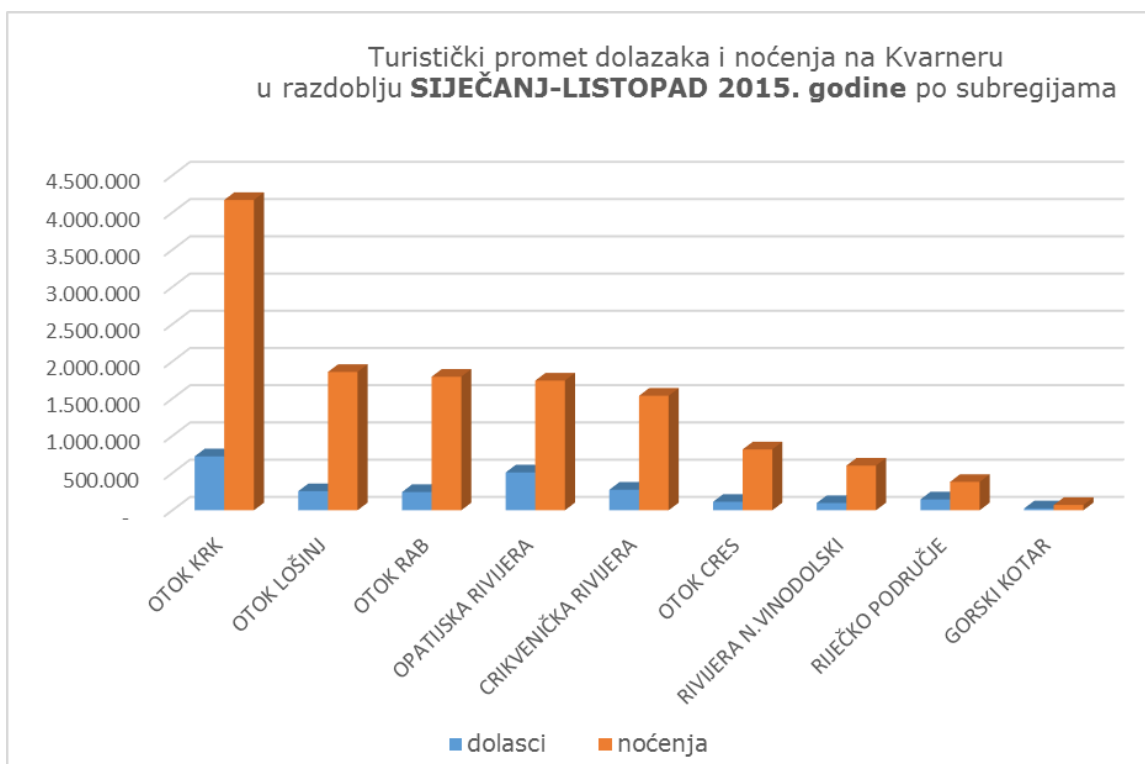
Po subregijama:

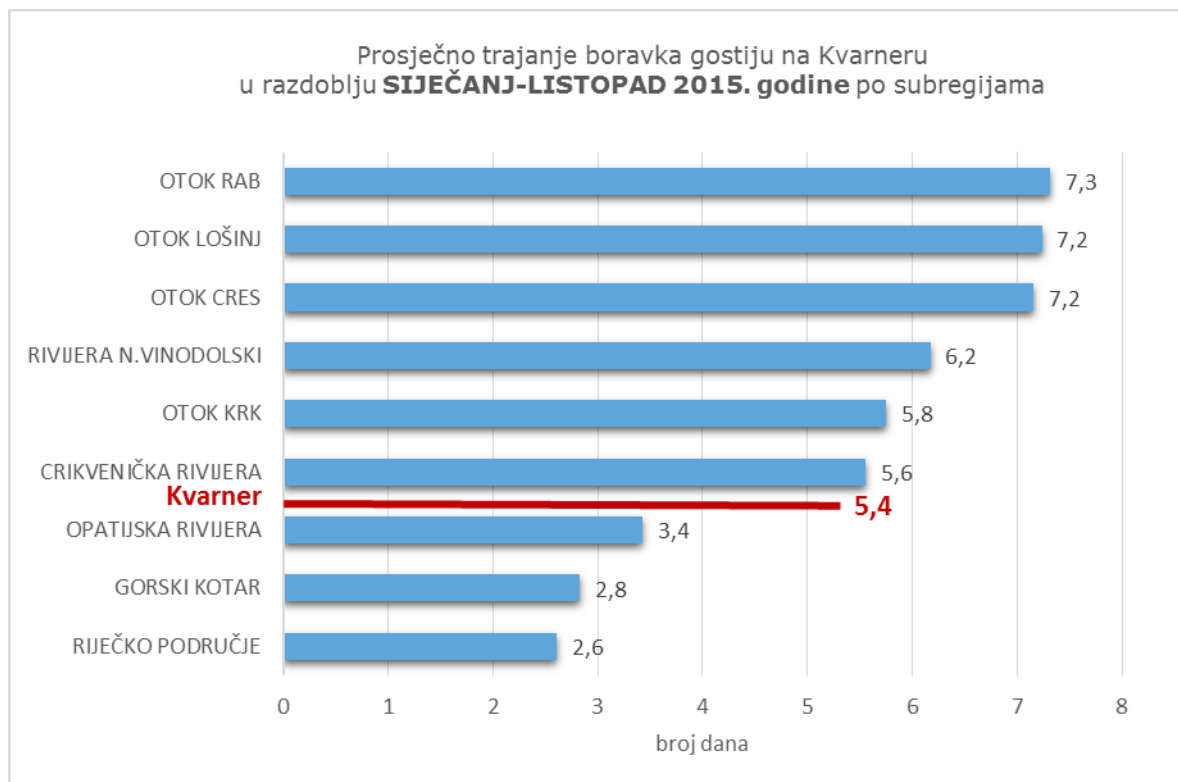
- otok Krk je ostvario najveći broj noćenja, 4.168.270, što iznosi 32,13% ukupnog udjela u županijskim noćenjima Kvarnera
- otok Lošinj: 1.859.027 noćenja; udjel 14,33%
- otok Rab: 1.793.987 noćenja; udjel 13,83%
- Opatijska rivijera: 1.742.846 noćenja; udjel 13,43%
- Crikvenička rivijera: 1.538.480 noćenja; udjel 11,86%
- otok Cres: 817.869 noćenja; udjel 6,3%
- rivijera Novi Vinodolski: 600.876 noćenja; udjel 4,63%
- Riječko područje: 381.348 noćenja; udjel 2,94%
- te Gorski kotar: 71.506 noćenja s udjelom od 0,55% u županijskim noćenjima u navedenom razdoblju

Turistički promet na Kvarneru u razdoblju siječanj - listopad 2015. godine po subregijama

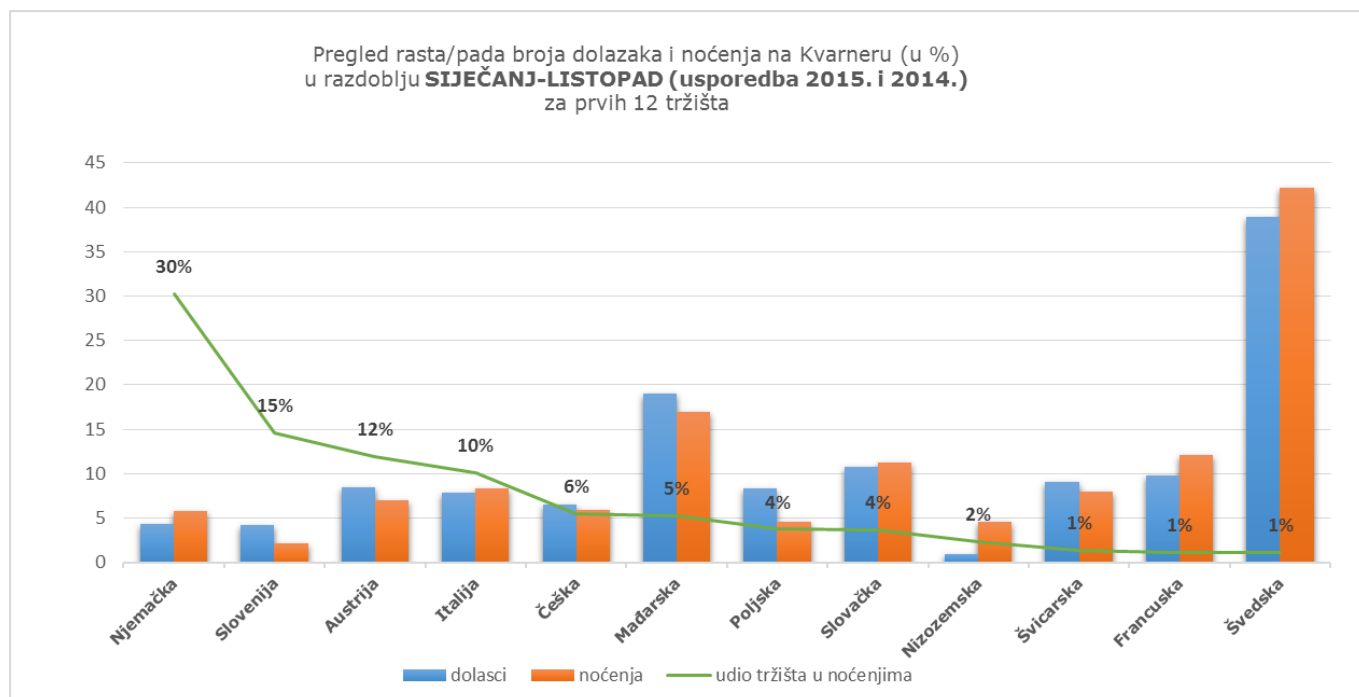
SUBREGIJA	SIJEČANJ-LISTOPAD 2015.					
	DOLASCI			NOĆENJA		
	dolasci	UDJEL dolazaka	INDEKS dolazaka (Ix 15/14)	noćenja	UDJEL noćenja	INDEKS noćenja (Ix 15/14)
OTOK KRK	724.272	30,25	110	4.168.270	32,13	109
OTOK LOŠINJ	256.859	10,73	105	1.859.027	14,33	103
OTOK RAB	245.100	10,24	105	1.793.987	13,83	104
OPATIJSKA RIVIJERA	508.467	21,24	107	1.742.846	13,43	109
CRIKVENIČKA RIVIJERA	276.713	11,56	112	1.538.480	11,86	112
OTOK CRES	114.297	4,77	106	817.869	6,30	104
RIVIJERA N.VINODOLSKI	97.278	4,06	110	600.876	4,63	110
RIJEČKO PODRUČJE	145.968	6,10	117	381.348	2,94	120
GORSKI KOTAR	25.263	1,06	108	71.506	0,55	116
PGŽ	2.394.217	100,00	109	12.974.209	100,00	108

Izvor: TZ Kvarnera temeljem ankete TZ članica





Po tržištima: Najveći broj inozemnih noćenja na Kvarneru u razdoblju siječanj-listopad 2015. godine ostvarili su gosti iz Njemačke 30,26% (6% više), Slovenije 14,58% (2% više), Austrije 11,91% (7% više), Italije 10,09% (8% više), Češke 5,50% (6% više) te Mađarske 5,20% (17% više).



**Turistički promet na Kvarneru u razdoblju siječanj - listopad 2015. godine
za prvih 12 emitivnih tržišta**

siječanj - listopad 2015					
Rast/Pad		Turistički promet			
dolasci	noćenja	dolasci	noćenja	udio u noćenjima	
1. Njemačka	+4%	+6%	481.908	3.583.301	30,3%
2. Slovenija	+4%	+2%	314.722	1.726.578	14,6%
3. Austrija	+8%	+7%	267.698	1.409.856	12,0%
4. Italija	+8%	+8%	243.800	1.195.016	10,1%
5. Češka	+6%	+6%	99.097	651.381	5,5%
6. Mađarska	+19%	+17%	125.831	615.647	5,2%
		Ukupni udio			77,7%
Domaći gosti	+14%	+13%	263.255	1.132.213	9,0%

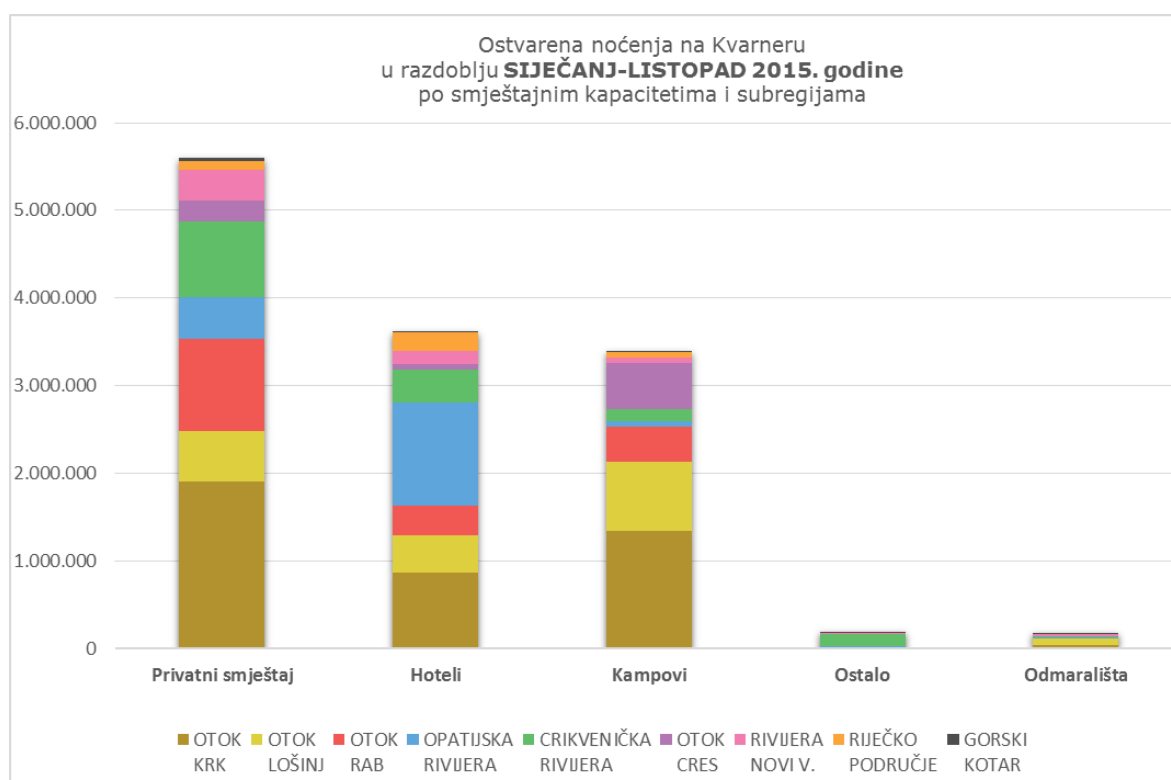
siječanj - listopad 2015					
Rast/Pad		Turistički promet			
dolasci	noćenja	dolasci	noćenja	udio u noćenjima	
7. Poljska	+8%	+5%	75.843	441.305	3,78%
8. Slovačka	+11%	+11%	68.619	431.629	3,72%
9. Nizozemska	+1%	+5%	46.741	274.103	2,30%
10. Švicarska	+9%	+8%	40.466	162.701	1,34%
11. Francuska	+10%	+12%	42.046	132.102	1,10%
12. Švedska	+39%	+42%	26.017	131.437	1,07%
		Ukupni udio			13,3%
Ukupni udio - ino noćenja 12 TOP zemalja					91,0%

Izvor: TZ Kvarnera temeljem ankete TZ-članica

Po smještajnim kapacitetima: Najviše noćenja, 5.604.519 ostvareno je u privatnom smještaju (11% više u odnosu na isto razdoblje prošle godine), zatim u hotelima 3.625.827 noćenja (5% više), u kampovima 3.386.090 noćenja (5% više), u odmaralištima 167.962 noćenja (8% manje) te u ostalim smještajnim kapacitetima 189.811 noćenja (41% više).

Turistički promet na Kvarneru u razdoblju siječanj - listopad 2015. godine prema vrsti smještaja

VRSTA SMJEŠTAJA	SIJEČANJ-LISTOPAD 2015. - noćenja									
	UKUPNO	OTOK KRK	OTOK LOŠINJ	OTOK RAB	OPATIJSKA RIVIJERA	CRIKVENIČKA RIVIJERA	OTOK CRES	RIVIJERA NOVI V.	RIJEČKO PODRUČJE	GORSKI KOTAR
Privatni smještaj	5.604.519	1.909.413	576.712	1.042.067	482.365	858.288	246.139	345.363	107.854	36.318
Hoteli	3.625.827	867.747	419.892	346.856	1.169.517	385.418	54.580	155.899	206.206	19.712
Kampovi	3.386.090	1.341.139	790.040	401.281	67.281	139.093	517.150	62.662	63.023	4.421
Ostalo	189.811	8.299	0	477	17.394	134.261	0	19.108	3.068	7.204
Odmarališta	167.962	41.672	72.383	3.306	6.289	21.420	0	17.844	1.197	3.851
UKUPNO	12.974.209	4.168.270	1.859.027	1.793.987	1.742.846	1.538.480	817.869	600.876	381.348	71.506



Izvor: TZ Kvarnera temeljem ankete TZ-članica

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 21 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 (NN 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.

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, Hrvatskom udrugom hotelijera, UHPA, Udrugom hrvatskih marina, Kamping udrugom Hrvatske, ostalim županijskim turističkim zajednicama, hotelskim kućama, turističkim agencijama, jedinicama lokalne samouprave, medijima, PR agencijama, Sveučilištem u Rijeci i drugima te je član međunarodnih turističkih organizacija (Med Cruise – pridruženi član, Skål Club International) i drugima.

I.2. TIJELA TZ KVARNERA

U razdoblju siječanj-listopad (s anticipacijom za prosinac) 2015. godine održane su:

- ✓ 2 sjednice Skupštine (24.ožujka, a predstoji sjednica 8. prosinca 2015.)
- ✓ 6 sjednica Turističkog vijeća (24.veljače, 10. lipnja, 15. srpnja, 7. listopada, 27. listopada i 24. studenoga 2015.)
- ✓ 3 sjednice Nadzornog odbora (24. veljače, 17.srpnja i 20. studeni 2015.)

I.3. SKLADIŠTENJE

Tiskani turistički promidžbeni materijal skladišti se u 3 skladišta:

- skladište TZ Kvarnera, Opatija, lokacija Slatina
- skladište HTZ-a, Zagreb, lokacija Rugvica
- skladište TZ Kvarnera, lokacija info punkta „Kvarner info – Vrata Jadrana“

Tiskani promidžbeni materijal raspoređen je funkcionalno na ova tri skladišta na način da se na skladištu HTZ-a nalaze materijali za sajamske nastupe u organizaciji HTZ-a a na skladištu TZ Kvarnera se nalazi tiskani promidžbeni materijal za potrebe info punkta „Kvarner info – Vrata Jadrana“, županijske info punktove, lokalne TIC-eve i ostale prezentacije u organizaciji TZ Kvarnera i drugih institucija i gospodarskih subjekata (PGŽ, HOK, razne udruge, turističke agencije i ostali).

I.4. OPREMA I ODRŽAVANJE TZ KVARNERA

TZ Kvarnera ima ugovoreno redovno mjesečno održavanje uredske informatičke opreme.

I.5. KVARNER INFO – VRATA JADRANA

«KVARNER INFO – VRATA JADRANA» - u razdoblju 01.01. – 31.10. 2015., info punkt „Kvarner Info“ posjetilo je **32.559** posjetitelja, što je **23% više** u odnosu na isto razdoblje prošle godine (01.01.2014. – 31.10.2014. 26.395 posjetitelja) od čega su s 51% zastupljeni posjetitelji iz Njemačke i njemačkog govornog područja, posjetitelji iz Italije s 14%, posjetitelji iz Francuske s 9%, posjetitelji iz skupine Ostali sa 7%, posjetitelji iz Engleske s 5%, domaći posjetitelji s 5%, posjetitelji iz Slovenije, Španjolske i Rusije s po 2%, posjetitelji iz Češke/Mađarske/Slovačke, Nizozemske i iz skandinavskih zemalja s po 1% te posjetitelji iz Izraela s manje od 1%.

Ukupno je na Kvarner info punktu podijeljeno **34.842** primjeraka tiskanog promo materijala:

- u izdanju Turističke zajednice Kvarnera podijeljeno je ukupno **20.711** primjeraka tiskanog materijala
- u izdanju Hrvatske turističke zajednice podijeljen je ukupno **981** primjerak tiskanog materijala
- u izdanju Turističkih zajednica članica podijeljeno je **13.150** primjeraka tiskanog materijala Turističkih zajednica članica Primorsko-goranske županije

II. DIZAJN VRIJEDNOSTI

II.1. POTPORE MANIFESTACIJAMA I PROJEKTIMA

U 2015. godini sredstva za potpore manifestacijama i projektima bila su preusmjerena (3. sjednica Turističkog vijeća) za sufinanciranje dviju top-manifestacija s pratećim sadržajima u sklopu EU projekta „Mala barka“ te za projekt od nacionalnog značaja - etapnu biciklističku utrku kroz Hrvatsku „Tour of Croatia 2015.“

II.2. ORGANIZACIJA I UPRAVLJANJE DESTINACIJOM

Prethodnim odlukama Turističkog vijeća TZ Kvarnera uspostavljena je organizacija upravljanja destinacijom Kvarner i to kroz:

- **brendiranje selektivnih oblika turizma**
- **upravljanje destinacijom na primjeru turističkog proizvoda Gorskog kotara**
- **djelovanje raznih povjerenstava i radnih skupina pri Turističkom vijeću TZ Kvarnera:**

Povjerenstva pri TZ Kvarnera:

1. Povjerenstvo za potpore – manifestacijama i projektima
2. Povjerenstvo za provedbu postupka ocjenjivanja turističkih zajednica gradova, općina i mjesta s područja Primorsko-goranske županije prema pokazateljima iz Pravilnika o kriterijima za uplatu i raspodjeli sredstava koja na poseban račun Hrvatske turističke zajednice (boravišna pristojba – nautika)
3. Povjerenstvo za provedbu projekta Kvarner Family
4. PGŽ – Povjerenstvo Kvarner Family
5. Povjerenstvo za problematiku divljeg kampinga
6. Povjerenstvo za udružene tržišne aktivnosti
7. Povjerenstvo – Kvarner Gourmet i Kvarner Food
8. Povjerenstvo za problematiku ronilačkog turizma
9. Povjerenstvo za razvoj Kvarnera kao cruising destinacije
10. Povjerenstvo za Djelatnik godine
11. Povjerenstvo za zakonodavstvo

II.2.1. Kvarner.org

TZ Kvarnera koristi informacijski sustav Kvarner.org u svakodnevnom poslovanju, navigacijska struktura je prilagođena programu rada, urudžbena knjiga je u potpunosti prenesena na Kvarner.org, kao i elektronička verzija svih pripadajućih popratnih dokumenata.

II.2.2. Razvoj marketing brendova

II.2.2.1. 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 gotovo 400 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 portalu na internetskim stranicama www.kvarnerfamily.hr. Svako domaćinstvo koje nosi oznaku kvalitete „Kvarner Family“ ima pravo na besplatan upis i posluživanje na web portalu „Kvarner Family“ uz postavljanje fotografija i veze prema vlastitim web stranicama.



Dana 03. studenog 2015. godine objavljen je novi Javni poziv za uključenje u projekt i to za Kvarner Family, Kvarner Family Agency, Pet Friendly i nove podbrende Bike Friendly i Hike Friendly.

Uz postojeći web portal www.kvarnerfamily.hr izrađena je Facebook fan stranica Kvarner Family koja je objavljena 30. ožujka 2015. godine. Stranica trenutno broji više od 1.700 like-ova. Na stranici se nalazi i interaktivna Google karta na kojoj su vidljivi svi Kvarner Family iznajmljivači. Uza Facebook fan stranicu 14. rujna 2015. godine osnovana je i objavljena i Facebook grupa Pet Friendly koja je namijenjena vlasnicima kućnih ljubimaca i Pet Friendly iznajmljivačima.

Aktivnosti projekta „Kvarner Family“ obuhvaćaju:

1. s razine PGŽ – provedbu i koordinaciju na projektu; djelovanje Povjerenstava s tri razine – prvostupanjsko/temeljno Povjerenstvo (na lokalnoj razini), drugostupanjsko Povjerenstvo (na županijskoj razini), Povjerenstvo za provedbu projekta / tzv. operativno tijelo na razini PGŽ. Trenutno oznaku kvalitete „Kvarner Family“ nosi gotovo 400 privatnih iznajmljivača.

2. s razine TZ Kvarnera - pojačane promidžbene aktivnosti obiteljskog smještaja:

- **web portal Kvarner Family** – TZ Kvarnera postavila je web portal dostupan u pet jezičnih verzija, i to na engleskom, njemačkom, talijanskom, slovenskom i hrvatskom jeziku, a u suradnji s turističkim zajednicama članicama se vrši ažuriranje, dopunjavanje i održavanje. Svaki iznajmljivač predstavljen je početnom stranicom i stranicama smještajnih jedinica. Prikaz obuhvaća informacije o iznajmljivaču, 10 fotografija, pozdravni tekst domaćina, grafički prikaz ponude i sadržaja koje iznajmljivač nudi, udaljenosti od plaže, centra, trajektne luke, zračne luke, ..., stranih jezika koje domaćin koristi, pa sve do dodatnih aktivnosti u blizini (teniski tereni, ribolov, jedrenje, vinske ceste,...). Uz to, omogućeno je i korištenje Google karte s točnom lokacijom odabranog objekta i tražilicom koja omogućuje pretraživanje po mjestu, vrsti smještaja i broju zvjezdica te kalendar po punjenosti (pretraživanje po 3 kriterija: mjesto, vrsta smještaja i broj zvjezdica)
- **Facebook fan stranica Kvarner Family i grupa Pet Friendly** – TZ Kvarnera izradila je i 30. ožujka 2015. godine objavila Facebook fan stranicu Kvarner Family koja trenutno broji više

od 1.800 like-ova; Facebook stranica ima interaktivnu Google kartu na kojoj su vidljivi svi Kvarner Family iznajmljivači; tijekom mjeseca srpnja TZ Kvarnera animirala je i pozvala sve Kvarner Family iznajmljivače da surađuju s nama u promociji smještaja Kvarner Family putem Facebook-a i da dostave fotografije svojih domaćinstava i destinacije te kratke popratne priče o sebi kao domaćinu; uz Facebook fan stranicu izrađena je i objavljena Facebook grupa Pet Friendly koja je namijenjena vlasnicima kućnih ljubimaca i Pet Friendly iznajmljivačima

- **prezentacije** – TZ Kvarnera organizirala je prezentacije na odabranim tržištima i to u okviru sajamskih nastupa TZ Kvarnera, kao i u drugim prigodama, te je promovirana ponuda obiteljskog smještaja s posebnim naglaskom na kapacitete s oznakom kvalitete Kvarner Family
- **tiskovne konferencije**
- **organizacija Dana otvorenih vrata Kvarner Family smještaja**
- **oglašavanje portala** putem online oglašavanja i to preko Facebook i Google AdWords alata; i iz toga slijedi da portal www.kvarnerfamily.hr iz mjeseca u mjesec bilježi sve veći broj posjeta s hrvatskog, njemačkog, slovenskog, talijanskog, austrijskog, slovačkog i mađarskog tržišta
 - tijekom mjeseca svibnja i lipnja bilježi se povećan broj korisnika koji stranicama pristupaju putem mobilnih uređaja
 - najveći broj posjetitelja na web stranice dolazi preko Google tražilice, zatim službenog web portala TZ Kvarnera www.kvarner.hr te preko oglasa u sklopu online kampanje TZ Kvarnera
- organizacija **edukativnih radionica** za nositelje kvalitete Kvarner Family (veza V.1.2.)
- **trening sastanak sa subregionalnim povjerenstvima Kvarner Family** u cilju razmjene iskustava, lociranja problematičnih točaka, razgovora o tijeku projekta, strateškom okviru provođenja te daljnje implementacije i promocije
- **pokretanje akcije „Obiteljski paket“** koju je tijekom siječnja 2015. godine Turistička zajednica Kvarnera pokrenula, a tijekom čijeg bi trajanja Kvarner Family iznajmljivači koji se uključe u akciju nudili svojim gostima pogodnost besplatnog smještaja za djecu do 18 godina na pomoćnim ležajevima u apartmanima, „košaricu dobrodošlice“ (bocu mineralne vode i svježe voće u frižideru) i obiteljski kupon za 10% popusta na ulaznice za neku lokalnu atrakciju (panoramska vožnja brodom, ulaznice za spilju, muzej, akvarij ...)
 - dana 01. travnja 2015. godine u Novom listu objavljen je Javni poziv za uključenje u akciju Obiteljski paket i to za Kvarner Family iznajmljivače, Kvarner Family agencije i pružatelje turističkih/ugostiteljskih usluga
 - trajanje akcije: u periodu od 23. svibnja do 17. srpnja i 5. rujna do 30. listopada
 - oznaka „Obiteljski paket“ biti će istaknuta u svim promotivnim materijalima. Kvarner Family iznajmljivači koji su se u akciju uključili na web portalu www.kvarnerfamily.hr označeni su posebnom ikonom u obliku paketa s mašnom.
 - također s agencijama s oznakom kvalitete „Kvarner Family Agency“ dogovoreno je kako će ovu ponudu isticati ako imaju sklopljene ugovore sa domaćinstvima koje nude ovakve pakete
 - u akciju je bilo uključeno **32 Kvarner Family iznajmljivača**, zatim **6 Kvarner Family agencija** i **8 pružatelja turističkih/ugostiteljskih usluga s područja Kvarnera** koji na svoje usluge ponudili 10% popusta
- Kvarner Family iznajmljivači redovito se obavještavaju o svim **novostima i javnim pozivima Ministarstva turizma i ostalih javnih institucija** – npr. sufinanciranje izgradnje bazena, najava 1. nacionalnog Foruma obiteljskog smještaja, razne edukacije ostalih javnih institucija, savjetovanja pri izradi Zakona, informacija i upozorenja o Internet prijevarama kroz oglašavanje obiteljskog smještaja, i ostalo
- **obavještavanje medija o stanju projekta** kao i najava i slanje press informacija nakon svake održane radionice; ostali plaćeni članci, intervjui i oglasi

Podbrend projekta „Kvarner Family – Pet Friendly“



Turistička zajednica Kvarnera nastavlja raditi i na razvijanju daljnjih subrendova projekta „KVARNER FAMILY“. Cilj je segmentirati ponudu smještaja odnosno pružiti upravo onu vrstu smještaja koju gost traži. Tako je Turistička zajednica Kvarnera 03. studenog 2015. godine objavila Javni poziv za uključenje u projekt, namjenjen i Kvarner Family iznajmljivačima koji pružaju uslugu smještaja gostima s kućnim ljubimcima.

Trenutnobrojimo **39 „Pet Friendly“ iznajmljivača i 2 „Dog Friendly“ agencije, dok su nam partneri na projektu Veterinarska stanica Rijeka, 1 salon za uljepšavanje pasa te hotel za pse „Monty`s Dog Hotel“.**

Za podbrend Pet Friendly dostupna je i web stranica „Pet Friendly“, koja je izrađena na hrvatskom i engleskom jeziku i sadrži sve korisne informacije namijenjene gostima koji žele svoj odmor provesti s kućnim ljubimcima te iznajmljivačima koji pružaju uslugu smještaja namijenjenu gostima s kućnim ljubimcima. Uz posebnu web stranicu TZ Kvarnera izradila je i Facebook grupu Pet Friendly.

Kvarner Family iznajmljivači, koji su nosioci ove dodatne oznake kvalitete, na web portalu www.kvarnerfamily.hr i u brošuri Kvarner Family označeni su posebnom Pet Friendly ikonom.

Također, 30. lipnja 2015. godine u Križišću održana je i druga edukativna radionica za vlasnike „Pet Friendly“ smještaja i „Dog Friendly“ agencija u suradnji s hotelom za pse „Monty`s Dog Hotel“.

Podbrend projekta „Kvarner Family – „Bike Friendly“ i „Hike Friendly“



The brand of the
Kvarner Region Tourist Board

Bike
Friendly



The brand of the
Kvarner Region Tourist Board

Hike
Friendly

Turistička zajednica Kvarnera s novim podbrendom Bike Friendly i Hike Friendly nastavlja s brendiranjem Kvarnera kao outdoor destinacije. Značenje „outdoor“ aktivnosti podrazumijeva sve aktivnosti koje se odvijaju u prirodi, a odnose se na aktivni odmor. Najveći obim aktivnosti u ovome segmentu bilježi se upravo kroz cikloturizam i pješaćenje, te upravo u svrhu postizanja željenih ciljeva (dobro organizirana ponuda, kvalitetna ponuda obiteljskog smještaja, prepoznatljivost, rast prometa i prihoda, zapošljavanje, poticanje poduzetništva u turizmu, stvaranje podloge za nove investicije...).

Dana 03. studenog 2015. godine objavljen je i Javni poziv za uključenje u projekt i dodjelu novih dodatnih oznaka kvalitete Bike Friendly i Hike Friendly.

Trenutno brojimo **10 „Bike Friendly“ iznajmljivača i 12 „Hike Friendly“ iznajmljivača.**

Kvarner Family iznajmljivači, koji su nosioci ovih dodatnih oznaka kvalitete, na web portalu www.kvarnerfamily.hr i u brošuri Kvarner Family označeni su posebnim Bike Friendly odnosno Hike Friendly ikonama.

Kvarner Family Agency



Još 2013. godine je pokrenut podbrand „Kvarner Family Agency“ oznake kvalitete turističkim agencijama. Trenutno oznaku kvalitete nosi **27 turističkih agencija**. Za oznaku kvalitete „Kvarner Family Agency“ mogu se prijaviti sve turističke agencije koje imaju sklopljena najmanje tri ugovora o posredovanju s domaćinstvima koja nose oznaku kvalitete „Kvarner Family“.

Dani obiteljskog smještaja: edukativne radionice i dani otvorenih vrata „Kvarner Family“ smještaja

Jedan od značajnih kriterija koje trebaju zadovoljiti nositelji kvalitete „KVARNER FAMILY“ je i redovito usavršavanje i permanentna edukacija. U 2014. i 2015. godini Turistička zajednica Kvarnera organizirala je seriju izuzetno uspješnih i dobro prihvaćenih edukativnih radionica, na području 7 subregija Kvarnera koje je pohađalo više od 360 privatnih iznajmljivača.

Do 30. ožujka 2015. godine održane su edukativne radionice Kvarner Family na 7 kvarnerskih subregija.

U gradu Malom Lošinj Turistička zajednica Kvarnera je predstavila nastavak razvoja projekta „Kvarner Family“ u sklopu 2. Foruma lošinjskih iznajmljivača „Inovativni privatni!“ održanog 10. ožujka 2015. godine u Wellness hotelu Aurora

Neposredno prije održavanja svake od edukativnih radionica održavali su se i trening sastanci namijenjeni turističkim agencijama nositeljima oznake kvalitete Kvarner Family Agency a sve s ciljem upoznavanja i uvođenja agencija u razvoj novih podbrendova i marketinških akcija koje Turistička zajednica Kvarnera provodi kako bi se pomoglo u povećanju konkurentnosti i razine kvalitete obiteljskog smještaja. Tema trening sastanaka s Kvarner Family agencijama je bila stvaranje povoljnih i atraktivnih „paketa“ ponude u razdobljima očekivane manje potražnje. Takva ponuda bi se posebno isticala kroz prezentaciju svih brendova uključenih u paket (Kvarner Gourmet & Kvarner Food, Kvarner Outdoor, Kvarner Culture...)

Na održanim trening sastancima nazočilo je 14 Kvarner Family agencija.

Tijekom održavanja edukativnih radionica Kvarner Family provedeno je i anketiranje nazočnih sudionika za potrebe provođenja monitoringa projekta od strane Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija.

Edukativne radionice su realizirane u suradnji sa lokalnim turističkim zajednicama, strukovnim skupinama obiteljskog smještaja i Zajednice obiteljskog smještaja i turizama pri HGK uz potporu jedinica lokalne samouprave, Policijske uprave PGŽ, Ureda državne uprave PGŽ, Turističkog inspektorata PGŽ.

Edukativne teme su bile: Kratko izvješće predstavnika lokalne turističke zajednice o turističkom prometu u 2014. godini i u odnosu na 2013. godine te predstavljanje mogućnosti suradnje na promociji obiteljskog smještaja sa turističkom zajednicom, zatim informacije o postupku prijave gostiju uredu turističke zajednice, načinu plaćanja boravišne pristojbe i turističke članarine te prijave brojnog stanja gostiju kao i informacije o aktivnostima turističke zajednice, Predstavljanje novih podbrendova projekta „Kvarner family“: „Pet Friendly“, „Bike Friendly“, „Hike Friendly“,

Kratki podsjetnik Ureda državne uprave na zakonske obaveze pri zahtjevu za kategorizaciju smještajnih objekata, Područje djelovanja turističke inspekcije – Turistička inspekcija Ministarstva turizma, Područje djelovanja carinske inspekcije – Ministarstvo financija, Predstavljanje turističkih agencija nositelja oznake kvalitete „Kvarner Family Agency“, Kako poboljšati iskorištenost svojih kapaciteta i kvalitetu boravka gosta: Marketinška akcija „Obiteljski paket“ i Obavezne namirnice za moderan doručak, Sigurnost u turizmu – preventivne mjere sigurnosti za sprečavanje provala i krađa, PRIPREME ZA TURISTIČKU SEZONU: Automatsko upravljanje klima uređajima - smanjite svoje račune uštedom potrošnje energije!; Sigurnosni sustavi – zaštita objekata; Sustavi uštede potrošnje energije – paketi za domaćinstva, male i srednje poduzetnike; Razne mogućnosti sufinanciranja FZOEU i druge; Suradnja s lokalnim elektroničkim tvrtkama i obrtima - uštede kod instalacija i održavanja (tvrtka Darsonik.d.o.o.), Značaj kvalitetne fotografije za dobru promociju, mogućnosti izrade web stranica i kratkih filmova za online promidžbu smještajnih kapaciteta (Foto studio Srđan Hulak), Mikrokrediti Raiffeisen banke za obiteljski smještaj po jednostavnim uvjetima, mogućnost korištenja POS aparata za kartično plaćanje u obiteljskom smještaju.

Također, 30. lipnja 2015. godine u Križišću održana je i druga edukativna radionica za vlasnike „Pet Friendly“ smještaja i „Dog Friendly“ agencija u suradnji s hotelom za pse „Monty`s Dog Hotel“.

Svi polaznici edukativnih radionica primili su uvjerenje o pohađanju edukacije i time ispunili jedan od uvjeta za podnošenje zahtjeva za dobivanje oznake kvalitete „Kvarner Family“, dok su posebne zahvale dobili vlasnici domaćinstava s oznakom kvalitete „Kvarner Family“ koji su otvorili svoja vrata kako bi svi zainteresirani došli do najvažnijih informacija o mogućnostima unapređenja poslovanja, razgledali kuću i okućnicu, razgovarali s domaćinima te predstavnicima specijaliziranih obrta i tvrtki.

Brošura „Kvarner Family“

Brošura Kvarner Family, koja služi gostima kao svojevrsan vodič kroz obiteljski smještaj na Kvarneru dostupna je od kraja mjeseca siječnja 2015. godine na pultevima svih Turističkih zajednica odnosno Turističkih info centara duž Kvarnera, i to na hrvatskom, engleskom i njemačkom jeziku.

Novo izdanje tiskane brošure Kvarner Family otisnuto je na 104 stranice na hrvatskom, engleskom i njemačkom jeziku u ukupno 12.000 primjeraka. U brošuru su uključeni svi Kvarner Family iznajmljivači i sve Kvarner Family agencije, te su oni iznajmljivači koji su nositelji dodatnih oznaka kvalitete Pet Friendly, Bike Friendly ili Hike Friendly označeni posebnim ikonama.

Novo izdanje brošure Kvarner Family distribuiralo se na sajmu CMT Stuttgart od 17. do 25. siječnja 2015. na kojem je TZ Kvarnera nastupila kao regija partner, te na svim ostalima sajmovima, prezentacijama i radionicama na kojima TZ Kvarnera nastupa u okviru svojih promotivnih aktivnosti.

Monitoring projekta „Kvarner Family“

Tijekom održavanja edukativnih radionica Kvarner Family koje su se u organizaciji TZ Kvarnera i lokalnih TZ-a održavale tijekom 2014. i 2015. godine provedeno je i anketiranje nazočnih sudionika za potrebe provođenja monitoringa projekta od strane Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu iz Opatije

Kvantitativna istraživanja za potrebe monitoringa projekta provedena su u vrijeme održavanja edukativnih radionica, dok je kvalitativna analiza izvršena na temelju intervjua s 20 Kvarner Family iznajmljivača u 10 destinacija.

Usluge monitoringa projekta naručio je Upravni odjel za turizam, poduzetništvo i ruralni razvoj Primorsko-goranske županije te ima za cilj metodama anketiranja i osobnog ispitivanja istražiti

stavove i mišljenja iznajmljivača o mogućim izmijenjenim uvjetima primjene standarda Kvarner Family. Cilj monitoring projekta je praćenje provedbe standarda Kvarner Family u okvirima obiteljskog smještaja te njena usporedba s prethodnim razdobljima.

U Projektu monitoringase koristi metodologija koja omogućuje benchmarking sa rezultatima prethodno provedenih istraživanja:

1. Analiza stanja privatnog smještaja u PGŽ – kućna radinost (2008),
2. Kvarner Family (2009),
3. Izmjene i dopune projekta Kvarner Family (2014).

Ukupno je anketirano je 177 iznajmljivača, temeljem prethodno pripremljenog strukturiranog upitnika.

Rezultati monitoringa ukazuju na sljedeće:

- porast iznajmljivača od 18 do 35 godina za 5,7%
- više od 45% iznajmljivača ima višu ili visoku stručnu spremu
- 63% ispitanika se iznajmljivanjem bavi više od 7 godina; zabilježen je i rast novih iznajmljivača odnosno onih koji posluju 1-3 godine
- za više od 50% iznajmljivača pružanje usluga u domaćinstvu predstavlja dodatan izvor prihoda
- u segmentu oglašavanja iznajmljivači koriste:
 - internet (43%)
 - preporuke prijatelja (27%)
 - usluge turističkih agencija (21%)
- 34% privatnih iznajmljivača ostvaruje prihod veći od 10.000,00 eura u turističkoj sezoni, najmanji broj je onih koji ostvaruju prihode manje od 3.000,00 eura
- planirana buduća ulaganja privatnih iznajmljivača:
 - povećanje unutaršnjeg uređenja domaćinstva (22%)
 - ulaganja u okućnicu (19,2%)
 - prilagođavanje domaćinstva za prihvata biciklista (18,1%)
- najvišu ocjenu za cjelovitost turističke ponude prema privatnim iznajmljivačima dobio je otok Rab
- suradnja s lokalnom turističkom zajednicom najbolje je ocijenjena u Rijeci, Krku i Crikvenici
- zadovoljstvo s programom i organizacijom edukativnih radionica Kvarner Family ocijenjeno je s vrlo visokom ocjenom

Iz Monitorniga projekta proizlazi 5 glavnih zaključaka:

1. *Porast mladih i educiranih iznajmljivača (e-tehnologija)*
2. *Velika ovisnost o prihodima od iznajmljivanja*
3. *Tradicija u obiteljskom iznajmljivanju na Kvarneru*
4. *Prilagodba domaćinstva za prihvata biciklista – porast outdoor aktivnosti na području Kvarnera*
5. *Kvarner Family domaćinstva mogu otplaćivati 5 godina kredita uz subvencionirane kamate; Kvarner Family domaćinstva imaju velik potencijal u kreiranju novih sadržaja i podizanju kvalitete smještaja*

Planirane aktivnosti do konca godine u sklopu projekta:

- organizacija obilaska Povjerenstava Kvarner Family
- ažuriranje podataka popisa nositelja oznake kvalitete „Kvarner Family“ radi pripreme tiskanog izdanja brošure „Kvarner Family“
- najava novog kruga edukativnih radionicama i Dana otvorenih vratiju obiteljskog smještaja
- analiza posjećenosti web portala www.kvarnerfamily.hr i prijedlog unapređenja ovog kanala promocije

- redovito obaveštavanje Kvarner Family iznajmljivača o novostima, javnim pozivima Ministarstva turizma, i ostalih institucija
- nastavak provođenja akcije „Obiteljski paket“
- objava Javnog poziva za podnošenje zahtjeva iznajmljivača na kreditni program „Kvarner Family 2015.“ (sredstva će biti osigurana iz Proračuna PGŽ)
- razvoj i osmišljavanje novih podbrendova

⇒ **Drugi nacionalni Forum obiteljskog smještaja, 12.10.-13.10.2015. u Poreču**

2. nacionalni Forum obiteljskog smještaja bio je namijenjen pružateljima usluga u domaćinstvu iz cijele Hrvatske, a organiziran je od strane Zajednice obiteljskog smještaja pri Hrvatskoj gospodarskoj komori, uz pokroviteljstvo Ministarstva turizma RH i Hrvatske turističke zajednice. Na 2. nacionalnom Forumu obiteljskog smještaja, koji je održan od 12.10. do 13.10.2015. godine u Poreču u hotelu Valamar Diamant, uoči „Dana hrvatskog turizma“ (13.10.-14.10.2015. godine) direktorica TZ Kvarnera dr. sc. Irena Peršić Živadinov predstavila je novosti u projektu brendiranja obiteljskog smještaja na Kvarneru **„Kvarner Family – kreditni program „Kvarner Family 2015.“ i rezultati monitoringa projekta“** budući da je „Kvarner Family“ prvi projekt takve vrste koji je pokrenut u Hrvatskoj te zaslužuje poseban naglasak i osvrt na sve aktivnosti koje TZ Kvarnera u suradnji s Primorsko-goranskom županijom provodi u sklopu projekta.

Posebnost ovogodišnjeg Forumu je prvo predstavljanje i dodjela nagrada u akciji „Turistički cvijet – Kvaliteta za Hrvatsku 2015.“ u kategorijama Obiteljski smještaj i Okusi Hrvatske koje su uručene najboljima na svečanoj dodjeli nagrada predvečer 12.10.2015., dok je utorak 13.10. rezerviran za predavanja s institucionalnom tematikom i zaključke Forumu.

⇒ **Regionalni Forum obiteljskog smještaja na Kvarneru (Sajam HoReCa), 12.11.-13.11.2015. u Opatiji i Okrugli stol na temu Turizam na Kvarneru do 2020. godine**

Sajam HoReCa Adria održavat će se u kraljici turizma Opatiji, u sportskoj dvorani Marino Cvetković, s ciljem da po uzoru na najbolju svjetsku praksu na jednome mjestu predstavi ponudu i novitete dobavljača za sektor turizma i ugostiteljstva. Sajam HoReCa Adria je projekt tvrtke Info Lab Mediji i izdavača časopisa Turizam info. U sklopu sajma HoReCa Adria bit će održani okrugli stolovi o turizmu na Kvarneru te stanju i perspektivama ugostiteljstva Kvarnera, kao i Forum obiteljskog smještaja Kvarnera, na kojem će se moći vidjeti neke od najboljih primjera iz prakse, predstavljanje sustava e-visitor za prijavu gostiju Hrvatske turističke zajednice, predavanja o sigurnosti objekata i o energetske certifikatima. Na okruglom stolu koji će se održati u četvrtak, 12. studenog 2015. godine, sudjelovat će direktorica dr.sc. Irena Peršić Živadinov, dok će na drugom danu sajma u sklopu Forumu obiteljskog smještaja Kvarnera voditeljica projekta Kvarner Family pri TZ Kvarnera predstaviti novosti u projektu brendiranja obiteljskog smještaja na Kvarneru **„Kvarner Family – kreditni program „Kvarner Family 2015.“ i rezultati monitoringa projekta“** budući da je „Kvarner Family“ jedan od vodećih projekata povezivanja i unapređenja kvalitete i promocije obiteljskog smještaja na području Hrvatske i primjer dobre prakse kojeg provodi TZ Kvarnera.

II.2.2.2. Kvarner Gourmet i Kvarner Food



KVARNER
Gourmet



KVARNER
Food

Turistička zajednica Kvarnera je u 2015. godini nastavila s provođenjem projekta *Kvarner Gourmet i Kvarner Food*, radi prepoznatljivosti 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.

Unutar postojećih oznaka kvalitete Kvarner Gourmet i Kvarner Food nastavlja se implementacija novih kategorija, kao i nove dodatne oznake kvalitete „Dog Friendly“.

Nakon javnog poziva TZ Kvarnera, imenovani predstavnik povjerenstva, vrsni gastro i eno znalac, slijedom prijava obilazi i ocjenjuje ugostiteljske objekte te se sukladno kriterijima po kojima je maksimalni broj bodova 100, dodjeljuju oznake kvalitete „Kvarner Gourmet i Kvarner Food“ i to:

Kvarner Food (75 - 89 bodova)

Kvarner Food Plus (90 - 100 bodova)

Kvarner Gourmet (1 škamp) - 100 bodova

Kvarner Gourmet (2 škampa) - uz temeljne kriterije za Kvarner Gourmet (1 škamp) potrebno je zadovoljiti i sljedećih nekoliko dodatnih kriterija

Kvarner Gourmet (3 škampa) - osim kriterija za dobivanje oznaka Kvarner Gourmet (1 škamp) i Kvarner Gourmet (2 škampa) te nakon što objekt 2 godine za redom dobiva oznaku Kvarner Gourmet (2 škampa) treba zadovoljiti i još nekoliko dodatnih kriterija

Dog Friendly - ugostiteljski objekti koji su prilagođeni za goste s psima



Po primitku godišnje oznake kvalitete, ugostiteljski objekti istaknut će standardiziranu ploču s logom projekta na vidno mjesto.

Turistička zajednica Kvarnera objavila je novi Javni poziv za uključivanje u projekt za dodjelu oznake kvalitete „Kvarner Gourmet i Kvarner Food“ za 2015/2016 godinu. Javni poziv je otvoren

od dana objave u Novom listu i na internet stranicama TZ Kvarnera <http://www.kvarner.hr/business/obavijesti> od 13. lipnja do 20. lipnja 2015. godine.

Na Javni poziv za 2015/2016 se uz 10 Kvarner Gourmet restorana i 57 Kvarner Food objekata koji su bili nositelji ovih oznaka kvaliteta za 2014. godinu, prijavilo i 30-ak novih objekata u obje kategorije. U 2014. godini imali smo ukupno 67 nositelja oznake kvalitete dok u 2015/2016 godini brojimo 79 restorana nositelja oznake kvalitete.

Nakon Javnog poziva TZ Kvarnera, gospodin Darko Baretić, predstavnik povjerenstva te vrsni kvarnerski gastro i eno znalac, obišao je i ocjenio prijavljene ugostiteljske objekte, te su dodjeljene sljedeće oznake kvalitete:

1 restoran s oznakom kvalitete Kvarner Gourmet (2 škampa)
11 restorana s oznakom kvalitete Kvarner Gourmet (1 škamp)
10 restorana s oznakom kvalitete Kvarner Food Plus
57 restorana s oznakom kvalitete Kvarner Food

i od ukupno 79 restorana njih 57 postalo je nositeljem dodatne oznake kvalitete Dog Friendly (i to 11 Kvarner Gourmet restorana i 46 Kvarner Food restorana).

Po primitku godišnje oznake kvalitete, ugostiteljski objekti istaknut će standardiziranu ploču s logom projekta na vidno mjesto.

- Suradnja s Ugostiteljskom školom Opatija (u sklopu projekta Kvarner Gourmet i Kvarner Food)

Tijekom 2015. godine TZ Kvarnera nastavila je dobru suradnju s Ugostiteljskom školom Opatija, te su u okviru raznih promidžbenih aktivnosti sudjelovali učenici i mentori koji su promovirali brend Kvarner Gourmet i Kvarner Food, a najistaknutije prezentacije bile su one u Wroclavu u Poljskoj (6. lipnja 2015) te u Beču u Austriji (26. lipnja 2015.). S druge strane, predstavnici TZ Kvarnera sudjeluju i podupiru aktivnosti koje organizira Ugostiteljska škola.

Promidžbene aktivnosti:

Tijekom promidžbene kampanje za sezonu 2015. TZ Kvarnera je u sklopu serije prezentacija na domaćem i inozemnim tržištima predstavila projekt *Kvarner Gourmet & Food 2015.*, pri čemu su u prezentacije organizacijski i financijski uključili Kvarner Gourmet restorani i Udruga Žlahtina prepoznajući goste koji su nazočili prezentacijama kao buduće goste Kvarnera. (Više IV. 4.) Također, gotovo sve studijske grupe realizirane na Kvarneru imale su na programu boravka upoznavanje s gastronomijom na Kvarneru, odnosno s projektom Kvarner Gourmet i Kvarner Food.

Aplikacija za mobilne uređaje Kvarner Gourmet & Food

Aplikacija je dostupna u engleskoj, hrvatskoj, njemačkoj, slovenskoj, talijanskoj i ruskoj jezičnoj verziji i to:

za Iphone

<https://itunes.apple.com/us/app/kvarner-gourmet/id663791656>

za Android

<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.mobiexplore.kvarner>

Aplikacija omogućuje pregled kataloga ugostiteljskih objekata Kvarner Gourmet i Kvarner Food te proizvođača Vrbničke žlahtine.

Omogućuje pretraživanje objekta po nazivu, lokaciji, mjestu, cijeni, broju bodova, uključuje mapu s lokacijama i udaljenosti vlasnika telefona od pojedinog objekta uz navođenje, integraciju s društvenim mrežama.

Također, izrađena je anketa u kojoj gosti-korisnici aplikacije mogu ocijeniti Kvarner Gourmet & Food restorane.

Da bi dostupni podaci bili i aktualni, sadržaj aplikacije se ažurira paralelno s tiskanim izdanjem Kvarner Gourmet&Food brošure.

Aplikacija je do sada preuzelo 240.444 korisnika iz 49 država.

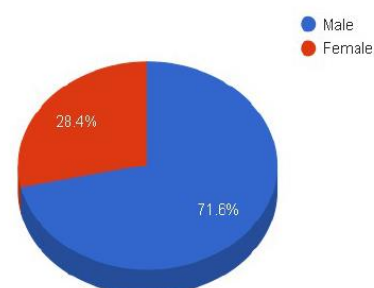


- Ukupan broj downloada mobilnog vodiča: 240.444
- Korisnici iz 49 država
- Europa: 96.6 % korisnika

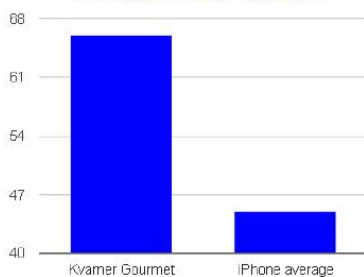


Kvarner Gourmet - mobile guide 09.10. 2015.

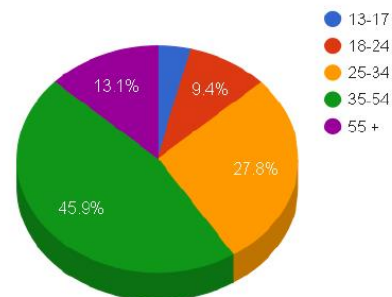
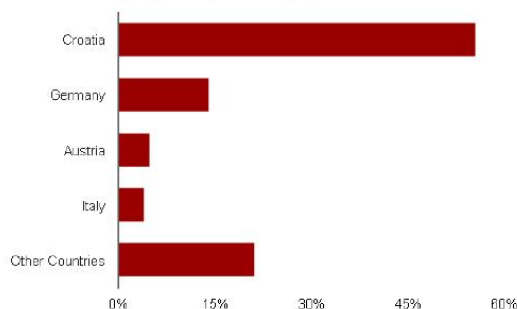
Profil korisnika po spolu i dobi



Trajanje korištenja vodiča u odnosu na prosjek "Travel" aplikacija



Profil korisnika po jezičnom profilu (pregled najvećih udjela)



II.2.2.3. Kvarner Health and Wellbeing



KVARNER
Health and Wellbeing

Oznaka kvalitete
Turističke zajednice Kvarnera

Kvarner destinacija zdravlja

Zdravstveni turizam, kao jedan od najvažnijih segmenata turističke ponude za produženje turističke sezone, dobiva na daljnjem značaju i razvoju, a do danas je ostao komparativnom prednošću regije Kvarner. Turistička zajednica Kvarnera provodi projekt brendiranja zdravstvenog turizma pod nazivom Kvarner Health and Wellbeing. Nakon inicijalnih aktivnosti u kojima je TZ Kvarnera okupila razne medicinske institucije i klinike s utjecajem na turizam, od specijalnih bolnica, poliklinika i klinika, fakulteta, nastavnog zavoda za javno zdravstvo, referentnog centra za zdravstveni turizam i medicinski programirani odmor Ministarstva zdravlja RH i referentnog centra za rehabilitaciju kardioloških bolesnika Ministarstva zdravlja RH, pa do hotelskih kuća i turističkih agencija, otisnuta je tematska brošura „Zdravstveni odmor na Kvarneru“ i odrađena je zajednička promidžba i plasman proizvoda zdravstvenog turizma na međunarodno tržište.

Nastavno na projekt Turističke zajednice Kvarnera Kvarner Health&Wellbeing, te Strategije razvoja zdravstvene industrije Primorsko-goranske županije od 2013. do 2020. godine, te uz aktivnosti PGŽ i stručnih dionika u ponudi zdravstvenog turizma, osnovan je Klaster zdravstvenog turizma na Kvarneru, kojega je TZ Kvarnera članicom, a direktorica dr.sc. Irena Peršić Živadinov je članica Upravnog odbora klastera. Cilj klastera je objedinjavanje ponude i zajednička promocija, apliciranja na javne pozive ministarstava RH i fondova EU, edukacija članova klastera, zajedničko istraživanje i razvoj, te druge aktivnosti.

Direktorica Turističke zajednice Kvarnera dr. sc. Irena Peršić Živadinov članica je Znanstvenog vijeća Referentnog centra za zdravstveni turizam i medicinski programirani odmor, te je aktivna u kreiranju strateških aktivnosti i rješavanju problematike u zdravstvenom turizmu Kvarnera.

U organizaciji TZ Kvarnera ponuda zdravstvenog turizma predstavljena je na na specijaliziranom sajmu „Moscow Medshow“ u Moskvi 27. – 28. 2. 2015. na kojem su se uz TZ Kvarnera, agentima i potencijalnim korisnicima zdravstvenih usluga predstavili brojni izlagači iz Evrope i Azije s ponudom za liječenje u inozemstvu. U organizaciji TZ Kvarnera na ovim aktivnostima na tržištu Rusije s Kvarnera sudjelovali su sudionici projekta Kvarner Health & Wellbeing / članovi Klastera zdravstvenog turizma na Kvarneru: Thalassoterapia Crikvenica, Terme Selce, Jadranka hoteli Lošinj, Lječilište Veli Lošinj, Poliklinika Medico, Specijalna bolnica za opću kirurgiju i ortopediju dr. Nemeč, Dentalna poliklinika Kalmardent, turistička agencija Katarina Line, te Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu – interdisciplinarni specijalistički studij zdravstvenog turizma i Jadran Galenski Laboratorij.

Također, Turistička zajednica Kvarnera s projektom brendiranja zdravstvenog turizma na Kvarneru pod nazivom Kvarner Health & Wellbeing, sudjelovala je 26. veljače 2015. godine u Moskvi na radionici za zdravstveni turizam, koju su organizirali Predstavništvo HGK Moskva i Predstavništvo HTZ Moskva, te agencije AA Travel iz Moskve, uz podršku Veleposlanstva RH u

Rusiji. Sama radionica uključivala je prezentaciju za novinare i partnere, na kojoj je direktorica TZ Kvarnera dr.sc. Irena Peršić Živadinov predstavila turističku ponudu Kvarnera s naglaskom na ponudu zdravstvenog turizma i kvarnerske sudionike radionice, odnosno klinike.

TZ Kvarnera surađuje s Klasterom zdravstvenog turizma na Kvarneru, te je zdravstveni turizam i nadalje jedan od najvažnijih turističkih proizvoda na Kvarneru.

II.2.2.4. Kvarner Beaches

Korištenje plaža kao resursa s puno posebnosti značajno je za turistički razvoj Kvarnera te su plaže na Kvarneru u sklopu projekta koji je, uz potporu i u suradnji s TZ Kvarnera, proveo Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu iz Opatije, prezentirane u dokumentu „1000 hrvatskih plaža – Jadranske morske zvijezde Kvarnera“. Diferencijacijom i brendiranjem kvarnerskih plaža naglašene su njihove posebnosti i teme kao što su plaže za djecu, za mlade, za sport i rekreaciju, za osobe s invaliditetom, za starije osobe, za kućne ljubimce ili pak s tematskim opisom kao romantične plaže, urbane promenadne plaže, adrenalinske plaže i druge. Neka istraživanja pokazuju kako su kod gotovo 80% ispitanika motiv dolaska na ljetni odmor na neku destinaciju upravo plaže, njihova kvaliteta, blizina i sadržaji.

Stoga je TZ Kvarnera na svim promidžbenim aktivnostima isticala plaže kao posebne atrakcije.

II.2.2.5. Kvarner Culture

Turistička zajednica Kvarnera je u cilju produljenja turističke sezone i poboljšanja kvalitete turističke ponude pristupila inicijalnim radnjama za izradu projektnog zadatka brendiranja kulturnog turizma, te je izrađen katalog kulturne ponude Kvarnera, odnosno katalog materijalnih i nematerijalnih resursa. U 2015. godini se slijedom projekta „Mala barka“ (sufinanciranog iz EU fondova) posebna pažnja posvećivala maritimnoj baštini Kvarnera, što ostaje trajnim zadatkom. Pred završetkom i tiskom je monografija na temu maritima baština na Kvarneru. Također, TZ Kvarnera sudjelovala je u pripremnim konzultacijama vezanim uz predstojeću međunarodnu konferenciju na temu industrijske baštine posvećene 150. obljetnici izuma riječkog torpeda, kojoj će TZ Kvarnera biti pokrovitelj. U svim promidžbenim aktivnostima tijekom 2015. godine isticane su kulturne atrakcije, a gosti, novinari i partneri upoznavani s kulturnim identitetom Kvarnera, što je značajan motiv dolaska u destinaciju. U svrhu promocije na sajmovima i prezentacijama izrađen je poseban materijal na njemačkom i engleskom jeziku na temu kulturnog turizma na Kvarneru, s naglaskom na kip Apoksiomena i predstojeće otvorenje muzeja Apoksiomena u Malom Lošinj.

II.2.2.6. Kvarner Outdoor



KVARNER *Biking Trails*



KVARNER *Hiking Trails*

Turistička zajednica Kvarnera nastavila je s razvojem projekta Kvarner Outdoor, cilj kojeg je objediniti Kvarner putem biciklističkih i pješačkih staza. Turistička zajednica Kvarnera je u suradnji s radnim timovima, osnovanim pri TZ Kvarnera, odredila osnovne pravce kretanja, te na taj način projekt prezentirala i pojedinoj subregiji, koja je bila zainteresirana za uključivanje u pilot-projekt. Osnovna i ključna aktivnost bila je obilazak, snimanje terena i prikupljanje podataka za izradu analize stanja terena. Analiza stanja, izrađena u suradnji s HGSS-om, za Crikveničko – vinosolsku rivijeru sadrži numeraciju, odnosno popis staza koje ulaze u projekt Kvarner Outdoor, situaciju na terenu po stazama (kategorizaciju staza, vrsta podloge, kvaliteta signalizacije, prohodnost, dužina staze, visinska razlika na stazi), popis mogućih lokacija za postavljanje signalizacije Kvarner Outdoor, foto dokumentaciju pojedinih točaka koje se procijene bitnim, skicu situacije Crikveničko - Vinodolske subregije sa ucrtanim GPS tragovima svake pređene staze. TZ Kvarnera je projekt kandidirala Ministarstvu turizma na Javni poziv za kandidiranje projekata za dodjelu bespovratnih sredstava temeljem programa Fond za razvoj turizma, ali nije odobren za sufinanciranje. U tijeku su pregovori Crikveničko – vinodolske rivijere s dobavljačima signalizacije, te izvođačima radova. Po istim standardima kao i za Crikveničko – vinodolsku rivijeru, pripremljen je i obilazak otoka Krka, te dogovoren u suradnji s HGSS-om. Naknadno je HGSS dostavio obavijest da nisu u mogućnosti biti partner u projektu „Kvarner Outdoor“ jer se radi o vrlo kompleksnom projektu, za koji je potrebno puno više vremena i ljudskih resursa, te su iz projekta izašli. U 2015. godini pružena je i potpora nabavke e-bike-ova za PP Učka, koji zasigurno doprinose razvoju Parka i većoj posjećenosti, a samim time i razvoju biciklizma. Aktivnost se odrađuje s troškovima nešto manjim od plana, radi naknadnih dogovora oko obilaska otoka Krka i eventualno drugih zainteresiranih subregija.

⇒ **Tour of Croatia – na Kvarneru 21. – 25. 4. 2015.**

Tour of Croatia je najveći biciklistički spektakl održan u Hrvatskoj tijekom 2015.godine te je ocijenjen sportskim eventom godine u RH. Kako je ovaj projekt krenuo upravo iz Primorsko-goranske županije raditi će se na tome da on postane stalni sportski događaj, a to se dobro uklapa u brendiranje Primorsko-goranske županije kao regije aktivnog turizma. TZ Kvarnera je prepoznala postojanje jako dobre predispozicije za snažniji iskorak u cikloturizmu, pa upravo radi na projektu KVARNER OUTDOOR kojim se regija brendira kao destinacija za aktivni odmor s naglaskom na biciklističke i pješačke staze. Tour of Croatia je osim sportskog događaja i odlična promocija Hrvatske i Kvarnera kao destinacije cikloturizma, ali i idealna promocija prirodnih ljepota, jer je utrka prolazila trasom dugačkom više od 900 kilometara duž jadranske obale, Istre i unutrašnjosti Hrvatske, uključujući nacionalne parkove Krka i Plitvice te tri parka prirode Biokovo, Velebit i Učka. Utrku je svakodnevno prenosio HTV, ali i više stranih televizija, poput Eurosporta, koji su sliku vrhunskih sportskih uzbuđenja i ljepota Hrvatske prenosili prema više od 15 milijuna gledatelja

Tour of Croatia održan je pod pokroviteljstvom Vlade Republike Hrvatske uz sponzorstvo Hrvatske turističke zajednice, Ministarstva turizma, Ministarstva zaštite okoliša i prirode te uz podršku

sponzora kao što su HEP, Porsche Inter Auto, Fleet Rent a Car, GaGa Milano, Uniline – službena turistička agencija i partner smještaja, Jana voda s porukom, Jamnica pro sport, Vipnet te gradovi, općine i županije s pripadajućim TZ-ima na području kojih se odvijala utrka.

Dana 24. travnja 2015. po završetku kvarnerske etape, na vrhu Vojak upriličena je dodjela nagrada, koje su uručili i predstavnici Turističke zajednice Kvarnera.

II.2.3. Cruising

U 2015. godini TZ Kvarnera je nastavila s aktivnostima na promoviranju Kvarnera kao cruising destinacije, u suradnji s Lučkom upravom Rijeka. Naime, još 2011. godine, Turistička zajednica Kvarnera je započela s intenziviranjem i usmjeravanjem aktivnosti promocije Kvarnera i Rijeke kao cruising destinacije, obraćajući se direktno brodarima, te nudeći Rijeku kao moguću luku sidrenja ili privezišta, a Kvarner kao izletničku destinaciju. Rezultat višegodišnjih intenzivnih aktivnosti (od nastupa na specijaliziranim sajmovima, izdavanja brošure namijenjene isključivo brodarima, učlanjenjem u asocijaciju „MedCruise“, prisustvovanje Generalnim Skupštinama MedCruisa, održavanje B2B sastanaka, direktnog kontaktiranja brodara i dr.) jest ticanje sedam kruzera u Rijeku u 2015. godini. Kao pridruženi član udruženja „MedCruise“ koje broji 100 redovitih članica iz 20 zemalja i 30 pridruženih članica, TZ Kvarnera je zajedno s Lučkom Upravom Rijeka sudjelovala je na 47. Generalnoj skupštini „MedCruise“-a (14.-17.10.2015.), na kojoj su uz upoznavanje s aktualnostima na tržištima i temama cruising sektora, održani B2B sastanci s predstavnicima utjecajnih brodara, kao što su Costa Crociere, Celestyal Cruises, Princess Cruises, Holland America Line, Seabourn, Royal Caribbean, MSC Cruises, Azamara Club Cruises, TUI Cruises, Pullmantur, te s predstavnicima specijaliziranih magazina za promociju kružnih putovanja.

II.2.4. Suradnja s Ministarstvom turizma i GU HTZ-a

Tijekom 2015. godine TZ Kvarnera održala je i /ili sudjelovala na brojnim sastancima, konzultacijama i radionicama s MINT-om i HTZ-om, vezano uz upravljanje destinacijom i problematikom od zajedničkog interesa i suradnje na svim razinama. Za istaknuti je posjet ministra turizma RH, gospodina Darka Lorencina sa suradnicima Kvarneru, koji je održan 15. srpnja 2015. godine u novootvorenom opatijskom hotelu Navis, kada su ministar Darko Lorencin i pomoćnik Davor Ižaković prisustvovali 5. sjednici Turističkog vijeća TZ Kvarnera. Temom sjednice vijeća bile su, uz ostale, najavljene izmjene zakona koji reguliraju djelovanje turističkih zajednica. Koordinacija s Glavnim uredom HTZ-a na kojoj je prisustvovao direktor GU gospodin Ratomir Ivičić održana je 21. travnja 2015. u Opatiji, a tema je bila „Analiza turističkih rezultata Primorsko-goranske županije i razvojne perspektive“.

II.2.5. Suradnja s PU PG Rijeka

Temeljem potpisanog *Sporazuma o suradnji* između TZ Kvarnera i PU PG i Programa rada s financijskim planom TZ Kvarnera za 2015. godinu, poduzet je 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.

- **Priručnik o sigurnosti u turizmu**

Pripremljen je priručnik o sigurnosti u turizmu koji je dostavljen svim sudionicima edukacijskih radionica kao i ostalim pružateljima usluga u turizmu te javno dostupan na web stranicama 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, te je TZ Kvarnera 2. srpnja 2015. sudjelovala na press konferenciji MUP-a.

III. KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI

III.1. ONLINE KOMUNIKACIJE

III.1.1. Internet oglašavanje

U cilju što kvalitetnije promocije regije Kvarner, TZ Kvarnera je u nastavila uspješnu suradnju s promotivnom agencijom na sveprisutnom i popularnom kanalu komunikacije na internetu i to upravo na Facebooku. Dnevno se objavljuju aktualne vijesti, brojne najave, preporuke zanimljivih događanja, galerije slika i informacije atraktivnih destinacija. Trenutno je facebook stranicu Visit Kvarner „polajkalo“ više od 18.000 posjetitelja.

III.1.2. SEO i SEM strategija

SEI i SEM aktivnosti se redovito provode. Više pod III.2.

III.1.3. Upravljanje Internet stranicom

Web portal usmjeren je na ciljne tržišne segmente, interaktivan i koncepcijski jednostavan za korištenje. Fotografijama se naglašavaju posebitosti Kvarnera, u Web 2.0 tehnologiji i s „Turizam“, „Press“ i „B2B“ portalima www.kvarner.hr. Web portal dostupan je na hrvatskoj, engleskoj, njemačkoj i talijanskoj verziji, a za 9 jezičnih mutacija dostupne su uvodne stranice. Tijekom 2015. godine aktivnosti su bile značajno usmjerene na unaprjeđenje i osvježavanje sadržaja te on line marketinške aktivnosti. U razdoblju od 1. siječnja do 30. listopada web portal www.kvarner.hr je imao 266.616 posjeta i 216.860 posjetitelja od čega 79,7% čine posjetitelji koji su stranice posjetili prvi put, a 20,3% posjetitelja je na stranicama bilo 2 ili više puta. U odnosu na isto razdoblje 2014. godine broj posjetitelja je za 25% veći. Najpregledavanija jezična verzija stranica je na hrvatskom jeziku (34%), slijedi engleska jezična verzija koja je zastupljena s 21%, potom njemačka s 15%, a 10% od ukupne posjećenosti ostvareno je na talijanskoj jezičnoj verziji. Preostalih 20% otpada na sve ostale jezične verzije.

III.2. OFFLINE KOMUNIKACIJE

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

Slijedom Javnog poziva HTZ-a za oglašavanje u promotivnim kampanjama i/ili promotivno/prodajnim kanalima javnog i privatnog sektora za 2015. godinu, za 5 modela, TZ Kvarnera je putem sustava turističkih zajednica i gospodarstva prikupila kandidature te sačinila kandidaturu.

Model I (udruživanje s gospodarstvom) – ukupna vrijednost odobrene kampanje – oko 11,2 mln kn / udjel TZ Kvarnera 722.000 kn; udjel tvrtki oko 5,7 mln kn, lokalnih TZ-a oko 2,0 mln kn, te 2,7mln kn HTZ. Media planovi **30-ak tvrtki s područja Kvarnera** realizirani su skoro u cijelosti, jer se gotovo 90% ugovorenog media plana odnosilo na razdoblje predsezona, a cca 10% na posezonu.

Media planovi su realizirani također na internet portalima (poznati i dobro posjećeni turistički portali), tražilicama putem ključnih riječi, u specijaliziranim tiskanim magazinima, stručnim vodičima, pogotovo kamperskim, općim turističkim magazinima, poslovnim dnevnicima, MICE stručnim časopisima i sl.

S obzirom da su kampanje odrađene i online, teško je reći koliko je to tržišta na kojima je izvršena promocija, ali gledajući na zakup tiskanog i internet prostora, možemo reći da se gospodarstvo Kvarnera i destinacija Kvarner predstavila na 10 tržišta.

Model II (vlastiti media plan) – više pod III.2.2.

Model IV (oglašavanje s avio prijevoznicima) – ukupna vrijednost – oko 4,5 mln kn / udružena sredstva na Kvarneru (PGŽ, TZ, JLS, HGK ŽKRI, gospodarstvo, ZL Rijeka) – oko 2,25 mln kn, te 2,25 mln HTZ. Važno je napomenuti da je za 2015. godinu, ZL Rijeka vodila pregovore s avio kompanijama oko letova na ZL Rijeka, a Turistička zajednica Kvarnera je kandidature prosljedila HTZ-u, s obzirom da prema propozicijama Javnog poziva HTZ-a za kandidiranje promotivnih kampanja, samo županijska zajednica biti nositelj kandidature. Do 31.10.2015. godine, na ZL Rijeka pristiglo je ukupno 66.699 putnika što je 34% više u odnosu na ostvarenje u istom razdoblju 2014. godine.

Model V (imidž oglašavanje i komercijano oglašavanje turizma na području kontinenta)

- bill board kampanja vrijednost cca 60.000,00 kn

TZ Kvarnera na prijedlog koordinacije TZ Gorskog kotara realizirala je bill board kampanje Gorskog kotara na 16 lokacija u trajanju od 14 dana. Prva kampanja s ciljem najave i promidžbe Goranskih biciklističkih utrka sa sloganom „Gorski kotar – doživljaj koji ti treba ... na dva kotača“ a druga je realizirana najavljujući gastro manifestacijama i opće manifestacije Gorskog kotara sa sloganom „Gorski kotar – doživljaj koji ti treba“.

RYANAIR

Realizacija oglašavanja

Oglašavanje destinacije u sklopu destinacijskih mrežnih podstranica na www.ryanair.com/en/flights-to-rijeka. Oglašavanje na početnim mrežnim stranicama Ryanaira tržišta s kojima je Zračna luka Rijeka povezana odnosno na podstranicama Švedske, Belgije, Norveške i Velike Britanije. Oglašavanje se realizira sa poveznicom i informacijom na početnoj stranici navedenih tržišta.

CROATIA AIRLINES

Knjižica „Red letenja“

- TZ Kvarnera predstavljena je na jednoj stranici; red letenja otisnut / proljeće 2015.; naklada od 100.000 primjeraka; distribuirana se najvećim hrvatskim tvrtkama, nalazi se u svim poslovnicama te zrakoplovima Croatia Airlinesa

Putni časopis CROATIA

- TZ Kvarnera se predstavila na 2 stranice u **proljetnom, ljetnom i jesenskom** izdanju časopisa; naklada 35.000 primjeraka; distribuirana u svim zrakoplovima flote, svim agentima i zastupnicima Croatia Airlinesa u zemlji i inozemstvu, veleposlanstvima i uredima RH, turističkim agencijama u inozemstvu, te na svjetskim turističkim sajmovima

Internet

- Web banner TZ Kvarnera od konca travnja do rujna 2015. na web stranicama Croatia Airlines (www.croatiaairlines.com); Oglašavanje na potvrdi pri online kupnji zrakoplovne karte

Newsletter

- U newsletteru Croatia Airlinesa, TZ Kvarnera se predstavila fotografijom, tekstom i linkom na web stranicu TZ Kvarnera; newsletter redovito prima 50.000 registriranih korisnika; od travnja do rujna 2015. godine

Oglašavanje u zrakoplovima

- **videoekrani** - emitiranje spota / telopa TZ Kvarnera od travnja do rujna 2015. godine – emitira se

GERMANWINGS

Realizacija oglašavanja

Oglašavanje TZ Kvarnera na web stranicama avio prijevoznika Germanwings
<http://www.germanwings.com/en/Flight-Info/Route-network.htm>

NOVATOURAS GROUP LITVA

Realizacija oglašavanja

Tiskovine

TZ Kvarnera je predstavljena u katalogu Novaturasa, u inflight magazinu avio prijevoznika, te u dnevnim novinama.

WEB

Internet stranica - odrađeno

- Web banner TZ Kvarnera na je stranicama Novatours-a od travnja do listopada 2015.
- Web banner TZ Kvarnera na www.novaturas.lt

AIR BALTIC

Realizacija oglašavanja

Oglašavanje TZ Kvarnera na web stranicama avio prijevoznika Air Baltic
<https://www.airbaltic.com/flights-to-rijeka>; **Radio** - Radio Skonto, Krievijas Hiti Radio – KHR, Baltkom - Jumor FM, Baltkom - Mix FM

Nastup na workshopu „Routes 2015“

TZ Kvarnera nastupila je zajedno s Zračnom lukom Rijeka na svjetskom workshopu „Routes 2015“. Poznato je da na tom workshopu sudjeluju sve ozbiljne avio kompanije i aerodromi, te razne svjetske turističke organizacije. Direktorica dr.sc. Irena Peršić Živadinov i predstavnici ZL Rijeka održali su niz konstruktivnih sastanaka, te su neki avio prijevoznici izrazili interes za letove na Zračnu luku Rijeka. Na workshopu se razmatrala 2017. i 2018. godina, jer avio kompanije dogovaraju letove najmanje godinu dana unaprijed, tako da je 2016. godina već dobrim dijelom zaključena.

III.2.2. Opće oglašavanje

Model II (vlastiti media plan) – ukupna vrijednost – oko 1.000.000 kn

TZ Kvarnera je u 2015. godini, u suradnji s agencijom KG Media odradila vlastiti media plan destinacije te na taj način kroz razne turističke portale, zatim tražilice, te društvene mreže promovirala Kvarner kroz proizvode „Kvarner Gourmet & Food“, „Kvarner Family“, „Kvarner kamping“, „Kvarner Outdoor“, „Kvarner Health&Wellbeing“, te opću ponudu Kvarnera...Kampanja je odrađena u Hrvatskoj, Austriji, Češkoj, Danskoj, Italiji, Nizozemskoj, Njemačkoj, Norveškoj,

Mađarskoj, Poljskoj, Slovačkoj i Švedskoj. Ovogodišnja Google AdWords kampanja započela je 30.03.2015. i trajala je do 29.09.2015. godine.

Kroz kampanju je generirano preko 125 milijuna prikazivanja oglasa TZ Kvarnera prema ciljanoj publici na ciljanim tržištima. Ta su prikazivanja rezultirala sa skoro 109.000 klikova na oglase, koji su rezultirali posjetom na našim web stranicama. Ti su posjeti rezultirali sa ukupno 2.400 konverzija, te s preko 10.000 novih lajkova vaše Facebook stranice.

Online platforma	Broj prikazivanja oglasa
Google (search)	428.914
Google (display)	23.557.803
Premiumnet	65.509.053
Premium publisher net.	32.600.146
Ignition One	2.575.927
Facebook	672.968
UKUPNO	125.344.811

Rezultati Google AdWords search kampanja:

- 428.914 pojavljivanja oglasa (impresije),
- 11.356 klikova,
- CTR (indeks relevantnosti kampanje koji se dobiva omjerom klikova i impresija kampanje => cilj je da CTR bude što viši) od **2,65%**,
- prosječni CPC (cijena po kliku na oglas) od **0,68€**,
- prosječna pozicija prikazivanja oglasa **2,6**

Gore navedeni parametri Google AdWords search kampanja su iznadprosječni. Što se tiče CTR-a, sam Google navodi CTR od 2% kao primjer relevantne kampanje, dok kod TZ Kvarnera on iznosi 2,65%. Prosječna cijena po kliku je također solidna, s obzirom da na nekim od ovih tržišta može prelaziti i iznose od 1€. Prosječna pozicija prikazivanja oglasa od 2,6 govori da su se oglasi najčešće prikazivali na jednoj od prve 3 najrelevantnije pozicije iznad ostalih oglasa konkurencije uz povremeno pojavljivanje na nižim pozicijama.

Rezultati Google AdWords display kampanja:

- 23.557.803 pojavljivanja oglasa (impresije),
- 45.057 klikova,
- CTR (indeks relevantnosti kampanje koji se dobiva omjerom klikova i impresija kampanje => cilj je da CTR bude što viši) od **0,19%**,
- prosječni CPC (cijena po kliku na oglas) od **0,32€**,
- prosječna pozicija prikazivanja oglasa **1,0**

Gore navedeni parametri Google AdWords display kampanja su također iznadprosječni. Za razliku od search kampanja, display kampanje najčešće bilježe znatno niži CTR, ali i osjetno niži CPC. Kod display kampanja Google navodi CTR od 0,10% kao primjer relevantne kampanje. Kampanja sa CTR-om od 0,19% skoro duplo je relevantnija. CPC je vrlo dobar, te iznosi samo 0,32€ po kliku. Prosječna pozicija je najviša moguća: 1,0.

Rezultati Premiumnet kampanja:

- 65.509.053 pojavljivanja oglasa (impresije),
- 24.979 klikova,
- CTR (indeks relevantnosti kampanje koji se dobiva omjerom klikova i impresija kampanje => cilj je da CTR bude što viši) od 0,04%
- prosječni CPC (cijena po kliku na oglas) od 0,51€

Uz online kampanju, TZ Kvarnera se predstavila i u tiskovinu kao što su Dnevnik i Večer u Sloveniji, u brošuri Kamping udruge Hrvatske, Mini kampovi u Hrvatskoj i Croatia's best campsites, zatim u gastronomskom vodiču Juneau Restaurants de Europe...

III.2.3. Odnosi s javnošću i newsletter

III.2.3.1. Suradnja s A.R.T. RedaktionsTeam – njemačko govorno područje

Redoviti newsletter

Priprema, oblikovanje i distribucija skupnih „newslettera“ na različite teme, koji se šalju krajnjim korisnicima (cca. 17.300 adresa) i odabranim, prvoklasnim novinarima/medijima (ca.1.500-2.000 kontakata), kako za tiskana, tako i za elektronska izdanjate društvene mreže, i to za opću turističku ponudu i za specijalizirane teme sukladno proizvodnom portfelju TZ Kvarnera:

Siječanj 2015

- 19.01.2015: Närrische Zeit in der Region Kvarner – Karneval an der Adria
- 20.01.2015: Kaiserlicher Karneval an der Opatija-Riviera
- 21.01.2015: Karnevalsumzüge, Volkstänze und Brauchtumsveranstaltungen in der Region Kvarner
- 22.01.2015: Karneval in Rijeka – buntes Maskentreiben in der „fünften Jahreszeit“
- 22.01.2015: Kroatien: Kvarner als neuer Hotspot – Gourmetrestaurants, Relais & Châteaux, Schlosshotels & Herrenhäuser
- 26.01.2015: KVARNER MAGAZIN 2015 – das neue Ferienmagazin Kroatiens

Veljača 2015

- 12.02.2015: Opatija-Riviera: Renaissance einer legendären Wellness-Region
- 13.02.2015: f.re.e Messe München – Einladung Pressekonferenz TVB Kvarner – 19. Februar 2015

Ožujak 2015

- 18.03.2015: 11.-30.4.: Wildspargel-Festival in Lovran an der kroatischen Adria

Travanj 2015

- 08.04.2015: 11.&12. April 2015: Kaffeegeheimnisse unter der Frühlingssonne von Opatija
- 16.04.2015: Erlebnisparadies Gorski Kotar – das Naturwunder an der kroatischen Adria
- 20.04.2015: Oh wie süß – Jahrhundertealte Tortentradition an der Adria
- 22.04.2015: RAB – die kroatische Trauminsel als Radparadies-Geheimtipp
- 27.04.2015: KVARNER – Crikvenica: Renaissance des kaiserlichen Kurortes

Svibanj 2015

- 04.05.2015: Heilkraft der Adria – Thalassotherapie in Opatija
- 06.05.2015: Apoksiomen: Kroatiens antiker Frauenschwarm bekommt eigenes Museum
- 11.05.2015: Kur-Geheimtipp Adriainsel Losinj – Special- Strand für Gürtelrose-Patienten
- 12.05.2015: 30.-31.05.: Süßes Wochenende beim Erdbeerfest in Crikvenica

Lipanj 2015

- 15.06.2015: Mittelalter-Feste auf Rab, 25.-27.07.: Zeitreise im Inselparadies

24.06.2015: Kvarner Family – das neue Qualitätssymbol an der Adria
29.06.2015: (Rijeka) Supercool: Dänisches Ex-Fährschiff aus den 1930er Jahren als erstes Schiffshotel Kroatiens

Srpanj 2015

22.07.2015: Einfach köstlich – alles Fisch in Crikvenica
30.07.2015: Kroatien – mit Wasserflugzeugen zur Inselwelt

Kolovoz 2015

04.08.2015: Designhotel Navis – der neue Hotspot an der Opatija-Riviera
17.08.2015: Wanderbarer Kvarner - Herbst-Highlights für Sportbegeisterte
25.08.2015: „Marunada“ in Kroatien: Kastanien aus dem Feuer holen

Rujan 2015

03.09.2015: Crikvenica-Riviera: Weinwandern mit Meeresbrise
07.09.2015: 22.-29.09.2015: Kochevent in Rijeka - alles Tintenfisch und Feige

Listopad 2015

19.10.2015: 4.-6.12: Schokoladefest in Opatija - ein Festival zum Dahinschmelzen

U pripremi: Newsletter na temu Adventa, Božića & Dočeka Nove Godine na Kvarneru

U pripremi: Newsletter na temu Zdravstvenog odmora na Kvarneru

Grupno putovanje novinara 11.-14.6.2015.

– **na prijedlog PR agencije za njemačko govorno područje** - oblikovanje programa i slanje poziva, koordinacija svih prijava i putovanja, priprema programa, stručno vođenje, organizacija i profesionalna pratnja novinara na licu, putovanje predstavnice ART ureda radi dodatne podrške i pratnje radi organizacije posebnih individualnih želja novinara nakon putovanja profesionalna post-pratnja novinara
Tema: S jadranskog otoka Krka na Kvarnerske rivijere

(Krk • Crikvenica • Selce • Rijeka • Opatija)

Sudionici/Mediji:

Termin	Name	Medium
11.-14.06.	Andrea Steiner	Kleine Zeitung
11.-14.06.	Thomas Cernak	promobil, Caravanning
11.-14.06.	Elisabeth Hewson	freie Journalistin (u.a. Wiener Zeitung, Klipp)
11.-14.06.	Petr Blaha	Fotograf
11.-14.06.	Christian Boergen	SRT Redaktion
11.-14.06.	Gabriele Beautemps	Camping, Cars + Caravans
11.-14.06.	Julia Floß	Kölner Stadt-Anzeiger/ Magazin
11.-14.06.	Miriam Hotter	Tiroler Tageszeitung
11.-14.06.	Simone Häfele	Schwäbische Zeitung
11.-14.06.	Gabi Dräger	freie Journalistin (Badische Neueste Nachrichten und andere)
11.-14.06.	Ulrich Krumstroh	Redaktionsbüro und t-online
11.-14.06.	Elke Thonke	freie Journalistin

Pojedinačna putovanja u 2015. godini – na prijedlog PR agencije za njemačko govorno područje

Termin	Name	Medij	Mjesto
23.-25.01.2015	Doris Neubauer	Falter	Rijeka
12.-15.02.2015	Barbara Hutter	freie Journalistin	Interview sa Irena Peršić Živadinov; Razgovor sa Marinom Jurišić, TZ Viškovo na temu Halubajski zvončari – nematerijalna svjetska baština
13.-16.02.2015	Karin Wasner	Falter	Rijeka
28.03.- 05.04.2015	Ingrid Bahrer-Fellner	Kurier	Opatija i opatijska rivijera
02.-04.04.2014	Heinz Grötschnig	Alpe Adria Magazin	Opatija Riviera, Rijeka, Rab
15.-17.04.2015	Peter Schönlaub	Motorrad Magazin	Opatija;
25.05.- 04.06.2015	Thomas Breitling	ACE Lenkrad	Opatija, Lošinj, Krk, Rab
30.05.- 06.06.2015	Claudia Diemar	freie Journalistin	Lošinj, Krk, Rab
14.-18.06.2015	Gabriele Beutemps	Camping, Cars + Caravans	Krk,
30.06.- 05.07.2015	Sonja Wasner	PROST	Crikvenica, Lovran
17.-20.09.2015	Helmut Luther	Die Welt	Opatija, Crikvenica, Lovran
07.-11.10.2015	Hans Schloemer	BILD Zeitung	Crikvenica-Novi Vinodolski Riviera, Opatija, Lovran, Krk

Ukupno je posredstvom PR agencije prihvaćeno 23 novinara iz Njemačke i Austrije.

Posebne PR aktivnosti 2015. / Lobiranja - Kontakti s novinarima:

U cilju održavanja kontakata i održavanja dobrih poslovnih odnosa s nizom novinara, te u cilju redovitog informiranja o novostima na Kvarneru i jačanja medijskog doživljaja regije, predstavnici A.R.T. RedaktionsTeama u suradnji s TZ Kvarnera novinare animiraju na razne teme, održavaju sastanke, tj. posjećuju ih u njihovim redakcijama (npr. Beč, München, Berlin, Hamburg). Dodatno lobiranje za regiju Kvarner ostvaruje se prilikom svih ostalih razgovora s novinarima. Cilj tih razgovora je brend Kvarner trajno etablirati u svijesti novinara da bi se medijsko poimanje ove regije pojačalo.

a) **Posebna lobiranja i podrška prilikom priprema reportaža**

Sa velikim angažmanom A.R.T. RedaktionsTeam podržao je izradu posebnih visokotiražnih reportaža (pr. Auto& Reisen). Posebice kod odgovaranja na pojedinačna pitanja je A.R.T. bio kompetentan sugovornik.

b) **Lobiranje na ITB u Berlinu od 4. do 8. 3. 2015:**

A.R.T. RedaktionsTeam zastupao je regija Kvarner je na ITB u Berlinu kao posebnog premium partnera, na način da je regija Kvarner bila u središtu pažnje tijekom Press-doručka prije otvorenja sajma, 3.3.2015. kao i tijekom press-konferencija za vrijeme trajanja ITB-a i na taj način predstavljena je izabranom krugu novinara poput: Falstaff, BILD Zeitung, Reisefieber, Augsburger Allgemeine, FAZ Sonntagszeitung, Geo Saison, Neue Zürcher Zeitung, Sonntag Aktuell, Der Feinschmecker, Süddeutsche Zeitung, Hamburger Abendblatt, Südwest-Presse, Der Tagesspiegel, Welt am Sonntag, Die Welt, Badische Neueste Nachrichten, Hannoversche

Allgemeine, Hessisch-Niedersächsische Allgemeine, Neue Westfälische, Nürnberger Nachrichten, Auto & Reise, Camping, Cars + Caravans, Westdeutsche Zeitung, Rheinische Post, Migros Magazin, Reiseblick.

K tomu, regija Kvarner bila je tema prilikom različitih pojedinačnih razgovora koje je A.R.T.-Team vodio tijekom cijelog vremena trajanja sajma u press-centru.

c) **A.R.T.-Journalistenbesuche in Wien**

18.08.2015 regija Kvarner predstavljena je tijekom individualnih razgovora u redakcijama poput Wienerin, Diva, Woman, Gusto, TIPI etc.) da bi se Kvarner prezentirao kao tema za putopisne reportaže za 2016. godinu.

d) **A.R.T.-Journalistentreffen in Berlin**

Tijekom višekratnih posjeta Berlinu tijekom 2015. u individualnim razgovorima sa novinarima i prilikom redakcijskih posjeta dr. Wolfgang Neuhuber prezentirao je regiju Kvarner.

e) **A.R.T.-Journalistentreffen in München und Hamburg**

Za jesen 2015 i proljeće 2016 planiraju se posjeti redakcijama i susreti s novinarima u Münchenu i Hamburgu, da bi se i tom prilikom tijekom osobnih razgovora pobudio interes za raznolikost regije Kvarner i da bi se realizirala individualna putovanja novinara.

f) **Dodatne reportaže**

Uz PR aktivnosti za Adria-Relax-Resort Miramar, Hotel Kvarner Palace, Designhotel Bevanda, Villu Astra i novotvoreni Designhotel Navis, nastale su dodatne reportaže o regiji Kvarner. Studijska putovanja novinara u hotelu Miramar, Bevanda i Villa Astra govoto su uvijek rezultirale atraktivnim izvještajima o Opatiji i opatijskoj rivijeri. Reportaže o hotelu Kvarner Palas privlače značajnu pozornost na crikveničku rivijeru i otok Krk (Vrbnik)

g) **Kvarner-Magazin – najuspješniji promidžbeni materijal Turističke zajednice Kvarnera u 2015.**

Kvarner Magazin, objavljen po prvi puta u 2015. godini, stvorio je ključnu osnovu za sveukupni rad prema novinarima i za PR aktivnosti. Tiskani magazin s intergriranom kartom destinacije omogućio je direktan i nekomplirani način informiranja novinara o raznolikosti regije. S prvim izdanjem Kvarner magazina uslijedile su pohvale svih korisnika kojima je došao u ruke, od samih gostiju koji su ga razgrabili na sajmovima i prezentacijama, novinara kojima se nudio u svim važnijim press centrima i dostavljao na kućne adrese, pa do partnera touroperatora i Predstavništava HTZ-a. Najprestižnije priznanje svakako je fantastično 5. mjesto u kategoriji „Katalog & Prospekt destinacije“, koje je Kvarner Magazinu dodijelila struka na internacionalnom, vrlo strogom i složenom natjecanju za turistička marketinška komunikacijska sredstva, T.A.I. Marketing Grand Prix u Beču. Priznanje je tim značajnije kada se zna da je Kvarner Magazin bio „newcomer“ među čak 268 kandidatura i gdje su redoviti favoriti luksuzni hoteli, renomirana skijališta i svjetski poznati brendovi nacionalnih avioprijevoznika. Nagrada je to i priznanje kako autoru, tako i Turističkoj zajednici Kvarnera i sustavu turističkih zajednica na Kvarneru, koje su s povjerenjem prihvatile prijedlog zajedničkog promidžbenog materijala, udružile sredstva i tako dobile vrijedan materijal za svakog gosta u Njemačkoj, Austriji i Švicarskoj i za promociju destinacije Kvarner kroz isticanje različitih atrakcija i stvaranja prepoznatljivosti. Jer, cilj Kvarner Magazina je isticanje Kvarnera kao privlačne, raznolike i cjelogodišnje turističke

destinacije, potaknuti goste i novinare na osobni dolazak u destinaciju te na objavu autentičnih reportaža i priloga, koji se uobičajenim oglašavanjem ne mogu financirati.

III.2.3.2. Suradnja s Julia Berg Consulting Ltd. – englesko govorno područje

TZ Kvarnera četvrtu godinu za redom odrađuje promo aktivnosti na britanskom tržištu kroz PR agenciju Julia Berg Consulting Ltd. iz Londona. Kroz mjesečne newslettere Kvarner se predstavlja kao regija Kvarner – the best kept secret. Newsletteri nisu klasični, već su to priopćenja kojima se privlači pažnja novinara, touroperatora ili gosta. Tako je npr. u svibnju posebno obrađena tema „Apoksiomen u Londonu“, vezano uz izložbu predstavljanje Apoksiomena kao hrvatskog nacionalnog blaga, pronađenog u lošinjskom podmorju, u British Museum-u. Posebno su, također u mjesečnim newsletterima obrađene teme ronjenja na Kvarneru, kvarnerskih otoka, razlozi za dolazak na Kvarner u rujnu i listopadu, ljetna događanja, o gradu Rijeci, i drugo.

Za istaknuti je animacija, dovođenje i obrada inspekcijskog studijskog putovanja agenata touroperatora Prestige Holidays iz Velike Britanije, a s ciljem upoznavanja kapaciteta i proizvoda Kvarner Gourmet & Food, Kvarner Outdoor. Također, na Kvarneru su posredstvom PR-a boravili novinari Daily Mirror-a, Daily Telegraph-a, Fabulous Magazine-a, Independant on Sunday, Travel Channel. Do sada realizirane objave imaju vrijednost od 144.500 EUR-a, uz doseg od 1.626.817 čitatelja.

III.2.4. Brošure i info materijali

Naglasak u 2015. godini:

- Kvarner Magazin (prvo izdanje)
- Nova image brošura Kvarnera
- Inovinarana tematska brošura „Kamping na Kvarneru“

III.2.4.1. Kvarner Magazin

Pripremljen 2014. godine, otisnut 2015. godine u nakladi od 20.000 primjeraka, u formatu A4, 40 stranica knjižnog bloka + 4 stranice omota, ukupno 44 stranica, na njemačkom jeziku, a premijerno predstavljen na sajmu CMT 2015 u Stuttgartu.

III.2.4.2. Image brošura Kvarnera

Pripremljena 2014. godine, tiskana početkom 2015. i premijerno distribuirana na sajmu CMT u Stuttgart. Naglasak je na kraćim i informativnim tekovima te fotografijama s ambijentalnom vrijednošću. (35.000 primjeraka, njemački, engleski, talijanski i hrvatski)

III.2.4.3. „Kamping na Kvarneru“

Izdana u formatu A5, opsega 56 stranica (Knjižni blok + omot) u nakladi od 20.000 primjeraka na njemačkom jeziku.

III.2.4.4. Kalendar događanja – Otkrij Kvarner

Kalendar događanja „Otkrij Kvarner 2015“ tiskan je u nakladi od 70.000 primjeraka na 5 jezika (hrvatski, engleski, njemački, talijanski i slovenski) u formatu (A5). Distribuiran je na lokalne turističke zajednice, turističke informativne centre i mrežu info punktova.

III.2.4.5. Suvenir i ostali promo materijal

Tijekom 2015. godine TZ Kvarnera sukladno potrebama dala je izraditi platnene i papirnate vrećice Kvarnera, vrećice lavande s logom TZ Kvarnera, te razne roll-up-ove sukladno proizvodnom portfelju TZ Kvarnera.

Ostali promo materijal:

- Za potrebe promocije na sajmu CMT, za večano otvorenje, napravljen je 3 minutni film o Kvarneru na temu kamping ponude
- TZ Kvarnera ugovorila je snimanje promidžbenog filma o nautičkoj ponudi Kvarnera za Nautical Channel jedini je specijalizirani kanal posvećen nautičkom turizmu i putovanjima (emitiranje programa 24 sata dnevno, 7 dana tjedno, na engleskom, njemačkom, francuskom i ruskom jeziku, s dosegom od 40-ak zemalja svijeta i 100-ak milijuna gledatelja). U udruženom projektu sudjelovale su i TZG Opatije, Rijeke, Raba i Malog Lošinja, kao i HTZ. Snimljene su 2 polusatne emisije, a reporučeni termin prikazivanja je kraj 2015. ili početak 2016. kao uvod u sezonu 2016. godine. TZ Kvarnera uposjedu je video materijala te će ih koristiti u daljnjoj promidžbi nautičke ponude.

III.2.4.6. Dotisak i tisak info i promo materijala

Tijekom 2015. godine TZ Kvarner izdala je i/li dotisnula je slijedeći tiskani promidžbeni materijal:

- Katalog atrakcija Gorskog kotara, naklada 5.000 komada, na njemačkom jeziku
- Katalog smještaja Gorskog kotara, naklada 5.000 komada, na engleskom jeziku
- Bike brošura Gorski kotar – u suradnji s PGŽ, dvojezično izdanje (hrvatski/engleski), 5.000 komada
- Bike karta Gorski kotar – u suradnji s PGŽ, dvojezično izdanje (hrvatski/engleski), 5.000 komada
- Kvarner Family – drugo izdanje (2015), 3 jezika (hrvatski, engleski i njemački), 12.000 primjeraka

U pripremi:

- Kvarner Magazin - drugo, prošireno izdanje, realizira se s ugovornom PR agencijom za njemačko govorno područje, A.R.T. Redaktionsteamom. Tiskat će se do konca 2015. godine u nakladi od 20.000 primjeraka, u formatu A4, 64 stranica knjižnog bloka + 4 stranice omota, ukupno 68 stranica, a prva distribucija bit će na sajmu CMT 2016 u Stuttgartu od 16. do 24.1.2016. godine
Drugo izdanje Kvarner Magazina prošireno je za ukupno 16 stranica s popisom kampova, hotela i hostela te s 8 stranica redakcijskih tema. Od ukupno 68 stranica, na 8 stranica predstaviti će se 8 subregija: Opatija i Opatijska rivijera, Rijeka i Riječki prsten, Crikvenica i Novi Vinodolski sa zaleđem, Krk, Lošinj, Cres, Rab i Gorski kotar. Distribucija se vrši prema odabranim novinarima posredstvom PR agencije (1.500 primjeraka) i predstavništava HTZ-a u Njemačkoj, Austriji i Švicarskoj (2.500), na odabranim turističkim sajmovima u Njemačkoj, Austriji i Švicarskoj (3.000). Turističkoj zajednici Kvarnera i turističkim zajednicama Kvarnera dostavlja se 13.000 primjeraka za daljnju distribuciju
- Kvarner Gourmet i Kvarner Food - u pripremi je inovirana tematska brošura „Kvarner Gourmet i Kvarner Food“, u skladu s rezultatima obilaska prijavljenih ugostiteljskih objekata za oznaku kvalitete Kvarner Gourmet i Kvarner Food

III.2.5. Mreža županijskih info punktova „Kvarner Info“

Info punkt „Kvarner Info - Zračna luka Rijeka“

Radno vrijeme: u skladu s letovima na Zračnu luku „Rijeka“.

Ponedjeljak	07:00 – 16:00
Utorak	07:00 – 23:00
Šrijeda	08:00 – 20:00
Četvrtak	08:00 – 20:00
Petak	08:00 – 20:00
Subota	07:00 – 21:30
Nedjelja	07:00 – 16:00

- Ukupno je u vremenskom razdoblju **29.03.2015. do 30.10.2015.** Info punkt «Zračna luka Rijeka» posjetilo **24.906** posjetitelja i to po zemljama kako slijedi:
- Iz Njemačke i zemalja njemačkog govornog područja **8.240** posjetitelja, odnosno **33,08%**
- Iz Hrvatske **4.124** posjetitelja, odnosno **16,56%**
- Iz Skandinavije **3.885** posjetitelja odnosno **15,60%**
- Iz Velike Britanije **1.976** posjetitelja, odnosno **7,93%**
- Iz pribaltičkih zemalja Litve/Latvije/Estonije **1.281** posjetitelja, odnosno **5,14%**
- Iz Belgije/Francuske **1.206** posjetitelja, odnosno **4,84%**
- Iz Izraela **896** posjetitelja, odnosno **3,60%**
- Iz Slovenije **689** posjetitelja, odnosno **2,77%**
- Iz USA **515** posjetitelja, odnosno **2,07%**
- Iz Švicarske **277** posjetitelja, odnosno **1,11%**
- Iz Nizozemske **221** posjetitelja, odnosno **0,89%**
- Iz Italije **240** posjetitelja, odnosno **0,96%**
- Iz Španjolske **187** posjetitelja, odnosno **0,75%**
- Iz Rusije **173** posjetitelja, **0,69%**
- Iz Češke/Mađarske/Poljske/Slovačke **145** posjetitelja, odnosno **0,58%**
- Ostali, **851** posjetitelja, odnosno **3,42%**

Prošle godine u razdoblju od 04.04. do 26.10. Info punkt posjetilo je 18.763 posjetitelja (+32,74%).

III.2.6. Turistička signalizacija

Turistička zajednica Kvarnera organizirala je demontažu pozdravno – oproštajnih ploča na 12 lokacija zbog dotrajalosti istih. Postavljanje novih uslijedit će u suradnji s PGŽ.

IV. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI

IV.1. NASTUPI NA TURISTIČKIM SAJMOVIMA

Turistička zajednica Kvarnera je u razdoblju siječanj-listopad 2015. godine sudjelovala na **43 sajma, na 20 inozemnih i domaćem tržištu**, od toga:

- 32 sajma - u sklopu štanda HTZ-a
- 11 sajмова – samostalni i /ili pojačani nastupi

Samostalni nastupi TZ Kvarnera:

⇒ **Stuttgart – 17.-.25.1.2015. - sajam CMT– Kvarner regija partner**

Turistička zajednica Kvarnera nastupila je na najvećem turističkom sajmu na svijetu, sajmu CMT Stuttgart, koji se održao od 17. do 25. siječnja 2015., a ove godine Kvarner je bila regija partner sajma. Nastup regije Kvarner na CMT u Stuttgartu 2015. godine jedna je od značajnijih marketinških aktivnosti na njemačkom tržištu u 2015. godini.

Status regije partner u kamping segmentu TZ Kvarneru na prvom mjestu donio je zastupljenost u medijskom prostoru u vrijednosti od **2,31 mil. EUR** te brojne mogućnosti za promidžbu, ne samo za vrijeme sajma, već i u svim aktivnostima koje prethode sajmu.

Turističku zajednicu Kvarnera na ceremoniji otvorenja predstavljali su predsjednik TZ Kvarnera, župan Zlatko Komadina, i direktorica TZ Kvarnera dr.sc. Irena Peršić Živadinov. Župan Zlatko Komadina susreo se s Alexanderom Bonde, ministrom pokrajine Baden-Württemberg, za sektor za ruralna pitanja i zaštitu potrošača, a koji uključuje i turizam. Direktorica Peršić Živadinov održala je sastanke i susrete s novinarima i organizatorima sajma, te drugim partnerima.

Turistička zajednica Kvarnera predstavila se na posebnom štandu te na nekoliko događaja. Na temu aktivnog odmora u sklopu sajma, pod nazivom „Fahrrad-& Erlebnis Reisen 2015“ predstavljena je ponuda bicikala i biciklističke opreme. Manji štand Kvarnera bio je opremljen printevima motiva biciklizma i pješaćenja, karte Kvarnera i karte Europe sa naznačenom pozicijom Hrvatske i Kvarnera. Štand je bio opskrbljen brošurama *Kvarner kamping* i *Kvarner family* te kartama biciklističkih staza i šetnica: Cresa i Malog Lošinja, otoka Raba, Crikveničko - vinodolske rivijere, Rijeke i prstena, Omišlja, Dobrinja, Vrbnika, Krka, zatim brošurama Gorski kotar na njemačkom i kartama Kvarnera na njemačkom.

U cilju udruživanja aktivnosti i sredstava, a sve radi što reprezentativnijeg regionalnog nastupa i maksimalnog iskorištavanja promidžbenih mogućnosti u vezi sa sajmom CMT Stuttgart, predložila je turističkim zajednicama i predstavnicima gospodarstva, prvenstveno kampova da se uključe u zajednički nastup te su se na poziv TZ Kvarnera odazvali sljedeći subjekti, koji su bili suizlagači na štandu:

→ **TZ Otoka Krka – Kampovi otoka Krka**

(Autokamp Njivice, Wallamar kampovi: Camping Krk, Autokamp Škrila, Autokamp Ježevac, zatim Autokamp Glavotok, Autokamp Pila, Autokamp Konobe, Autokamp Bunculuka, Autokamp Zablaće, Autokamp Tiha – Šilo, Autokamp Slamni – Klimno, Autokamp Bor)

→ **Jadranka Kampovi d.o.o.**

(Kamp Čikat, Kamp Slatina, Naturistcamping Baldarin, Camping Bijar)

→ **Losinia Camping - Lošinjska plovidba – Turizam d.o.o.**

(Kamp Rapoća, Kamp Lopari)

→ **Cresanka d.d., Cres**

(Autokamp Kovačine, Kamp Zdovice)

→ **Imperial d.d., Rab**

(Autokamp San Marino – Lopar, Autokamp Padova III)

→ **Katarina Line, Opatija**

Kroz ove su izlagače bile zastupljene subregije kvarnerskih otoka Krka, Raba, Lošinja i Cresa, te Opatija kroz ponudu turističke agencije sa sjedištem u Opatiji. Turistička zajednica Kvarnera kao nositelj nastupa, uz suizlagače, predstavlja ponudu cijelog Kvarnera.

Putem javnog poziva odabrana je ponuda za najfunkcionalnije i najatraktivnije uređenje štanda, a u suradnji s turističkim zajednicama pripremljen je bogat program prezentacija Kvarnera i to na ceremoniji otvorenja sajma, na glavnoj bini sajma, te na samom štandu Kvarnera. Sudjelovali su Rapski samostreljari, koji su najavili nastup Kvarnera u Stuttgartu, ugoditelji s otoka Krka koji su priredili degustacije pršuta i sira kao i žlahtine, aromaterapiju i wellness programe predstavio je otok Lošinj, filcanje i izrada predmeta od vune otok Cres, a uz to, razne druge atrakcije privlačile su na štand goste i novinare. U zabavnom programu nastupila je klapa iz Punta i Baške kao i folklor KUD-a Punat, a popularne šlagere kao podsjetnik na nostalgičnu glazbu s kvarnerskih terasa, izvodio će Mario Lipovšek.

U sklopu priprema za sajam TZ Kvarnera premijerno se distribuirao po prvi puta kreiran i otisnut *Kvarner Magazin* s ponudom svih kvarnerskih subregija kao i nova Image brošuru Kvarnera te inovirana tematska brošura „Kamping na Kvarneru“, koja se dijelila posjetiteljima sajma.

→ **Više u Prilogu 1**

⇒ **Zürich - 19.1. -1.2. 2015. – sajam FESPO** – Hrvatska je bila zemlja partner sajma, a TZ Kvarnera nastupila je na posebnom prostoru unutar štanda HTZ-a, te tako imala mogućnost istaknuti ponudu destinacije na istaknut način

⇒ **Riga – 6. – 8.2. 2015. – sajam Balttour** – nastup u svrhu potpore programima s direktnom avio linijom Riga – Rijeka koja povezuje ova dva grada u razdoblju od lipnja do kraja rujna 2015. godine

⇒ **Amsterdam – 31.1. – 1.2. 2015. – specijalizirani sajam Fiets en Wandelbeurs** – specijalizirani sajam za aktivni odmor, odnosno outdoor aktivnosti - Turistička zajednica Kvarnera predstavila na zajedničkom štandu sa Turističkim zajednicama Ličko-senjske (Klaster Karlovac i Lika – Senj), Varaždinske (Klaster središnje Hrvatske), Šibensko – kninske i Osiječko - baranjske županije (Klaster Slavonija).

⇒ **München- 18. – 22.2. 2015.– sajam f.re.e.**

Turistička zajednica Kvarnera sudjelovala je na sajmu F.re.e. u Münchenu od 18. – 22. 2. 2015. godine na samostalnom štandu, predstavivši ponudu cijele regije Kvarner, dok su suizlagači na štandu pojačano predstavili ponudu svojih destinacija i to TZ Otoka Krka, TZG Crikvenice, Imperial Rab, TZG Opatije i TZG Rijeke („Riječki prsten“), te turistička agencija Katarina Line sa svojom specijalnom ponudom krstarenja i drugih tematskih programa.

Župan Primorsko-goranske županije i predsjednik TZ Kvarnera, gospodin Zlatko Komadina sa suradnicima i direktorica TZ Kvarnera dr.sc. Irena Peršić Živadinov prisustvovali su raznim aktivnostima u sklopu samostalnog sajamskog nastupa TZ Kvarnera, te su se na štandu Kvarnera susreli s partnerima i novinarima i time doprinijeli promidžbi Kvarnera.

Osim ambijentalno i prepoznatljivo uređenog štanda sa stručnim osobljem i obiljem promidžbenog materijala, Turistička zajednica Kvarnera priredila je press konferenciju za njemačke novinare, na temu „Kroatiens Trendregion – Kvarner für 4 Jahreszeiten“, odnosno na temu Kvarnera kao cjelogodišnje destinacije. Na press konferenciji posebno je predstavljen PPS Klub Opatija-Rijeka, programima za atraktivan odmor u razdobljima pred – i posezone, a uslijedila je eno-gastroprezentacija sa novinarima, te su se posluživali kvarnerski autohtoni zalogaji i vrbnička žlahtina.

Također, Turistička zajednica Kvarnera, održala je svakodnevne prezentacije na tematskim binama za zdravstveni turizam i wellness, outdoor – ponudu aktivnog odmora, biciklizam, ronjenje, te za kino projekcije. Ukupno tijekom sajma održano je 20 prezentacija.

Na prijedlog touroperatora ID RIVATOURS, njemačkog specijaliste za Hrvatsku, TZ Kvarnera priredila je edukacijsku radionicu za agente tj. prodajno osoblje kojima je održano predavanje o specifičnosti turističke ponude regije Kvarner, o novostima i zanimljivostima, te su dane informacije korisne za svakodnevni rad agenata.

Sajamskom nastupu prethodila je promidžbena aktivnost - oglašavanje provedeno u mjesečnom magazinu MEIN MÜNCHEN, tiskanom u 110.000 primjeraka i distribuiranom u Münchenu.

Nadalje, na poziv bavarske državne ministrice gospodarstva, medija, energije i tehnologija, gospođe Ilse Aigner, a posredstvom Ministarstva turizma Republike Hrvatske, Turističke zajednice Kvarnera i Njemačko-hrvatske industrijske i trgovinske komore, Bavarsku je od 21.2. do 24.2.2015. posjetila delegacija predstavnika Gorskog kotara, u pratnji predstavnika Primorsko-goranske županije i Turističke zajednice Kvarnera. Gorski kotar predstavili su predsjednici i direktori Turističkih zajednica Gorskog kotara, kao i predstavnici turističkog gospodarstva u Gorskom kotaru, budući da je glavna tema studijskog putovanja bila upoznavanje s razvojem kontinentalnog turizma u Bavarskoj. Delegacija je posjetila Bavarsko ministarstvo gospodarstva sa sjedištem u Münchenu i susrela se s voditeljem odjela za turizam i predsjednikom *Bayern Tourismus Marketing GmbH* (službena marketinška organizacija za bavarsku turističku i rekreacijsku industriju), a potom je organiziran terenski obilazak bavarskih destinacija sa prezentacijom praktičnih primjera dobre prakse.

→ **Više u Prilogu 2**

⇒ **Moskva – 27. – 28. 2. 2015. – specijalizirani sajam Moscow Medshow**

Turistička zajednica Kvarnera organizirala je te u suradnji s članovima Klastera zdravstvenog turizma na Kvarner nastupila na specijaliziranom sajmu „Moscow Medshow“ gdje je predstavljena ponuda zdravstvenog turizma. U organizaciji TZ Kvarnera na ovim aktivnostima na tržištu Rusije s Kvarnera sudjelovali su sudionici projekta Kvarner Health & Wellbeing / članovi Klastera zdravstvenog turizma na Kvarneru: Thalassotherapie Crikvenica, Terme Selce, Jadranka hoteli Lošinj, Lječilište Veli Lošinj, Poliklinika Medico, Specijalna bolnica za opću kirurgiju i ortopediju dr. Nemeč, Dentalna poliklinika Kalmardent, turistička agencija Katarina Line, te Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu – interdisciplinarni specijalistički studij zdravstvenog turizma i Jadran Galenski Laboratorij.

⇒ **Berlin - 4. – 8. 3. 2015. - sajam ITB**

Turistička zajednica Kvarnera po prvi se puta u 2015. godini predstavila na samostalnom štandu na najvećoj svjetskoj turističkoj burzi u Berlinu, u suradnji s lokalnim turističkim zajednicama i gospodarstvom, koji su bili suizlagači na štandu Kvarnera.

Uz ukupnu turističku ponudu Kvarnera, kvarnerske destinacije predstavile su i TZ Otoka Krka, TZG Crikvenice, TZG Novi Vinodolski i TZ Općine Vinodolske, zatim TZG Rijeke, Jadranka hoteli s Malog Lošinja, te Imperial Rab.

⇒ **Goetheborg - 19. – 22. 3. 2015. - sajam TUR**

Turistička zajednica Kvarnera nastupila je na sajmu TUR u Goetheborgu, gdje je u suradnji s touroperatorom Scandjet i Predstavništvom Hrvatske turističke zajednice za Skandinaviju, predstavila kvarnerske atrakcije i novosti te tako dala podršku zračnim linijama iz više skandinavskih gradova na zračnu luku Rijeka. U direktnom kontaktu s publikom te na posebnim prezentacijama za agente i prodajno osoblje touroperatora Scandjeta naglasak u predstavljanju motiva dolazaka na Kvarner bio je na ponudi aktivnog odmora i zdravstvenog turizma, za što u Skandinaviji postoji najviše interesa.

⇒ **Dubay - 4.-7.5.2015. – sajam Arabian Travel Market (ATM)**

Turistička zajednica Kvarnera sudjelovala je u sklopu štanda HTZ-a na sajmu *Arabian Travel Market* (ATM) te je održala brojne prezentacije i susrete s partnerima i medijima. Kvarner je po prvi puta predstavljen na zajedničkom štandu Hrvatske turističke zajednice, Turističke zajednice grada Zagreb te Centra za certificiranje halal kvalitete. Kompanija Flydubay uvela je direktne letove na relaciji Zagreb-Dubay tri puta tjedno te je intencija da gosti posjete Kvarner kao najblizu morsku destinaciju, koja ima vjersku infrastrukturu te objekte certificirane Halal kvalitetom, što je istaknuto kao prednost pri odabiru destinaciju za goste iz Emirata, Saudijske Arabije te ostalih bliskoistočnih zemalja.

⇒ **Friedrichshafen - 29.-30.8.2015. – sajam EUROBIKE-Holiday on bike**

Turistička zajednica Kvarnera kao bike friendly destinacija nastupila je na najvećem biciklističkom sajmu u svijetu Eurobike - Holiday on bike.

⇒ **Rimini - 8. – 10.10. 2015. – sajam/burza TTG**

Turistička zajednica Kvarnera nastupila je u sklopu štanda HTZ-a na najvažnijem poslovnom sajmu u Italiji, specijaliziranom za profesionalce (isključivo B2B) s ponudom za 2016. godinu.

IV.2. STUDIJSKA PUTOVANJA NOVINARA I AGENATA

U razdoblju siječanj – listopad 2015. godine na području Kvarnera realizirano je **82** studijska putovanja, s više od **617** sudionika (**186 novinara i 431 agenta**) iz više od **23 zemlje** (Austrija, Belgija, Češka, Francuska, Indija, Italija, Japan, Kanada, Nizozemska, Njemačka, Poljska, Rusija, Ukrajina, Velika Britanija, Slovenija, Estonija, Azerbedzan, Španjolska, Švedska, Latvija...). Prihvat studijskih grupa organiziran je na inicijativu i posredstvom GU HTZ, Predstavništava HTZ-a u inozemstvu, ugovornim PR agencijama, kao i na inicijativu gospodarskih subjekata kojima je TZ Kvarnera dala potporu u organizaciji. Osim dosadašnjih predstavnika tiskanih medija, TV ekipa, zabilježeni su studijski posjeti blogera te novinara koji uglavnom uz tiskani medij, pišu i objavljuju na web stranicama. Interesi su također bili vrlo različiti, ali je zamjetan trend interesa za sve što pripada u životni stil na Kvarneru; enogastronomija, zdrav način života vezano uz blagodat klime, kretanje i uopće sportovi, mogućnosti smještaja, od kampova do luksuznih hotela. TZ Kvarnera, uspjela je predstaviti raznolikost turističke ponude na Kvarneru, s naglaskom na brendirane proizvode Kvarnera. Naklade tiskanih medija mjere se u milijunskim brojkama, sa stotinama tisuća prodanih primjeraka i više desetaka milijuna čitatelja, a isto se odnosi na gledanost TV emisija i slušanost radio emisija, kao i na posjete web stranicama i društvenim mrežama, te se radi o vrlo velikoj realiziranoj marketinškoj vrijednosti.

Za istaknuti je:

- The Travel Channel – UK –novinar Henry Cole; tema: „World greatest motorcyclers“ – posjetili Cres, Krk i Rab - program ima gledanost od 200 miliona u 130 zemalja
- akcija „Kinderreporter“, vodeće bavarske dnevne novine „Münchner Merkur“ provode akciju „Kinderreporter“ u kojoj troje djece sa svojim obiteljima odlazi u turističku destinaciju sa novinarskim zadatkom da istraži jednu ili više tema: Krk /Baška, hotel Corinthia, Rab – Lopar / HN „San Marino“, Lošinj / Family Hotel Vespera
- grupa 10 njemačkih i austrijskih novinara utjecajnih medija: Caravanning, Promobil, Wiener Zeitung, Kleine Zeitung, Cars+Caravans, Tiroler Tagezeitung, Schwaebische Zeitung, t-online, i drugi) – Krk, Crikvenica, Rijeka i Opatija
- Faboulous Magazine, UK – novinarka Lauren Ezekiel; tema: Raznolikost je lijepa - promatranje medvjeda i odmor na moru
- Daily Mirror, UK – novinarka Lucy Thornton – fokus je na blizini razlicitosti kao sto su Gorski Kotar i Opatija

- njemački novinari utjecajnih magazina za žene „Petra“ i „Tina“; Iris & Thomas Soltau, fokus interesa gastronomija i lifestyle, različitost smještajnih mogućnosti te ponude za obitelji; Crikvenica, otok Krk, Cres, Lošinj, Opatija
- grupa 5 ruskih novinara - VIP odmor – hoteli 5*, eno-, gastro-, nautika, spa-ponuda, Opatija – Lošinj

IV.3. PREZENTACIJE

IV.3.1. Presentacije i press konferencije u organizaciji TZ Kvarnera i u suradnji s predstavništvima HTZ-a u inozemstvu i/ili Veleposlanstvima RH te drugim subjektima

NJEMAČKA

- ⇒ **Stuttgart** – niz prezentacija i press konferencija u prigodi nastupa Kvarnera kao regije partner na sajmu CMT
- ⇒ **München** – fr.e.e. – u prigodi održavanja sajma - 20 prezentacija - press konferencija s gastroprezentacijom, te prezentacije na 3 tematske bine i u posebnom kono-prostoru „Urlaubskino“:
 - 1) Wellness i ponuda zdravstvenog turizma, 2) biciklizam, 3) aktivni odmor, 4) bina za ponudu ronilačkog turizma
- ⇒ **München** – Hrvatska večer - 29. 5. 2015. - u sklopu promocije ponude na najvažnijim europskim tržištima, Lošinj Hotels & Villas su, u hotelu Vier Jahreszeiten Kempinski u Münchenu, za više od 150 njemačkih novinara i predstavnika turističkih agencija i za najvažnije turističke opinion makere, priredili „Hrvatsku večer 2015“ , na kojoj su predstavljeni noviteti u ponudi, kao i poslovni planovi za naredno razdoblje. Turistička zajednica Kvarnera predstavljena je posebnom prezentacijom za uzvanike.

SLOVENIJA

- ⇒ **Bled** – prezentacija na manifestaciji „Čarobni dan“ – 14.6.2015.
Turistička zajednica Kvarnera sudjelovala je na manifestaciji „Čaroban dan“ na Bledu u Sloveniji (14. lipnja 2015.) u svojstvu „Srebrnog pokrovitelja“, na zajedničkom informativnom štandu s organizatorima štanda – Predstavništvom HTZ-a u Sloveniji (Hrvaška turistička skupnost u Ljubljani) te gospodarskim subjektom iz Malog Lošinja - *Lošinj Hotels & Villas*.
- ⇒ **Novo Mesto** - TV- Vaš kanal- 18. svibanj - sudjelovanje u promocijskoj TV emisiji uživi prezentacija turističke ponude Kvarnera s naglaskom na ponudu aktivnog odmora i manifestacije
- ⇒ **Ljubljana** – 19. 3. 2015. - u prostoru Predstavništva HTZ-a održana je zajednička press konferencija i prezentacija otoka Krka i regije Kvarner
- ⇒ **Ljubljana** – gourmet prezentacija – 22. 4. 2015. – održana u jednom od najčuvanijih slovenskih restorana, a prisustvovali partneri, predstavnici medija i uglednici iz poslovnog svijeta Ljubljane i Slovenije. Restoran JB domaćin je najpoznatijim kvarnerskim chefovima, koji su pripremali svaki po jedno jelo brižljivo komponiranog menu-a u režiji Darka Baretića, suradnika TZ Kvarnera na projektu brendiranja gastronomije pod nazivom Kvarner Gourmet&Kvarner Food. Sudjelovali su: chef Nenad Kukurin predstavljao je restoran Kukuriku, chef Nenad Posavec restorane Laurus i Navis, chef Andrej Barbieri restoran Bevandu, chef Zdravko Tomšić restoran Dragu di Lovrana, a chef Igor Eržen restoran Rivicu. U kompoziciju menu-a na bazi tipičnih, svježih kvarnerskih sastojaka, sljubljena su istarska vina iz vinarija Kozlović, Coronica, Trapan, Benvenuti te Meneghetti.

ITALIJA

- ⇒ **Rimini** u prigodi nastupa na poslovnim sajmu TTG u Riminiu održana je prezentacija, a predstavnik TZ Kvarnera sudjelovao je na radionici

AUSTRIJA

- ⇒ **Beč** -obilježavanje Dana državnosti – 24.6.2015.

- u organizaciji Veleposlanstva Republike Hrvatske u Austriji i Stalne misije Republike Hrvatske pri Ujedinjenim narodima, OSCE i međunarodnim organizacijama sa sjedištem u Beču, a uz partnerstvo Primorsko-goranske županije te gradova Rijeke i Opatije, u bečkom Kursalonu održana je svečana proslava Dana državnosti Republike Hrvatske.

Svoje gospodarske potencijale te povijesne, kulturne i prirodne osobitosti Bečanima, članovima diplomatskog kora, pripadnicima hrvatske zajednice u glavnom austrijskome gradu, kao i drugim uglednicima iz bečkog javnog života, predstavili su Primorsko-goranska županija, Rijeka, grad-kandidat za Europsku prijestolnicu kulture 2020 i Opatija, grad koji godinama čuva neraskidive veze s Bečom.

U ime domaćina uzvanike su pozdravili Nj.E. Goran Bakota, veleposlanik RH u Austriji i Nj.E. Dubravka Šimonović, stalna predstavnica i veleposlanica RH pri OESS-u, UN-u i međunarodnim organizacijama u Beču te primorsko-goranski župan Zlatko Komadina, riječki gradonačelnik Vojko Obersnel i opatijski gradonačelnik Ivo Dujmić.

Nakon svečanog dijela proslave, u kojem su nastupili poznati hrvatski glazbenik Marko Tolja uz pratnju Zorana Majstorovića na gitari te operna pjevačica Marija Vidović i pijanist Venčeslav Križ, u velikoj dvorani Kursalona organiziran je izložbeno-informativni prostor u kojem su se posjetitelji imali priliku upoznati s turističkom ponudom kroz informacije predstavnika Turističke zajednice Kvarnera i turističkih zajednica gradova Rijeke i Opatije s naglaskom na predstavljanje EU projekta MALA BARKA čija je svrha turistička valorizacija pomorske, ribarske i brodograditeljske baštine Sjevernog Jadrana kroz stvaranje novih turističkih proizvoda.

- ⇒ **Road show Kvarnera** – s touroperatorom FTI – 16.-19.11.

U suradnji i na preporuku Predstavništva HTZ-a u Austriji, TZ Kvarnera od 16. – 19. studenoga u 4 grada (Salzburg, Innsbruck, Hohenems i Linz sudjeluje u prezentacijama namijenjenim prodajnom osoblju mreže FTI, na kojima se predstavlja novi katalog s ponudom za 2016. godinu.

NIZOZEMSKA

- ⇒ **Amsterdam**, 31.1.-1. 2.

u sklopu specijaliziranog sajma za aktivni odmor, odnosno outdoor aktivnosti, "Fiets en Wandelbeurs" u Amsterdamu, TZ Kvarnera predstavila je ponudu destinacije s naglaskom na outdoor aktivnosti i područje Gorskog kotara kao poseban proizvod. Sajamski nastup i prezentacija uključivali su prezentaciju za novinare i agente, kojima su približene mogućnosti koja regija Kvarnera pruža – od niza pješačkih, biciklističkih, planinarskih staza i puteva, penjalšta, odnosno mogućnosti outdoor segmenta na Kvarneru, pa sve do smještajnih kapaciteta i gastro ponude regije.

POLJSKA

- ⇒ **Wroclow** – 4. – 6. 6. 2015. – gastro manifestacija „Evropa na žlici“ (gastro show) - Prezentacija je organizirana u suradnji Predstavništva HTZ-a u Poljskoj i TZG Novi Vinodolski, te Ugostiteljskom školom Opatija. Osim štanda s promotivnim materijalima, regija Kvarner bila je predstavljena i kroz kvarnerske gastro te glazbeno-zabavni program.

MAĐARSKA

⇒ **Budimpešta - Gourmet prezentacija Kvarnera 18. 5. 2015. – Veleposlanstvo RH**

Prezentacija Kvarnera organizirana je u suradnji s Predstavništvom Hrvatske turističke zajednice u Mađarskoj i Veleposlanstvom RH, a održana je u prostoru Veleposlanstava RH u Budimpešti. Uz predstavljanje turističkih atrakcija, posebno je predstavljena gastro i enoponuda, koju su priredili restorani nositelji oznake Kvarner Gourmet kvalitete – Hotel i restoran Draga di Lovrana (Lovran), Hotel i restoran Villa Barbat (Rab), te Hotel i restoran Villa Kapetanović/Laurus/Navis (Opatija), kao i Udruga Žlahtina – Vinarija Pavlomir. U glazbenom programu nastupio je hrvatski gitaristički virtuoz Damir Halilić Hal. U protokolarnom dijelu uz veleposlanika RH N.J.E. Gordan Grlića Radmana, sudjelovali su ministar turizma RH Darko Lorencin i župan PGŽ Zlatko Komadina te direktorica TZ Kvarnera, dr. sc. Irena Peršić Živadinov, koja je održala prezentaciju o turističkoj ponudi Kvarnera.

⇒ **Road show prezentacija Kvarnera 19. – 21. 5. 2015. – Budimpešta - tržnica**

Kao jedan od učinkovitih oblika prezentacije, svakako je sada već „tradicionalna“ – 11-ta po redu roadshow prezentacija na poznatoj budimpeštanskoj gradskoj tržnici www.csapi.hu Kvarner se u trodnevnom predstavljanju, zajedno s još nekoliko hrvatskih turističkih regija, istaknuo kao destinacija idealna za odmor obitelji, te je naglasak na ponudi obiteljskog smještaja s oznakom kvalitete „Kvarner Family“.

SKANDINAVIJA

⇒ **Goetheborg** - 19. 3. – u prigodi održavanja sajma TUR, TZ Kvarnera održala je prezentaciju s naglaskom na outdoor aktivnosti, a posebno na segment ronjenja za koji postoji potražnja i programi touroperatora Scandjett koji su ponudili i posebne uvjete za prijevoz ronilačke opreme

RUSIJA

⇒ **Moskva** - prezentacija i press konferencija u prigodi održavanja sajma Moscow Medshow – održana prezentacija i radionica za novinare i partnere, na kojoj je direktorica TZ Kvarnera dr.sc. Irena Peršić Živadinov predstavila turističku ponudu Kvarnera s naglaskom na ponudu zdravstvenog turizma i kvarnerske sudionike radionice, odnosno klinike.

VELIKA BRITANIJA

⇒ **London** – British Museum – 10. 4. 2015. – Prezentacija Kvarnera u prigodi izlaganja Apoksiomena u British Museumu u Londonu - povodom izložbe brončanog kipa Apoksiomena, TZ Kvarnera sudjelovala je prezentaciji nositelji koje su bili Grad Mali Lošinj i Turistička zajednica Grada, i to u British Museum u Londonu, dana 10.4.2015. u sklopu jednodnevne stručne konferencije pod nazivom „Study day: The athlete of Croatia: a bronze youth from the sea“ posvećene Apoksiomenu s naglaskom na pronalazak, restauraciju, očuvanje te povijesno i umjetničko značenje Apoksiomena. Konferenciju je organizirao British Museum u suradnji s Ministarstvom kulture Republike Hrvatske, Hrvatskim restauratorskim zavodom u Zagrebu i uz podršku Veleposlanstva Republike Hrvatske u Londonu.

TZ Kvarnera za tu prigodu izradila je poseban promidžbeni materijal na temu kulturnog turizma – razglednicu s motivom statue Apoksiomena, te ga uz ostali promidžbeni materijal i suvenire Kvarnera, premijerno prezentirala sudionicima konferencije, dok se na ekranima prikazivao i promotivni video o Kvarneru.

⇒ **London** – British Museum – 17. 6. 2015. – Obilježavanje Dana državnosti RH

Veleposlanstvo Republike Hrvatske u Velikoj Britaniji organiziralo je svečani prijem povodom Dana državnosti Republike Hrvatske u prostoru najpoznatijeg svjetskog muzeja, British Museuma u Londonu, u sklopu kojeg je TZ Kvarnera sudjelovala predstavljanjem turističke ponude Kvarnera. Brojni uzvanici imali su prigodu po završetku prijema pogledati izložbu skulptura grčkih atleta u

sklopu koje je izložen i Apoksiomen. U protokolarnom dijelu sudjelovao je župan Zlatko Komadina i direktorica dr. sc. Irena Peršić Živadinov. U svojem obraćanju veleposlanik Ivan Grdešić istaknuo je uspješnu suradnju Hrvatske i Velike Britanije, čemu svjedoči upravo ova izložba, a Hrvatsku je predstavio kao zemlju vrijednih gospodarskih potencijala i turističku destinaciju sve omiljeniju među Britancima. Upravo je to razlog što je ovaj prijem bio prilika za predstavljanje TZ Kvarnera kao i hotelske kuće Jadranka d.d. s Lošinja koji su bili suorganizatori prijema u Londonu koji je, uz diplomatski kor, okupio i brojne turističke agente i novinare.

OSTALE PREZENTACIJE NA SVJETSKOM TRŽIŠTU

Nastup na workshopu „Routes 2015“ - TZ Kvarnera nastupila je zajedno s Zračnom lukom Rijeka na svjetskom workshopu „Routes 2015“. Na specijaliziranom workshopu za avio promet se razmatrane su mogućnosti za 2017. i 2018. godinu.

HRVATSKA

- ⇒ **Varaždin** – sudjelovanje/prezentacija na manifestaciji Špancirfest 21.-30.8. 2015. Koordinacija Turističkih zajednica Gorskog kotara sudjelovala je na „Špancirfestu 2015“ u Varaždinu od 21.-30.8.2015 i predstavila turističku ponudu Gorskog kotara mnogobrojnim posjetiteljima jedne od najpoznatijih hrvatskih manifestacija
- ⇒ **Opatija** – u suradnji s HGK – Županijska komora Rijeka – sudjelovanje / prezentacija Kvarnera na sajmu franšiza, financijskih i konzultatskih usluga (Franchising Exhibition Croatia)- FEC 2015 – Opatija, Hotel Royal- 29. i 30.05.2015. – sudjelovanje - štand TZ Kvarnera, TZG Opatija i Grada Opatije

Napomena:

Na domaćem tržištu održane su brojne prezentacije u najrazličitijim prilikama, od predavanja o primjerima dobre prakse studentima Fakulteta za turistički menadžment pa do odžavanja raznih kongresa na našoj destinaciji, među kojima ističemo **prezentaciju na Forumu ruskih bankara u Opatiji**, 9. rujna 2015. godine.

IV.3.2. Poslovne radionice (workshopovi) u organizaciji predstavništava HTZ-a u inozemstvu

Predstavnici gospodarstva s Kvarnera sudjelovali su na brojnim poslovnim radionicama u organizaciji GU HTZ, dok je TZ Kvarnera sudjelovala na prijedlog gospodarstva i na poziv predstavništava na radionicama u Moskvi, New Yorku, Riminiu.

V. INTERNI MARKETING

V.1. EDUKACIJA

V.1.1. Edukacija o marketingu za HTZ, lokalne TZ i turističku industriju

U organizaciji HTZ-a održane su brojne edukacije na kojima su sudjelovali predstavnici Turističke zajednice Kvarnera.

V.1.2. Edukacija

Održane razne edukacijske radionice sukladno proizvodnom portfelju TZ Kvarnera.

V.2. AKTIVNOSTI KOORDINACIJE DJELOVANJA I NADZORA IZVRŠAVANJA CILJEVA I ZADAĆA TURISTIČKIH ZAJEDNICA OPĆINA I GRADOVA S PODRUČJA KVARNERA

V.2.1. Koordinacija s turističkim zajednicama s područja Kvarnera

2015. godine održano je 5 sastanaka koordinacije: 21. travnja, 21. svibnja, 6. srpnja, 15. listopada, kao i 7. kolovoza (samo Crikveničko-Vinodolska) na sljedeće teme: organizacija upravljanja destinacijom, udruživanje sredstava, 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 i dr. Koordinacija 17. lipnja održana je u povodu posjeti ministra turizma RH, gospodina Darka Lorencina Kvarneru, a tema koordinacije bila je Smjernice za izradu Zakona o turističkim zajednicama, te upoznavanje s investicijama i atrakcijama Kvarnera.

- Koordinaciji 21. svibnja prisustvovali su, uz direktore TZ-a, predstavnici gospodarstva; hotelskih kuća, kampova, turističkih agencija, a glavnom temom bilo je zajedničko predstavljanje na sajamskim nastupima 2016. godine, kao i potreba planiranja udruživanja sredstava za promotivne aktivnosti 2016. godine (suradnja s PR agencijama i izrada edicije Kvarner Magazin 2016.).
- TZ Kvarnera mjesečno prikuplja podatke od turističkih zajednica o ostvarenom prometu dolazaka i noćenja, zatim prikuplja podatke o naplati i dugovanjima boravišne pristojbe, prati 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.
- U skladu sa zakonskim zadaćama županijskih turističkih zajednica, izvršen je nadzor donošenja prijedloga programa rada za 2015. godinu, odnosno, programskim zadaćama lokalnih turističkih zajednica za sljedeću godinu.

V.2.2. Koordinacija turističkih zajednica Gorskog kotara

TZ Kvarnera pruža potporu projektima razvoja turizma na područjima koja nisu turistički razvijena, koja su velik potencijal u daljnjem obogaćivanju ukupne turističke ponude Kvarnera. Temeljem odluke Turističkog vijeća TZ Kvarnera od 23. ožujka 2012. godine pokrenut je pilot

projekt upravljanja destinacijom Gorskog kotara te od tada redovito djeluje koordinacija turističkih zajednica Gorskog kotara.

Zahvaljujući upravo novom modelu suradnje i funkcioniranja, turističke zajednice Gorskog kotara na razne načine aplicirale su zajedničke i samostalne projekte na javne pozive Ministarstva turizma, Hrvatske turističke zajednice, Turističke zajednice Kvarnera i dr. te su u 2015. godini ostvarile financijsku potporu za razne projekte u ukupnom iznosu od 326.000 kn, što je potpomoglo razvoju projekata.

- **Gorski kotar Bike Tour** je sportsko - turistička manifestacija u Gorskom kotaru, nastala u cilju promocije projekta 'Goranska biciklistička transverzala'. Organizirana je sa ciljem jače promocije Gorskog kotara kao destinacije za aktivni odmor, boljeg povezivanja prirodnih i kulturnih atrakcija, te brendiranja Gorskog kotara kao jedinstvene destinacije. Cilj je odvoziti Gorski kotar na dva kotača, u trajanju 2 dana, i pritom upoznati prirodne i kulturne vrijednosti. Gorskog kotara TZ Gorskog kotara i „Promotiv“ organizirale su u 2015. godini utrke Gorski kotar Bike tour u terminu: 17.-19.7.2015. pod nazivom „Gorski kotar Bike – Hortus Diabolicus Tour 2015“ a na više od 160 km makadamskih i šumskih staza sudionici su uživali u brojnim prirodnim atrakcijama, goranskim jezerima i rijekama te gastro ponudi. Obuhvaćne su slijedeće etape: Fužine – Lokvarsko jezero – Drgomalj – Delnice (1. dan) – Petehovac – Poljička Kosa – Begovo Razdolje – Bjelolasicca – Ravna Gora (2. dan)- Skrad-Brod Moracie – Orlove stijene – Litorić – Dolina rijeke Dobre – Vrbovsko – ukrcaj na vlak – Fužine. Sudjelovalo je oko 40-tak sudionika iz cijele Hrvatske. Goranske biciklijade održane su još 2.8. u Vrbovskom, 8.8.2015. Kamenjakova goranska biciklijada, 16.8. u Brod Moravicama, 22.-23.8.8. u Delnicama i 30.8. u Čabru.
Sve biciklističke manifestacije u organizaciji Turističkih zajednica Gorskog kotara sadrže u svojem nazivu „Gorski kotar bike“. Goranske biciklističke utrke i Gorski kotar bike tour promovirane su i svehrvatskom bill board kampanjom u srpnju 2015 u trajanju od dva tjedna. Odaziv sudionika povećava se u odnosu na prethodne godine te se prijavljuju sudionici iz cijele Hrvatske. U organizaciju su se uključili i lokalni proizvođači i OPG-i koji su imali priliku predstaviti svoje proizvode ali i iznamljivač bicikla.
- Sanjkaški kup – u suradnji s lokalnim Udrugama i Goranskim sportskim centrom sukladno vremenskim uvjetima organizirani su Sanjkaški kupovi u Ravnoj Gori, Skradu Delnicama i Tršću.

Koordinacije Turističkih zajednica Gorskog kotara realizirala je planirane projekte:

- **mobilna aplikacija** Gorski kotar Bike
- **biciklistička karta i brošura** Gorski kotar Bike
- aktivna i ažurirana **web stranica** www.gorskikotarbike.com
- **zaštita znaka** (žiga) Gorski kotar Bike
- **održavanje signalizacije** na terenu i nabavka nove

Razvoj brenda „Gorski kotar“ – „Brand Awareness“

Stvaranje pozitivnog imidža Gorskog kotara i nazočnosti u podsvijesti domaćeg potrošača; poticati osjećaj povjerenja, dobrobiti i sigurnosti, poticanje na ponovno otkrivanje nekada tranzitne i izletničke destinacije u turističku destinaciju koji podrazumijeva kvalitetu.

Za potrebe bill board kampanje osmišljen je slogan *GORSKI KOTAR – doživljaj koji ti treba* koji se može tematski varirati a osnova je prepoznatljiva.

Gorski kotar – doživljaj koji ti treba ... na dva kotača (Bike kampanja)

Gorski kotar – doživljaj koji ti treba (Kampanja Gastro i drugih manifestacija manifestacija)

Oglašavanje na zajedničkim portalim goranskih TZ – a:

Kontinuirano se web stranice nadopunjavaju aktualnim informacijama.

www.gorskikotar.hr – ažuriranje aktualnim informacijama o događanjima, obavijestima

www.gorskikotarbike.hr – nadogradnja postojeće web stranice

www.plodovigorja-gk.hr – podupiranje i jačanje brenda te promocija gastro-manifestacija

Billbord oglašavanje – Udruženo oglašavanje – Gorski kotar

- Po drugi puta Turističke zajednice Gorskog kotara i Turistička zajednica Kvarnera realizirale su 2 svehrvatske kampanje na 16 lokacija u trajanju od 14 dana. Prva kampanja s ciljem najave i promidžbe Goranskih biciklističkih utrka realizirana je 9.-22.9. sa sloganom „Gorski kotar – doživljaj koji ti trebaš... na dva kotača“ a druga je realizirana 17.9. do 30.9. najavljujući gastro manifestacije i opće manifestacije Gorskog kotara sa sloganom „Gorski kotar – doživljaj koji ti trebaš“. Trošak bill board kampanja iznosi 58.532,76 kn od čega je 80% sufinancirala Hrvatska turistička zajednica

Blog – pedaliranje

U suradnji s biciklističkim blogerom Draženom Breitenfeldom realizirano je 5 biciklističkih blogova koji su pokrili slijedeće manifestacije:

- Gorski kotar bike tour (17.-19.7.2015.)
- Sportsko ljeto Vrbovsko (2.8.2015.)
- Kamenjakova goranska biciklijada (8.8.2015.)
- Biciklijada Brod Moravicama (16.8.2015.)
- Delnice biking Day (22.-23.8.2015.)
- Biciklijada u Čabru (30.8.2015.)

Trošak bloga iznosi 4.000,00 kn od čega je 80% sufinancirala je Hrvatska turistička zajednica

Radio Rijeka

S ciljem najava goranskih jesenjskih i zimskih manifestacija u suradnji s Radio Rijekom dogovoren je ciklus turističkih emisija koje pokrivaju manifestacije u Gorskom kotaru od listopada do prosinca 2015. godine

Tiskani promo-materijal i suveniri Gorskog kotara

Katalog atrakcija Gorski kotar na njemačkom jeziku u nakladi od 5.000 komada i Katalog smještaja Gorskog kotara u nakladi od 5.000 komada na engleskom jeziku. Također uz financijsku pomoć Primorsko-goranske županije realizirana su Biciklistička brošura Gorskog kotara i Biciklistička karta Gorskog kotara (oboje u nakladi od 5.000 komada).

Za promidžbene potrebe napravljeni/naručeni su su:

- Beach flag (50x280 cm)
- Kalendar Gorski kotar 2016 (500 komada)
- Blokovi (A6) i privjesci za ključeve iz hlapičeve kolekcije „Medvjedići iz Gorskog kotara“ po 100 komada

Zajednički nastupi Gorskog kotara na sajmovima i prezentacijama u suradnji s TZ Kvarnera:

Sajmovi u suradnji s TZ Kvarnera:

1. Stuttgart (D) CMT 2015– 17.-25.1.2015. , Hala 7 (Kvarner regija partner – kamping)
1.a Stuttgart CMT (D) – 17.-18.1.2015 Wander&Fahrraderlebnis, Hala 9
2. Amsterdam (NL)- Fiets en Wandelbeurs – 31.1.-1.2.
3. Muenchen (D) – f.re.e. – 18.-22.2.2015.– naglasak Gorski kotar na Outdoor bini
4. Friedrichshafen (D) Eurobike – 29.8.2015.

Samostalni nastupi koordinacije Turističkih zajednica Gorskog kotara samostalno ili uz potporu TZ Kvarnera

1. HGK, „Kupujmo Hrvatsko“, Poreč, 23.-24.4.2015.
2. festival samoniklog bilja, Kršan, 25. i 26.4.2015. – Gorski kotar parter festivala
3. „Kvarnerfest“ – 14.5. – predstavljanje Gorskog kotara
4. „Fiumare“, Rijeka, 20.-27.5.2015.
5. „Špancierfest“ , Varaždin, 21.-30.8. 2015.

Studijske grupe u Gorskom kotaru

Organiziran je prihvata domaćih i stranih novinara s ciljem predstavljanja turističkih atrakcija Gorskog kotara, a zainteresirani manifestacijom Gorski kotar bike tour samoinicijativno su se javile novinari raznih medija (tiskani, digitalni i TV mediji)

Gorski kotar postao je u 2015. godini PPS destinacija

sa sloganom „Doživljaj koji trebaš“ a sukladno obvezama iz sporazuma osnivača destinacijskog PPS kluba Gorski kotar, osnovani su proizvodni timovi za

- Cikloturizam
- Pustolovni i sportski turizam

Proizvodni timovi broje 5 članova, od čega su 4 člana iz redova PPS kluba Gorski kotar, a 5. član je predstavnik TZ Kvarnera.

Aplikacije na Javne pozive i natječaje

Turističke zajednice Gorskog kotara aplicirale su samostalno i zajednički projekte na Javne natječaje Ministarstva turizma i Hrvatske turističke zajednice te ostvarile potpore u ukupom iznosu od 326.000,00 kn.

V.3. POTICANJE I OCJENJIVANJE IZVRSNOSTI DESTINACIJE

V.3.1. Djelatnik godine

Turistička zajednica Kvarnera je u okviru nacionalnog programa „Čovjek ključ uspjeha u turizmu“, prema turističkim zajednicama, raspisala natječaj za izbor djelatnika godine, a po prvi puta i za „Posebno priznanje za životno djelo u turizmu“, koje se odnosi na umirovljenike, dugogodišnje djelatnike u turizmu. Osim sustava turističkih zajednica (isključivo putem turističke zajednice županije), izravno su kandidature u GU HTZ-a mogle dati strukovne udruge, tvrtke, jedinice lokalne samouprave i ministarstva. Kriteriji slijedom kojih su ocijenjeni odnose se na profesionalne osobine kandidata i odnos prema turistima: stručnost, ljubaznost i uslužnost, komunikativnost, timski rad i kolegijalnost, fleksibilnost, pouzdanost i diskretnost, inicijativnost i inovativnost, ali i na poznavanje stranih jezika, stručna usavršavanja i radno iskustvo. Cilj programa je razvijanje gostoljubivih i prijateljskih odnosa prema turistima te podizanje kvalitete usluge što direktno utječe na podizanje stupnja zadovoljstva gostiju, povrat gostiju i promidžbu usmenom predajom te na širenje pozitivnog imidža destinacije.

Povjerenstvo pri TZ Kvarnera je razmotrilo kandidature te je prvoplasirane u 25 kategorija te u kategoriji za posebnu nagradu, prosljedila Hrvatskoj turističkoj zajednici za ocjenjivanje na državnoj razini. Najboljima u Hrvatskoj, na Danima Hrvatskog turizma u Poreču, 13. i 14. listopada 2015. godine, proglašeno je čak 9 kvarnerskih kandidata.

Nagrađeni kvarnerski kandidati uzor su i poticaj drugim djelatnicima u turizmu. Najbolji kuhar na Kvarneru i u Hrvatskoj, Andrej Barbieri, glavni *chef* restorana Bevanda, zaslužan je i za markicu kvalitete Kvarner Gourmet koju je restoranu dodijelila TZ Kvarnera u sklopu projekta brendiranja gastronomije na Kvarneru. Najbolja iznajmljivačica na Kvarneru i u Hrvatskoj je Luana Amura iz Rijeke, predsjednica udruge privatnih iznajmljivača grada Rijeke, koja na svom objektu obiteljskog smještaja ima istaknute oznake „Kvarner Family“, Pet Friendly, Bike Friendly i Hike Friendly – oznake kvalitete koje je također dodijelila TZ Kvarnera u sklopu brendiranja i uvođenja većih standarda u cilju podizanja kvalitete obiteljskog smještaja s prilagodbom posebnim zahtjevima turista, a Tomislav Paušić iz Rijeke najbolji je policijac na Kvarneru i u Hrvatskoj. Imajući na umu višegodišnju suradnju TZ Kvarnera i MUP-a RH – Policijskom postajom Rijeka, u cilju povećanja informiranosti i sigurnosti stranih, ali i domaćih gostiju, jasno je da je priznanje Tomislavu Paušiću, priznanje i za sve nas. Najbolji taksist Josip Krstčić -Furić s otoka Raba, proglašen je najboljim taksistom na Kvarneru i u Hrvatskoj, a na prvom mjestu to su potvrdili rapski gosti, koju su ga prethodno ocijenili najboljim kroz razne ankete i u akciji „Tajni kupac“, gdje je dobio najviše ocjene i proglašen najboljim. Najbolji animator na Kvarneru i u Hrvatskoj je Alek El Kazai, animator u Hotelima Krk, koji svojom energijom i entuzijazmom brine o gostima i njihovom dobrom raspoloženju, a isto tako i prodavačica Štefanija Lovrečić u Cresu, te hortikultura djelatnica Bia Gec, koja u Rijeci brine o ugodnom okolišu. Tihana Bralić najbolje je djelatnica u pomorskom prijevozu, časnica plovidbene straže na brodovima na Jadrolinije. Goran

Pavlović najbolji je djelatnik u sustavu turističkih zajednica, aktivan u svim segmentima turističke ponude u Opatiji i na Opatijskoj rivijeri, a posebno je zaslužan za ponudu kongresnog turizma.

V.3.2. Dani hrvatskog turizma 2015. – Poreč 13.–14.10.2015.

Tradicionalni godišnji skup turističkih djelatnika Hrvatske, u organizaciji Ministarstva turizma RH, Hrvatske gospodarske komore i Hrvatske turističke zajednice, održan je 13. i 14. listopada 2015. godine u Poreču. I ove je godine održan niz stručnih skupova, tematskih sjednica i radionica na kojima su domaći i strani stručnjaci raspravljali o hrvatskom turizmu te ocijenili turističku 2015. godinu. Također, održan je i tradicionalan susret turističkih djelatnika s članovima Vlade RH te dodjela turističkih nagrada pojedincima, predstavnicima turističke industrije i najboljim turističkim destinacijama. U sklopu Dana hrvatskog turizma župan Zlatko Komadina sa suradnicima i direktorica TZ Kvarnera dr.sc. Irena Peršić Živadinov prisustvovali su brojnim stručnim skupovima i događanjima.

Osim priznanja djelatnicima godine u akciji „Čovjek – ključ uspjeha“, dodijeljena su i brojna druga priznanja, među kojima se ističu nagrade kvarnerskim laureatima:

Zahvaljujući tradicionalnoj i osuvremenjenoj ponudi zdravstvenog turizma, Opatija je proglašena najuspješnijom destinacijom zdravlja, te se, uz Mali Lošinj koji je finalist akcije izbora hrvatske destinacije zdravlja, ističe u ovom najbrže rastućem segmentu svjetske turističke ponude. Opatija i Mali Lošinj, zajedno s Crikvenicom, čine neraskidivu poveznicu zdravstvenog turizma na Kvarneru. Cjelogodišnje poslovanje, kvaliteta smještajnih kapaciteta otvorenih cijelu godinu te niz tematskih manifestacija izvan glavne sezone, Opatiji i Rijeci kao objedinjenoj destinaciji s ponudom za pred o posezonu donijele su titulu najuspješnije hrvatske destinacije u kategoriji „Hrvatska 365“. U kategoriji hrvatske plaže godine, finalist je opatijska plaža „Lido“, opatijska nova atrakcija, koja je Opatiji donijela novu dimenziju atraktivnosti koja je nedostajala i doprinijela povećanju ukupne atraktivnosti destinacije. Na području Crikvenice jedna je atrakcija značajno doprinijela image-u destinacije, što je prepoznato i na razini cijele Hrvatske, te je pod nazivom „Zaljubite se u Crikvenici(u)“, Crikvenica svrstana u finaliste u kategoriji „Inovacija godine“.

Rab je finalist u kategoriji „Autentična primorska destinacija – Naše malo misto“, što ga ponovno svrstava u autohtone, romantične destinacije i potvrđuje slogan otoka Raba kao otoka sreće.

Glavna hrvatska nagrada za održivi turizam pripala je Institutu za istraživanje i zaštitu mora „Plavi svijet“ iz Velog Lošinja, na što smo svi posebno ponosni. Imati nagradu za održivi turizam u današnjim odnosima ekološke i biološke ugroženosti, destinaciji daje prestižnu distinkciju, jer ljubav prema moru i delfinima govori o načinu života, o pitomosti i divljini destinacije, o čistom, zdravom moru i miomirisnom otoku zdravlja.

Uz sve to, za lepezu kvalitete i raznovrsnosti turističke ponude, važne su i nagrade u sklopu akcije „Turistički cvijet – Kvaliteta za Hrvatsku 2015.“ dodijeljene za 9 objekata obiteljskog smještaja (u Malinskoj, Delnicama, Fužinama, Lovranu, Lovranskoj Dragi, Malom Lošinju, i Loparu), koji svi redom imaju oznaku kvalitete „Kvarner Family“ s podbredovima specijalizacije za razne potrebe i interese gostiju. „Kuća Sobol“ u Kuželju (Delnice) finalista je u kategoriji „Najbolji obiteljski smještaj“, a putnička agencija „Katarina Line“ finalista je u izboru najbolje DMK putničke agencije godine u Hrvatskoj. Thalassotherapie Opatija priznanje dobiva u kategoriji „Najbolje Spa/Lječilište godine“.

Kvarnerski dan turizma 2015. – Opatija

– u pripremi je i održat će se 8.12.2015. godine u hotelu Royal, te će se na svečanosti dodijeliti priznanja TZ Kvarnera dobitnicima po raznim kategorijama

Tjedne novosti iz TZ Kvarnera – tjedne i dnevne najave događanja

Turistička zajednica Kvarnera i Radio OK (Radio otok Krk d.o.o.) nastavili su poslovnu suradnju u realizaciji projekta informativnih radio emisija o turističkim zbivanjima na području otoka Krka i

čitavog Kvarnera. Pri tome su u cilju tematske pokrivenosti cijele regije, sve pripreme za emisije napravljene u uredu TZ Kvarnera, a i razgovore, odnosno javljanja „uživo“ u program obavila je i obavlja direktorica TZ Kvarnera i djelatnice TZ Kvarnera.

Cilj ove suradnje je unapređenje informiranja gostiju i domaćeg stanovništva, posebice onih koji su direktno povezani s turizmom i pratećim gospodarskim aktivnostima, o radu i aktivnostima TZ Kvarnera, te turističkih zajednica gradova i općina s područja Kvarnera. Redovitim javljanjem TZ Kvarnera dodatno je podigla kvalitetu turističke ponude te se promovirala i svoj rad približila širem stanovništvu.

Projekt se realizirao kroz dvije informativne emisije i to:

- tjednom informativnom emisijom pod nazivom „Novosti iz Turističke zajednice Kvarnera“ putem koje je direktorica dr. sc. Irena Peršić Živadinov kroz redovita javljanja i razgovore svake srijede približava rad i aktualne aktivnosti TZ Kvarnera na domaćem i stranom tržištu domaćem stanovništvu; ova informativna emisija se nastavlja do kraja tekuće godine
- informativnim emisijama pod nazivom „Kvarner Info“, u kojima su se najavljivale manifestacije s područja Kvarnera na hrvatskom, engleskom, njemačkom, talijanskom i slovenskom jeziku;
- informativna emisija „Kvarner Info“ emitirala se u razdoblju od travnja do kraja listopada i to prema sljedećim terminima: od travnja do kraja lipnja te od rujna do kraja listopada – petkom i subotom, a u razdoblju od srpnja do kraja kolovoza svakim danom.

PPS KONCEPT – HRVATSKA 365 – PROMICANJE TURISTIČKOG PROMETA U RAZDOBLJU PRED I POSEZONE

Sukladno Strategiji razvoja turizma RH do 2020. i Strateškom marketinškom planu hrvatskog turizma 2014. – 2020., Hrvatska turistička zajednica tijekom 2015. u suradnji s Ministarstvom turizma, provodila je aktivnosti kojima se podupire razvoj turističke ponude i aktivnosti upravljanja destinacijama usmjerene na ostvarenje postavljenih ciljeva, a to se prvenstveno odnosi na razvoj ponude destinacija u razdoblju pred i posezone (PPS), segmente proizvoda s većom dodanom vrijednošću koji mogu pridonijeti povećanju turističke potrošnje (složeni turistički proizvodi destinacije i specifični/tematski proizvodi) kao i sadržaje koji će djelovati na jačanje brenda.

Polazeći od iskustava provedenog pilot projekta i sukladno Pravilima za osnivanje i djelovanje PPS kluba, dodjeljene su oznake „PPS destinacija“. Oznaka „PPS destinacija“ dodjeljuje se s ciljem poticanja razvoja atraktivne i konkurentne destinacijske ponude s dodanom vrijednošću u razdoblju pred i posezone te uspješne tržišne komunikacije koja može pridonijeti boljoj vidljivosti i vrijednosnoj percepciji Hrvatske kao destinacije koja ima atraktivnu ponudu u PPS razdoblju.

PPS destinacije na Kvarneru su:

1. Opatijska i riječka rivijera
2. Crikvenica – Novi vinodolski – Vinodol
3. Cresko-Lošinjski arhipelag
4. Otok Rab
5. Otok Krk
6. Gorski kotar

U sklopu projekta Hrvatska 365, održan je prvi nacionalni PPS forum, na kojem je utemeljen nacionalni PPS klub, kojega je TZ Kvarnera član, te su predstavljeni domaći i inozemni primjeri dobre prakse te aktivnosti na realizaciji PPS plana u 2015. godini.

Predstoji uključivanje predstavnika TZ Kvarnera u rad destinacijskih PPS klubova i rad destinacijskih proizvodnih timova, sukladno pravilima za dodjelu oznake „PPS destinacija“, kako bi se ključne aktivnosti na projektu PPS odvijale umreženo na cijeloj destinaciji.

VI. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA

VI.1. ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA

VI.1.1. Tajni kupac na Kvarneru

Turističke zajednice s područja Kvarnera u suradnji s agencijom „Heraklea“ i ove godine nastavile su sudjelovanje u projektu posjeta tajnih gostiju na brojnim lokacijama unutar destinacije. Kvaliteta usluge je sinonim uspjeha u turizmu i osnovni željeni brend destinacija na Kvarneru, a u projektu je u ovoj godini sudjelovalo trinaest turističkih zajednica: Rijeka, Bakar, Kastav, Viškovo, Čavle, Crikvenica, Krk, Baška, Omišalj, Punat, Mali Lošinj, Rab i Lopar.

Mystery shopping ili tajno kupovanje poslovni je alat za mjerenje kvalitete usluge i podrazumijeva angažiranje prethodno educiranih tajnih gostiju, koji se pretvaraju da su redovni gosti i prema unaprijed definiranim kriterijima detaljno i objektivno mjere kvalitetu usluge s ciljem njezina poboljšanja te izvještavaju o svom iskustvu. Svrha Mystery Shoppinga je utvrditi što se događa u stvarnosti tijekom interakcije gosta i djelatnika, budući da upravo u tim trenucima gost na temelju iskustva stvara sliku o cjelokupnoj destinaciji.

Tajni gosti posjetili su destinacije na Kvarneru, boravili u raznim smještajnim objektima (hotelima, apartmanima, kampovima), išli na izlete i plaže, kupovali u suvenirnicama i trgovinama, posjećivali ugostiteljske objekte, turističke informativne centre, banke, pošte, muzeje, odlazili na koncerte, koristili javni prijevoz i taxi usluge, wellness tretmane,... te istovremeno mjerili kvalitetu usluge u destinaciji.

VI.1.2. Anketa na zračnoj luci „Rijeka“

Turistička zajednica Kvarnera u suradnji sa Zračnom lukom Rijeka provela je tijekom predsezona, glavne sezone i posezone anketu putnika prilikom njihovog odlaska. Ukupno je anketirano 3768 ispitanika anketom koja je obuhvaćala 18 pitanja, a najrelevantniji podatci prikazani su u nastavku.

DESTINACIJA GDJE SU ISPITANICI PROVELI ODMOR

Od ukupno 3768 ispitanika 3166 ili 84% je svoj odmor provelo isključivo na Kvarneru, 436 odnosno 12% u destinaciji van Kvarnera, a 140 tj. 4% ispitanika je dio odmora boravilo na Kvarneru, a dio van njega. 26 osoba, što čini nešto manje od 1% ispitanika, nije odgovorilo na pitanje.

Među ispitanicima koji su odmor proveli van Kvarnera (436 ispitanika) dobiveni su sljedeći odgovori: 50% je boravilo u Istri, 16% u Dalmaciji, a 34% u nekoj drugoj regiji.

Svi daljnji rezultati odnose se na ispitanike koji su boravili isključivo na Kvarneru (3166 ispitanika)

I. DESTINACIJA BORAVKA - KVARNER

30% ispitanika je svoj odmor provelo na Krku, 16% na Opatijskoj rivijeri, 13% u Rijeci, 10% na Crikveničkoj rivijeri, 8% na otoku Rabu. S 5% su zastupljeni ispitanici koji su boravili na otoku Lošinju, s 3% ispitanici koju su boravili na Rivijeri Novi Vinodolski, a s 2% oni koji su boravili na otoku Cresu. Na 2 ili više destinacija boravilo je preostalih 13%.

II. DUŽINA BORAVKA

Najveći udjel ispitanika, njih 44% boravio je na Kvarneru 5 do 7 dana, 29% preko 7 noći, 12% preko 14 dana, 6% 3 do 4 dana, 5% preko 21 dan, 3% do 3 dana, a nešto manje od 1% čine ispitanici koji nisu odgovorili na pitanje.

III. SMJEŠTAJ

Najveći udjel ispitanika boravio je u privatnom smještaju, njih 42%. 18% je boravilo u hotelima s 4 ili 5 zvjezdica, a 16% u hotelima s 3 zvjezdice ili nekom drugom hotelu pristupačne cijene. Kod prijatelja i rodbine smjestilo se 10% ispitanika, 6% je boravilo u kampovima, 5% je imalo kombinaciju više vrsta smještaja, 2% je boravilo na plovnim objektima, a 1% ispitanika nije odgovorilo na ovo pitanje.

IV. MOTIV DOLASKA

Kao motiv dolaska 35% ispitanika navodi odmor i zabavu, 5% je navelo posjet prijateljima i rodbini, 2% se opredjelilo za posao, a isto toliko i zakategoriju „ostalo“. S po 1% su zastupljeni ispitanici koji su odabrali prirodne ljepote te oni koji su došli zbog sporta. Većina ispitanika, njih 53%, kao motiv dolaska navodi 2 ili više od ponuđenih opcija među kojima su, pored već spomenutih, i kultura, wellness i gastronomija.

V. UTJECAJ NA ODLUKU ZA ODMOR NA KVARNERU

Prema rezultatima ankete, najveći utjecaj na odluku za odmor na Kvarneru imaju preporuke prijatelja, poznanika i rodbine i to na 37% ispitanika, potom slijedi Internet koji utječe na odluku kod 30% ispitanika. 12% ispitanika nije našlo svoj razlog među ponuđenim opcijama te su odabrali kategoriju „ostalo“. Kod 5% ispitanika na odluku utječe putnička agencija. Zbog promocije na sajmovima Kvarner je posjetilo 2% ispitanika. Sve ostale kategorije i kombinacije kategorija ukupno ostvaruju 14%.

VI. POVRATAK NA ODMOR NA KVARNER

74% ispitanika planira ponovno doći na Kvarner, 20% ne zna, 3% je odgovorilo negativno, a 3% nije odgovorilo na ovo pitanje.

VII. PRATNJA NA ODMORU

Udjel ispitanika koji su došli u pratnji s partnerom ili supružnikom iznosi 34%, a 30% ih je došlo s obitelji i djecom. Udjel ispitanika koji su došli s prijateljima iznosi 20%, a 5% ih je došlo samo. 9% ispitanika navodi kombinaciju od 2 ili 3 ponuđene opcije. 2% ispitanika nije odgovorilo na ovo pitanje.

VIII. DOB

Prema dobi, najviše je ispitanika u dobi od 26 do 35 godina (26%), potom u dobi od 16 do 25 godina (22%). Udjel ispitanika u dobnoj skupini od 36 do 45 godina iznosi 19%, a 16% ispitanika je u dobnoj skupini od 46 do 55 godina, te 10% ima od 56 do 65 godina. 6% ispitanika je starije od 66 godina, a 1% ispitanika nije odgovorilo na ovo pitanje.

IX. PRIHODI

Najveći broj ispitanika, njih 34%, ima prihode koji se kreću od 1.001 do 3.000 EUR, 20% ispitanika ima prihode ispod 1.000 EUR, 22% zarađuje od 3.001 do 5.000 EUR, 9% ispitanika ostvaruje prihod veći od 5.001 EUR, a 15% nije odgovorilo na ovo pitanje.

X. SREDSTVA PREDIVIDENA ZA POTROŠITI NA ODMORU

30% ispitanika za potrošnju na godišnjem odmoru je izdvojilo od 200 do 500€; kod 27% je taj iznos od 500 do 1000€; 21% ispitanika je navelo da je izdvojilo više od 1.000€; kod 11% taj je iznos između 100 i 200€, a 3% potroši manje od 100€. 8% ispitanika nije odgovorilo na pitanje.

XI. OBRAZOVANJE

Prema obrazovanju, 33% ispitanika ima visoku stručnu spremu, 23% višu stručnu spremu, 25% srednju stručnu spremu, 12% završen postdiplomski studij, 2% ima završenu osnovnu školu, a 5% ispitanika nije odgovorilo.

VI.2. SURADNJA S MEĐUNARODNIM INSTITUCIJAMA I EU FONDOVI

TZ Kvarnera je član međunarodnih turističkih organizacija Med Cruise (pridruženi član) i Skål Club International te UNWTO. U 2015. godini započele su aktivnosti na projektima sufinanciranim od EU, a kontinuirano se prate otvoreni natječaji Europske komisije.

EU PROJEKTI U 2015 – TZ Kvarnera kao partner:

VI.2.1. „Šansa je u mojim rukama“ („Opportunity in my hand“)

Razdoblje projekta: 01. travnja 2015. - 31. ožujka 2016.

U nastojanju da se unaprijedi položaj osoba s invaliditetom, a osobito slijepih i slabovidnih, na tržištu rada pokrenut je projekt „Šansa je u mojim rukama“ u sklopu programa dodjele bespovratnih sredstava Europske Unije (Operational Programme for Human Resources Development 2007-2013). Radi se o grant shemi Poboljšanje pristupa tržištu rada za osobe s invaliditetom. Nositelj projekta je Centaroprema RE&ZIN d.o.o, dok su partneri na projektu Učilište Lovran, Udruga slijepih PGŽ-a i Turistička zajednica Kvarnera. Projekt ima za cilj pružiti podršku integraciji osoba s invaliditetom na tržište rada, kroz prilagođene programe osposobljavanja za zanimanja u zdravstvenom turizmu. Ukupna vrijednost projekta je 114.407,27 EUR (100%), a od toga darovnica Europske Unije iznosi 108.686,91 EUR (95% ukupne vrijednosti projekta), dok Učilište Lovran snosi 2.860,18 EUR (2,5%) i Centaroprema RE&ZIN d.o.o. iznos od 2.860,18 EUR (2,5%). Trajanje projekta obuhvaća vremenski period od 12 mjeseci, odnosno od 01.04.2015. do 31.03.2016. Projekt se provodi na prostoru Primorsko-goranske županije. Ciljna skupina u ovom projektu su osobe s invaliditetom u Primorsko-goranskoj županiji, starosti 18 do 65 godina, nezaposlene ili neaktivne, slijepe ili slabovidne ili druge vrste invaliditeta.

Isto tako, opći cilj projekta je povećanje zapošljavanja osoba s invaliditetom u Primorsko-goranskoj županiji kroz pružanje podrške u integraciji na tržište rada razvijanjem prilagođenih programa, dok je specifični cilj razvoj i provođenje programa osposobljavanja za zanimanja u zdravstvenom turizmu za osobe s invaliditetom uz jačanje fleksibilnog pristupa tržištu rada. Ovaj projekt nudi programe osposobljavanja za zanimanja u zdravstvenom turizmu (maseri) baziran na praksi, sa dodatnim satima rada kod poslodavaca u realnim radnim uvjetima, sa metodama poučavanja i nastavnim materijalom prilagođenim potrebama osoba s invaliditetom i njihovim specifičnim sposobnostima učenja. Također donosi program za razvoj poduzetničkih vještina i soft-skill radionice potrebne u svakom poslu, osobito u radu s klijentima. Program podrške završava sa radionicama za traženje posla, koje će pridonijeti jačanju aktivne uloge u pristupu tržištu rada. Osobe s invaliditetom (slijepe, slabovidne ili neke druge vrste invaliditeta) mogu naći svoje mjesto na tržištu rada i u tako propulzivnom sektoru kao što je zdravstveni turizam.

VI.2.2. MALA BARKA

„Turistička valorizacija pomorske, ribarske i brodograđevne baštine Sjevernog Jadrana kroz stvaranje novih turističkih proizvoda“

Razdoblje projekta: 1. veljače 2015. – 29. travnja 2016. godine

Naložba v vašu prihodnost
Operaciju delno financira Evropska unija
Evropski sklad za regionalni razvoj



Ulaganje u vašu budućnost
Operaciju dijelomično financira Evropska unija
Evropski fond za regionalni razvoj

Projekt „Turistička valorizacija pomorske, ribarske i brodograđevne baštine Sjevernog Jadrana kroz stvaranje novih turističkih proizvoda“, akronima „Mala barka“ (u daljnjem tekstu: „Mala barka“) bio je kandidiran na treći poziv (od 3. veljače 2012.) za dostavu prijedloga projekata u okviru Operativnog programa IPA Slovenija – Hrvatska 2007.-2013.. Glavni partner projekta je PGŽ (tada Upravni odjel za pomorstvo, promet i veze, a sada je nadležan Upravni odjel za turizam, poduzetništvo i ruralni razvoj), TZ Kvarnera je partner, uz partnere sa slovenske strane TZ Općine Izola i Općina Izola. Projektno partnerstvo broji ukupno 4 financijska partnera: Primorsko-goranska županija (vodeći partner), Turistička zajednica Kvarnera, Općina Izola i Turistička zajednica Općine Izola. Ukupna vrijednost projekta iznosi 678.016,66 EUR-a, od čega 576.314,16 EUR-a iznos bespovratnih sredstava, a vrijeme njegove provedbe je od 1.2.2015. do 29.4.2016. godine.

Opći cilj projekta je održivi ekonomski i društveni razvoj pograničnog područja kroz unapređenje turističke ponude koja integrira povijesne, tradicionalne i kulturne sadržaje bazirane na pomorstvu, uz razvoj ruralnog prostora. Realizacijom projekta stvorit će se prepoznatljiv turistički proizvod koji će prema svojem konceptu (zajedničke tematske manifestacije i stalni interpretacijski centri) biti inovativan i vrlo atraktivan. Dodatna vrijednost, a sastavni dio projekta, je osmišljavanje i provođenje turističkih manifestacija koje doprinose očuvanju i promociji kulturno-povijesne baštine pograničnog područja. Također, osnivanjem Centra izvrsnosti, osigurat će se kroz projekt, ali i ubuduće, visoka razina kvalitete turističkih sadržaja i ponuda te brendiranje turističkog proizvoda i njegovo jasno povezivanje s pograničnom regijom. Tako formirani turistički proizvodi daleko su atraktivniji jer su sustavno koncipirani i tematski orijentirani te ostvaruju peterostruki efekt - (i) razvoj gospodarske djelatnosti, dolazak turista, (ii) zaštita kulturne i prirodne baštine, (iii) promocija kulturne i prirodne baštine, (iv) povezivanje naroda i stručnjaka te (v) edukacija turističkih djelatnika s ciljem razvoja novog turističkog proizvoda.

Projekt ima sljedeće specifične prekogranične ciljeve:

- razviti i promovirati prepoznatljiv turistički proizvod baziran na pomorskoj baštini
- osigurati jasnu prepoznatljivost turističkog proizvoda („brendirati“ proizvod)
- razviti mrežu stručnjaka u pograničnom području
- nadograditi i oplemeniti postojeće turističke manifestacije
- razviti zajednički centar izvrsnosti i osigurati njegovu održivost te osigurati širenje modela na ostala prekogranična mjesta
- osigurati trajnu zaštitu kulturne i povijesne materijalne i nematerijalne pomorske baštine kroz formiranje i opremanje interpretacijskih centara
- promovirati materijalnu i nematerijalnu baštinu vezanu za pomorstvo
- jačanje ljudskih resursa za razvoj novog turističkog proizvoda baziranog na pomorskoj baštini.

Vrijednosti i ciljevi postignuti kroz projekt imaju trajnu vrijednost i TZ Kvarnera nastavlja s promocijom maritimne baštine, u smislu:

- poboljšanja iskorištenosti i svijesti o kulturno-povijesnoj baštini pomorstva, ribarstva i brodogradnje,
- unaprijeđenja zajedničkog razvoja i upravljanja tematskim turističkim proizvodom,
- stvaranja jasnog i prepoznatljivog brenda koji bi predstavljao pogranično područje,
- pojačanja promidžbe regije kao turističke destinacije,
- uvrštenja i zastupljenosti kulturno-povijesne pomorske, ribarske i brodograditeljske baštine u turističkoj promidžbi,
- razvijanja svijesti o potrebi izobrazbe za stvaranje novih turističkih proizvoda koji će biti zanimljivi turistima.

Projekt je podijeljen na pet radnih paketa:

1. Upravljanje projektom
 - Koordinacija
 - Nadzor provođenja projekta
2. Istraživanja
 - Stvaranje baze podataka pomorske povijesne i kulturne baštine
 - Analiza sličnih turističkih proizvoda u svijetu
 - Istraživanje tradicionalnih plovila
3. Razvoj turističkog proizvoda, Centra izvrsnosti i promocije
 - Osnivanje Centra izvrsnosti
 - Planiranje turističkog proizvoda
 - Osnivanje promotivnih centara
 - Ugovaranje i proizvodnja promidžbenih proizvoda
 - Promocija kulturno-turističkog proizvoda i usluga
 - Izrada i opremanje interpretacijskih centara
4. Provođenje te evaluacija turističkog proizvoda
 - Organiziranje turističkih manifestacija
 - Zaključak
5. Promocija

- Plan promocije
- Direktne mjere promocije
- Indirektne mjere promocije

U sklopu projektnih radnih zadataka, TZ Kvarnera pripala je organizacija dviju glavnih manifestacija

- ⇒ Mala barka - Fiumare - Kvarnerski festival mora i pomorske tradicije u Rijeci", održana u Rijeci 20. – 27. svibnja 2015.
- ⇒ Mala barka - 7. Smotra i regata tradicijskih barki na jedra, održana u Mošćeničkoj Dragi, 10., 11. i 12. srpnja 2015.

te izrada monografije, izrada studije "Analiza sličnih turističkih proizvoda u svijetu", osnivanje Centra izvrsnosti i promocije (s planom Centra), organizacija edukativnih radionica, osnivanje Promotivnih centara (s planom Cenata), promocija kulturno-turističkog proizvoda na sajmovima i prezentacijama u zemlji i inozemstvu, povezivanje internet stranica sa specijaliziranim stranicama, objava članaka u specijaliziranim časopisima, ali i sudjelovanje u zajedničkim aktivnostima koje provode 4 partnera, uključivo sudjelovanje u radu Upravnog odbora projekta.

Ukupni rezultati projekta:

- zabavno-edukativne manifestacije u Rijeci, Mošćeničkoj Dragi i Izoli,
- uređeni muzejski prostori (interpretacijski centri) na temu tradicijskog pomorstva, ribarstva i brodogradnje u Mošćeničkoj Dragi i Izoli,
- osmišljeni novi turistički proizvod,
- širenje informacija o projektu i znamenitostima pograničnog područja,
- promocija turističkog proizvoda „Mala Barka“ putem monografije, brošura, televizijskih spotova i sudjelovanja na sajmovima.

VI.3. PRODUKCIJA MULTIMEDIJSKIH MATERIJALA

TZ Kvarnera je u suradnji s tvrtkom Photonet pripremila i održava digitalnu foto – arhivu TZ Kvarnera s 500-tinjak fotografija. TZ Kvarnera je iz postojeće baze fotografije razvrstala prema turističkim proizvodima (aktivni odmor, poslovni turizam, zdravstveni turizam, sport i soft adventure, nautički turizam i kulturni turizam), a unutar turističkih proizvoda prema kvaliteti fotografije.

VII. POSEBNI PROGRAMI

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

Više pod V.2. – Koordinacija turističkih zajednica Gorskog kotara

VIII. RAZNO

VIII.1. DJELOVANJE U SKLADU S "GLAVNIM PLANOM RAZVITKA TURIZMA PGŽ 2005.-2015.", IMPLEMENTACIJA I DALJNJA IMPLEMENTACIJA „STRATEŠKOG MARKETINŠKOG PLANA TURIZMA KVARNERA 2009.-2015.“

U 2015. godini, ukupne aktivnosti TZ Kvarnera odvijale su se u skladu s podlogom zacrtanom u Glavnom planu, temeljem kojeg je Kvarner na turističkom tržištu definiran kao:

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

U okviru odabranih ključnih razvojnih smjernica i njima prilagođenih projekata vodi se računa o mogućnostima pojedinih sub-destinacija da se u njih integriraju i tržišno profiliraju. Implementacija navedenih projektnih skupina zahtijeva sudjelovanje, trajnu suradnju i dijalog svih dionika koji direktno ili indirektno utječu na kvalitetu turizma i turističke ponude Kvarnera.

VIII.2. IZRADA STRATEŠKOG PLANA RAZVOJA TURIZMA KVARNERA SA STRATEŠKIM I OPERATIVNIM MARKETING PLANOM 2016. – 2020. GODINE

Uzimajući u obzir aktualne tržišne okolnosti, trendove u potražnji, kao i predviđanja u daljnjem razvoju turizma, neosporna je potreba novog strateškog dokumenta razvoja turizma.

Nadovezujući se na postojeće planske dokumente te u težnji da u narednom dugoročnom razdoblju od 2016. do 2020. godine osigura daljnji društveno, prostorno i gospodarski održiv razvoj turizma, Turistička zajednica Kvarnera donijela je odluku o izradi dokumenta Strateški plan razvoja turizma sa strateškim i operativnim marketing planom 2016.-2020. Cilj je ovog dokumenta uspostaviti dugoročni strateški razvojni i marketinški okvir te ih operacionalizirati kroz akcijski plan razvojnih aktivnosti, odnosno kroz operativni marketing plan potrebnih promocijskih i komunikacijskih aktivnosti. Ovim se pristupom u jednom dokumentu logički integrira vertikalna strateškog razvojnog i marketinškog te operativnog marketinškog planiranja. Dokumentom se, nadalje, identificiraju projekti prikladni za financiranje iz strukturnih fondova Europske unije.

Poziv za nadmetanje provodi Primorsko-goranska županije, a u tijeku je izrada projektnog zadatka i natječajne dokumentacije.