



TURISTIČKA ZAJEDNICA  
**KVARNER**

**IZVJEŠTAJ O RADU**  
**TURISTIČKE ZAJEDNICE KVARNERA**  
**ZA RAZDOBLJE SIJEČANJ-LISTOPAD**  
**2014.**

Opatija, studeni 2014.



## SADRŽAJ

<b>UVOD</b>	<b>1</b>
1. TURISTIČKA 2014. GODINA	1
2. TURISTIČKI PROMET U RAZDOBLJU SIJEČANJ – LISTOPAD 2014.	5
<b>I. ADMINISTRATIVNI TROŠKOVI</b>	<b>11</b>
I. 1. TURISTIČKI URED TZ KVARNERA	11
I. 1.2. Financijska revizija u Turističkoj zajednici Kvarnera	12
I. 2. TIJELA TZ KVARNERA	13
I. 3. SKLADIŠTENJE	13
I. 4. OPREMA I ODRŽAVANJE TZ KVARNERA	13
I. 5. KVARNER INFO – VRATA JADRANA	14
<b>II. DIZAJN VRIJEDNOSTI</b>	<b>15</b>
II. 1. POTPORE MANIFESTACIJAMA I PROJEKTIMA	15
II. 2. ORGANIZACIJA I UPRAVLJANJE DESTINACIJOM	15
II. 2.1. Kvarner.org	16
II. 2.2. Razvoj marketing brendova	16
II. 2.3. Cruising	26
II. 2.4. Suradnja s Ministarstvom turizma i GU HTZ-a	26
II. 2.5. Suradnja s PU PG Rijeka	27
<b>III. KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI</b>	<b>28</b>
III. 1. ONLINE KOMUNIKACIJE	28
III. 1.1. Internet oglašavanje	28
III. 1.2. SEO i SEM strategija	28
III. 1.3. Upravljanje Internet stranicom	28
III. 1.4. „Time Out“ – mobilna aplikacija za android telefone	29
III. 2. OFFLINE KOMUNIKACIJE	29
III. 2.1. Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora	29
III. 2.2. Opće oglašavanje	33
III. 2.3. Odnosi s javnošću i newsletter	34
III. 2.3.1. Suradnja s A.R.T. RedaktionsTeam – njemačko govorno područje	34
III. 2.3.2. Suradnja s Julia Berg Consulting Ltd. – englesko govorno područje	39
III. 2.4. Brošure i info materijali	40
III. 2.5. Mreža županijskih info punktova „Kvarner Info“	41
III. 2.6. Turistička signalizacija	41



<b>IV. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI</b>	<b>42</b>
IV. 1. NASTUPI NA TURISTIČKIM SAJMOVIMA	42
IV. 2. STUDIJSKA PUTOVANJA NOVINARA I AGENATA TE „BUY CROATIA“ RADIONICE	43
IV. 3. POSEBNE I ROAD SHOW PREZENTACIJE	46
<b>V. INTERNI MARKETING</b>	<b>55</b>
V. 1. EDUKACIJA	55
V. 2. AKTIVNOSTI KOORDINACIJE DJELOVANJA I NADZORA IZVRŠAVANJA CILJEVA I ZADAĆA TURISTIČKIH ZAJEDNICA OPĆINA I GRADOVA S PODRUČJA KVARNERA	55
V. 3. VOLIM HRVATSKU (I OSTALE AKTIVNOSTI)	61
<b>VI. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA</b>	<b>65</b>
VI. 1. ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA	65
VI. 2. SURADNJA S MEĐUNARODNIM INSTITUCIJAMA I EU FONDOVI	67
VI. 3. PRODUKCIJA MULTIMEDIJSKIH MATERIJALA	67
<b>VII. POSEBNI PROGRAMI</b>	<b>68</b>
VII. 1. POTICANJE I POMAGANJE RAZVOJA TURIZMA NA PODRUČJIMA KOJA NISU TURISTIČKI RAZVIJENA	68
<b>VIII. RAZNO</b>	<b>68</b>
VIII. 1. DJELOVANJE U SKLADU S „GLAVNIM PLANOM RAZVITKA TURIZMA PGŽ 2005.-2015.“, IMPLEMENTACIJA I DALJNJA IMPLEMENTACIJA „STRATEŠKOG MARKETINŠKOG PLANA TURIZMA KVARNERA 2009.-2015.“	69



## UVOD

Nakon rekordnih rezultata 2013. godine kada je turizam na Kvarneru zabilježio 2,3 milijuna dolazaka i 12,5 milijuna noćenja, Turistička zajednica Kvarnera je za 2014. planirala ponavljanje prošlogodišnjeg rezultata. Pri tome je za naglasiti da je u 4 godine, u razdoblju od 2010. do 2013. godine na Kvarneru zabilježen rast noćenja od 14 % .

Primarne aktivnosti TZ Kvarnera, u skladu sa straškim 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.

## TURISTIČKA 2014. GODINA

Turistička 2014. godina na Kvarneru bila je ponešto drugačija i izazovna. Pamtit ćemo je po velikom investicijskom ciklusu (Lošinj), povećanju kvalitete usluge, repozicioniranju i preispitivanju na tržištu, po obljetnici 170 godina turizma i velikim manifestacijama na Kvarneru, po novim brendovima (koji postaju prepoznatljivi i prihvaćeni) i zamahu važnih segmenata turističke ponude, ali i po ekstremno lošim vremenskim prilikama u udarnim turističkim mjesecima, kao i nepopularnim mjerama porezne politike prema autobuserima, toliko važnim za pred- i posezonu na Kvarneru.

Turizam na Kvarneru je temeljem podataka prikupljenih anketom turističkih zajednica u prvih deset mjeseci ostvario 2.199.784 dolazaka i 12.075.293 noćenja turista, što je manje za 1%, odnosno 3% u odnosu na ostvarenje u istom razdoblju 2013. godine. Pri tom su domaći gosti ostvarili 5% manje dolazaka i 6% manje noćenja, a inozemni gosti 0,5% manje dolazaka i 2,5% manje noćenja.

Najveći broj inozemnih noćenja na Kvarneru u razdoblju siječanj-listopad 2014. godine ostvarili su gosti iz Njemačke 30,61% (3% manje), Slovenije 15,54% (3% manje), Austrije 11,92% (1% manje), Italije 10,00% (5% manje) te Češke 5,54% (7% manje).



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

### ✓ **AKTIVNOSTI UPRAVLJANJA DESTINACIJOM:**

- ✓ 3 sjednice Skupštine (25. ožujka, 16. rujna i 2. prosinca)
  - ✓ 6 sjednica Turističkog vijeća (13. veljače, 25. veljače, 27. lipnja, 5. rujna, 21. listopada i 25. studenoga)
  - ✓ rad predstavnika Turističkog vijeća TZ Kvarnera u nadzornim odborima turističkih zajednica-članica
  - ✓ 4 sjednice Nadzornog odbora (25. veljače, 21. kolovoza, 21. listopada, 25. studenoga)
  - ✓ brendiranje selektivnih oblika turizma:
    - Kvarner Family
    - Kvarner Gourmet i Kvarner Food
    - Kvarner Health and Wellbeing
    - Kvarner Beaches
    - Kvarner Culture
    - Kvarner Outdoor
  - ✓ upravljanje destinacijom na primjeru turističkog proizvoda Gorskog kotara
  - ✓ djelovanje brojnih povjerenstava pri Turističkom vijeću TZ Kvarnera
  - ✓ izrada informacijskog sustava kvarner.org
  - ✓ 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 37 sajмова na 20 inozemnih tržišta
      - 32 sajma – opći sajmovi u sklopu štanda HTZ-a
      - 5 - samostalnih nastupa (Bern, Riga, Amsterdam, Gdansk i Fridrichshafen)
  - ✓ **45 posebnih i roadshow prezentacija**
    - München –19. – 23. 2. - sajam f.re.e. - 17 prezentacija
    - Posebna prezentacija i press konferencija Kvarnera – Berlin, ITB – 5.–9.3.
    - Posebna prezentacija i press konferencija Kvarnera – Hamburg 28.10.
    - Prezentacija Kvarnera na sajmu Alpe Adria u Ljubljani 29. 1. – 1. 2.
    - Prezentacija Kvarnera i Baške 03.4. 2014. u Ljubljani
    - Obilježavanje Dana državnosti RH u Ljubljani, 18.6.2014
    - Turistička zajednica Kvarnera na road show prezentacijama u Austriji s touroperatorom Terra Reisen – 18. – 20. 3.
    - Road show Kvarnera – FTI – 17.-20.11.
    - Prezentacija i press konferencija Kvarnera 27.3. u Rimu
    - Prezentacija u Amsterdamu, 1.–2. 3.
    - Prezentacija u Stockholmu, 6. 5.



- Presentacija u Bruxellesu 4. 6.
  - Road-show presentacija u Budimpešti, 8.–10.5.
  - Presentacija i poslovna radionica 22.1. u Moskvi
  - Presentacija i poslovna radionica 24.1. u Kijevu
  - Presentacija i poslovna radionica 19. 3. u Veleposlanstvu RH u Moskvi
  - Presentacija - London – 3.-6.11. - WTM
  - Presentacija na sajmu New York Times Travel Show 28.2. -2.3. u New Yorku
  - Presentacija-kampanja na specijaliziranim sajmovima u Francuskoj 2014
  - Presentacija Kvarnera u Beogradu – 27.2.2014.
  - Kvarnerski festival mora i pomorske tradicije Fiumare, 28.5.–4.6. u Rijeci
  - Fiumanka – 14.6. u Rijeci
  - Špancierfest – 22. – 31. 8. u Varaždinu – Kvarner regija partner
  - Presentacija „Riječka luka – budućnost naše djece“, 4.10.
  - 21. Interstas, 17. ITF`CRO, 13. KEA/EFE CRO, 5.11.-7.11. u Solinu
  - III. Međunarodni Invest forum, 6.11.-7.11. u Opatiji
  - Nacionalni Forum obiteljskog smještaja, 15.10. u Opatiji
  - „Festival istarskih tartufa“ 8.-9.11.2014., Buzet
  - Postkongresna tura „Conventa“
- 
- ✓ **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 6,7 milijuna kuna za sufinanciranje oglašavanja u suradnji s avioprijevoznicima i turoperatorima. Nadalje, odrađene su i aktivnosti nastupa na workshopovima i ciljanim prezentacijama te na svjetskom workshopu „Routes 2014.“, objavljene informacije u redovitom newsletter-u, oglašavanje, studijska putovanja novinara i agenata, sufinancirano djelovanje info punkta „Kvarner Info – Zračna luka Rijeka“
  - ✓ prihvaćeno **68 studijskih putovanja** s 537 novinara i agenta iz 30-tak zemalja
  - ✓ domaćinstvo **Buy Croatia poslovne radionice** za 120 sudionika - agenata poljskih putničkih agenata, članova udruge PIT, te **prva tematska poslovna radionica Buy Croatia za zdravstveni turizam**, za 20 agenata iz 6 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
  - ✓ odrađena ekološko-edukativna akcija **«Volim Hrvatsku»**, uključujući razne akcije i natjecanja u kojima su se kvarnerski kandidati «okitili» brojnim priznanjima i nagradama, kako na županijskoj, tako i na nacionalnoj razini, te aktivnosti senzibiliziranja domaće javnosti svih dobi na značaj turizma



### **Ostale aktivnosti TZ Kvarnera**

Tijekom desetomjesečnog razdoblja 2014. 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 2014. 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.



## 1. TURISTIČKI PROMET U RAZDOBLJU SIJEČANJ – LISTOPAD 2014.

U razdoblju siječanj-listopad 2014. godine na području Kvarnera zabilježeno je 2.199.784 dolazaka i 12.075.293 noćenja. Domaći turisti ostvarili su 229.370 dolazaka te 1.003.072 noćenja (8% ukupnih noćenja), dok su strani turisti ostvarili 1.970.414 dolazaka te 11.072.221 noćenja (92% ukupnih noćenja).

Ukupan broj dolazaka turista u razdoblju siječanj-listopad 2014. godine je za 1% manji u odnosu na prošlu godinu, domaći dolasci su manji za 5%, a dolasci stranih turista manji za 0,5%.

Ukupan broj noćenja u razdoblju siječanj-listopad 2014. godine u usporedbi s razdobljem siječanj-listopad 2013. godine je za 3% manji od prošlogodišnjih rezultata pri čemu su ostvarena noćenja domaćih gostiju za 6% manja, a strana noćenja manja za 2,5%.

Po subregijama:

- otok Krk je ostvario najveći broj noćenja, 3.817.667, što iznosi 31,62% ukupnog udjela u županijskim noćenjima Kvarnera
- otok Lošinj sa 15,43%
- otok Rab s 14,19%
- Opatijska rivijera s 13,23%
- Crikvenička rivijera s 11,34%
- otok Cres 6,51%
- rivijera Novi Vinodolski 4,51%
- Riječko područje 2,64%
- te Gorski kotar s 0,53% udjela u županijskim noćenjima u navedenom razdoblju

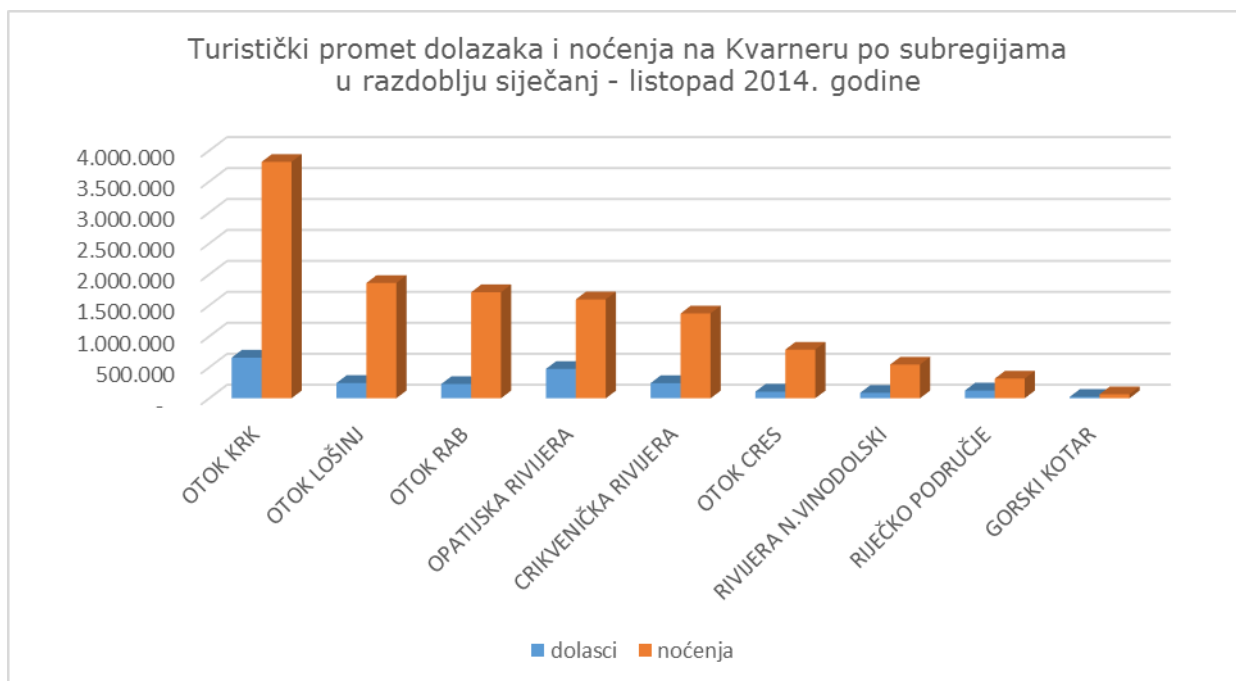
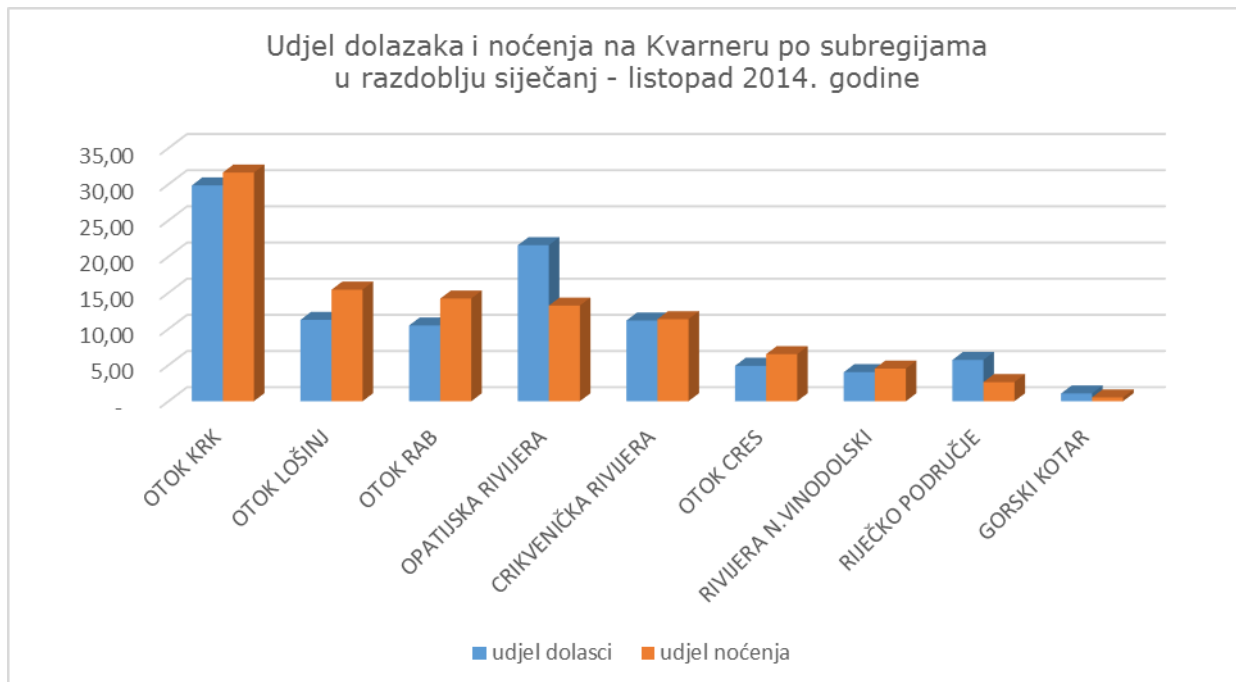
### Turistički promet na Kvarneru u razdoblju siječanj - listopad 2014. godine po subregijama

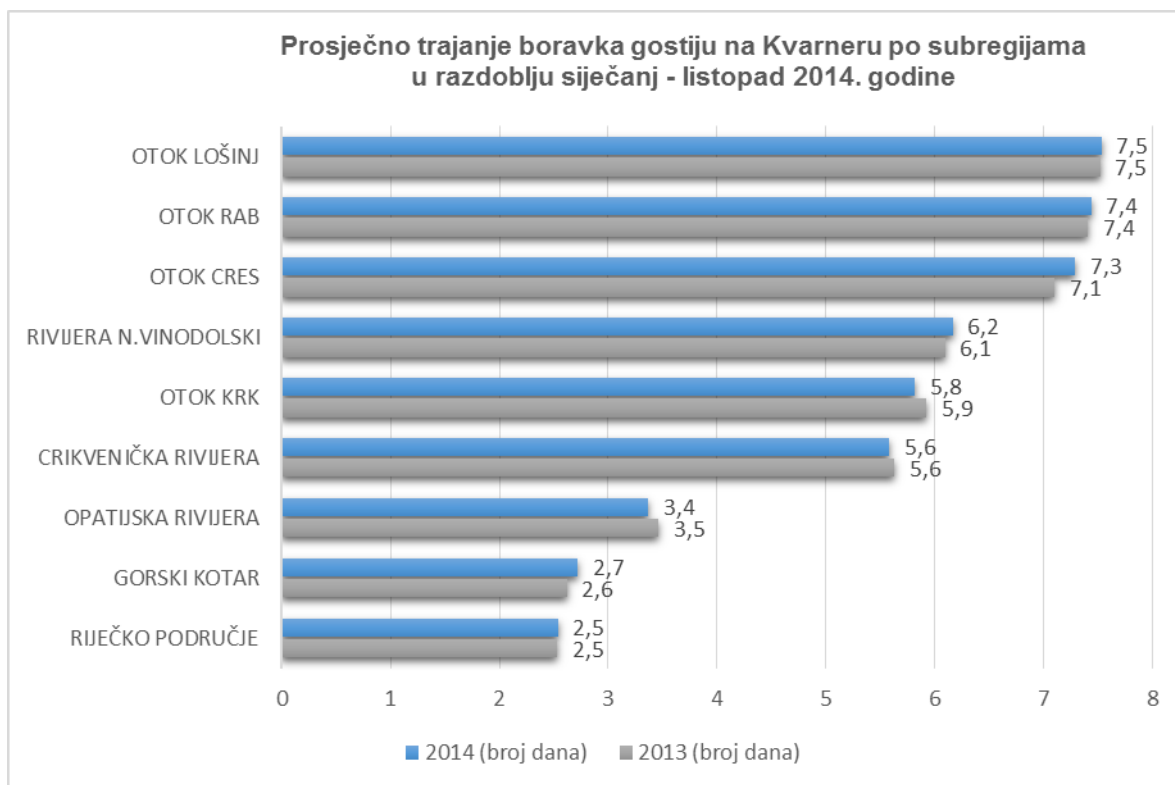
SUBREGIJA	DOLASCI I-X/2014			NOĆENJA I-X/2014		
	dolasci	UDJEL (%)	INDEKS (Ix 14/13)	noćenja	UDJEL (%)	INDEKS (Ix 14/13)
OTOK KRK	656.457	29,84	98	3.817.667	31,62	97
OTOK LOŠINJ	247.348	11,24	93	1.862.819	15,43	94
OTOK RAB	230.421	10,47	95	1.713.549	14,19	95
OPATIJSKA RIVIJERA	474.495	21,57	104	1.597.051	13,23	101
CRIKVENIČKA RIVIJERA	245.517	11,16	96	1.369.876	11,34	96
OTOK CRES	107.802	4,90	99	785.813	6,51	101
RIVIJERA N.VINODOLSKI	88.388	4,02	98	544.956	4,51	99
RIJEČKO PODRUČJE	125.731	5,72	111	319.235	2,64	112
GORSKI KOTAR	23.625	1,07	95	64.327	0,53	99
<b>PGŽ</b>	<b>2.199.784</b>	<b>100,00</b>	<b>99</b>	<b>12.075.293</b>	<b>100,00</b>	<b>97</b>

Izvor: TZ Kvarnera temeljem ankete TZ-članica



### Turistički promet na Kvarneru u razdoblju siječanj - listopad 2014. godine po subregijama



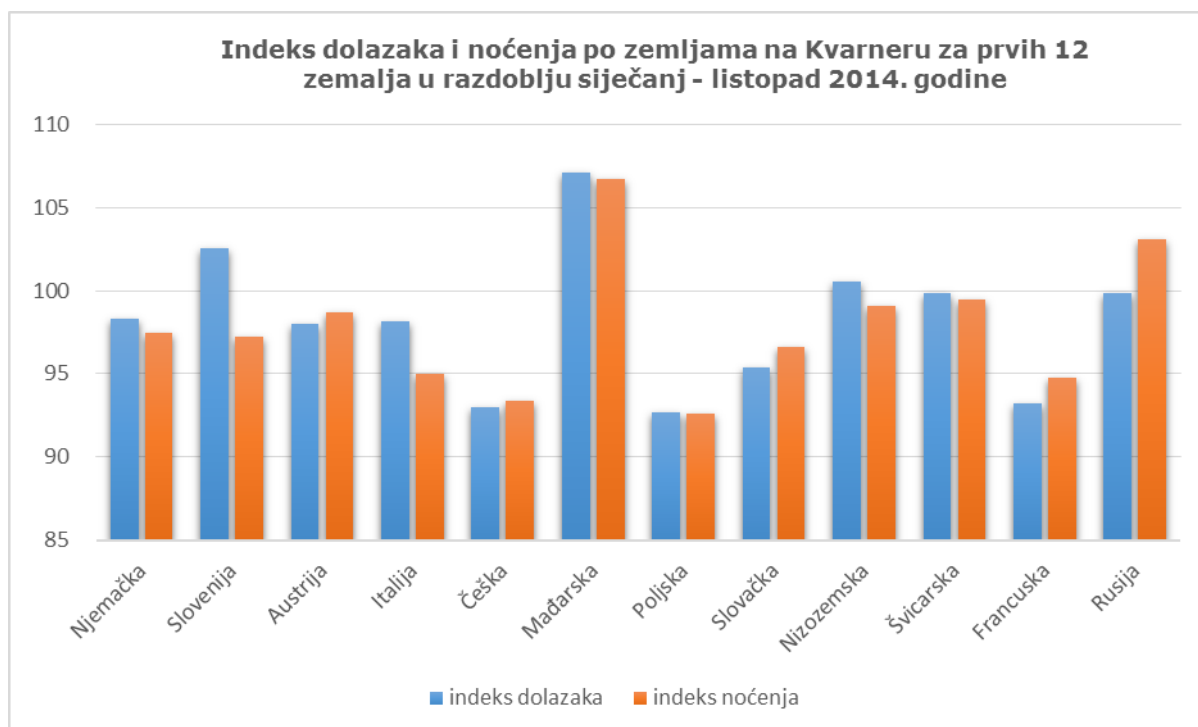


**Po tržištima:** Najveći broj inozemnih noćenja na Kvarneru u razdoblju siječanj-listopad 2014. godine ostvarili su gosti iz Njemačke 30,61% (3% manje), Slovenije 15,54% (3% manje), Austrije 11,92% (1% manje), Italije 10,00% (5% manje), Češke 5,54% (7% manje) te Mađarske 4,75% (7% više).

### Turistički promet na Kvarneru u razdoblju siječanj - listopad 2014. godine za prvih 12 emitivnih tržišta

Σ = 91,33% ino noćenja	SIJEČANJ - LISTOPAD 2014.			INDEKS 2014/2013	
	dolasci	noćenja	UDJEL noćenja(%)	dolasci	noćenja
<b>Njemačka</b>	<b>461.671</b>	<b>3.389.741</b>	<b>30,61</b>	<b>98</b>	<b>97</b>
<b>Slovenija</b>	<b>301.990</b>	<b>1.721.154</b>	<b>15,54</b>	<b>103</b>	<b>97</b>
<b>Austrija</b>	<b>246.092</b>	<b>1.319.323</b>	<b>11,92</b>	<b>98</b>	<b>99</b>
<b>Italija</b>	<b>226.122</b>	<b>1.107.703</b>	<b>10,00</b>	<b>98</b>	<b>95</b>
Češka	92.292	613.494	5,54	93	93
Mađarska	105.506	524.592	4,74	107	107
Poljska	69.654	420.431	3,80	93	93
Slovačka	61.626	384.816	3,48	95	97
Nizozemska	46.252	262.028	2,37	101	99
Švicarska	37.057	150.698	1,36	100	99
Francuska	38.256	117.963	1,07	93	95
Rusija	13.909	100.731	0,91	100	103

Izvor: TZ Kvarnera temeljem ankete TZ-članica



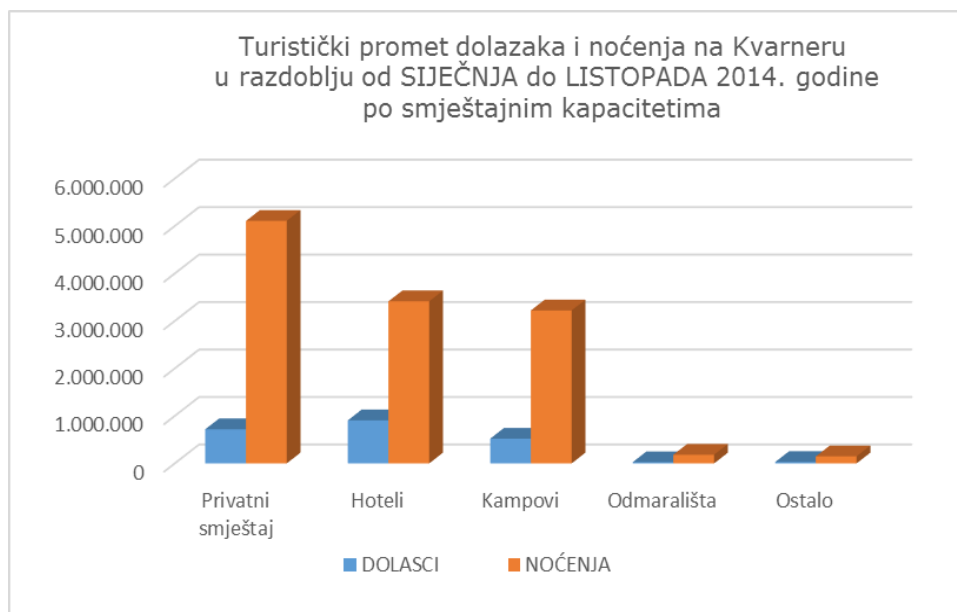


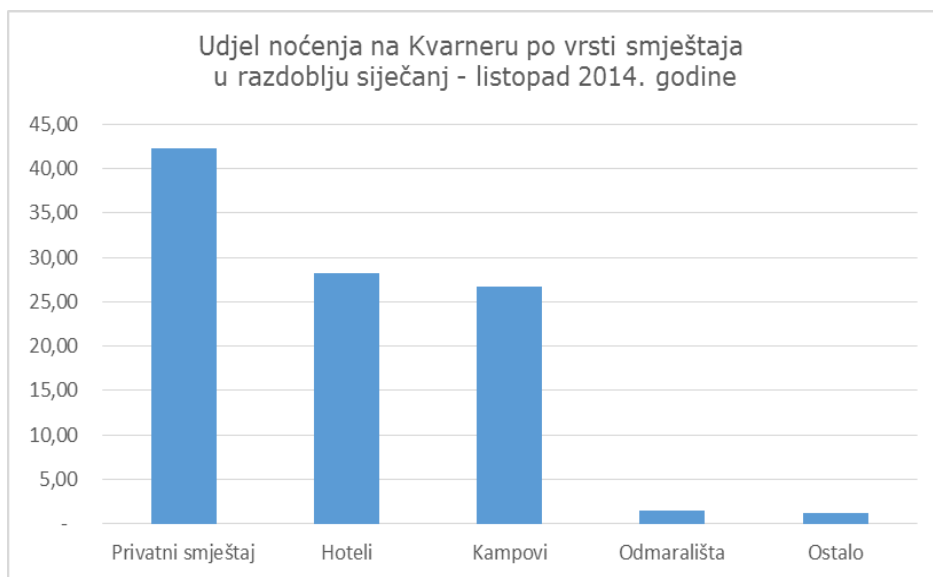
**Po smještajnim kapacitetima:** Najviše noćenja, 5.108.105 ostvareno je u privatnom smještaju (1% manje u odnosu na isto razdoblje prošle godine), zatim u hotelima 3.414.169 noćenja (4% manje), u kampovima 3.221.839 noćenja (3% manje), u odmaralištima 182.817 noćenja (26% manje) te u ostalim smještajni kapacitetima 148.363 noćenja (25% više).

### Turistički promet na Kvarneru u razdoblju siječanj - listopad 2014. godine prema vrsti smještaja

VRSTA SMJEŠTAJA	DOLASCI I-X/2014	UDJEL dolazaka	INDEKS dolazaka (Ix 14/13)	NOĆENJA I-X/2014	UDJEL noćenja	INDEKS noćenja (Ix 14/13)
Privatni smještaj	719.450	32,71	99	5.108.105	42,30	99
Hoteli	906.173	41,19	100	3.414.169	28,27	96
Kampovi	520.411	23,66	98	3.221.839	26,68	97
Odmarališta	24.781	1,13	66	182.817	1,51	74
Ostalo	28.969	1,32	136	148.363	1,23	125
<b>UKUPNO</b>	<b>2.199.784</b>	<b>100,00</b>	<b>99</b>	<b>12.075.293</b>	<b>100,00</b>	<b>97</b>

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 20 godina 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, medijma, PR agencijama, Sveučilištem u Rijeci i drugima te je član međunarodnih turističkih organizacija (Med Cruise – pridruženi član, Skål Club International) i drugima.



### I.1.2. Financijska revizija u Turističkoj zajednici Kvarnera

Državni ured za Reviziju, Područni ured Rijeka počevši od 1. listopada 2013. godine pa sve do svibnja 2014. godine, obavljao je financijsku reviziju u TZ Kvarnera za 2012. godinu. Revizija se obavljala na način i prema postupcima utvrđenim okvirom revizijskih standarda Međunarode organizacije vrhovnih revizijskih institucija i Kodeksom profesionalne etike državnih revizora. Turistička zajednica Kvarnera je u skladu s odredbama članka 13. Zakona o Državnom uredu za reviziju (NN 80/11) stavila na raspolaganje cjelokupnu dokumentaciju, isprave, izvješća, te druge evidencije i informacije radi nesmetanog obavljanja revizije.

Od osnutka turističke zajednice - od 1994. godine, bila je to deseta revizija (od HTZ-ovih, RRIIF-a, Ministarstva turizma, te Državnog ureda za reviziju) koja je obavljala preglede financijskog i računovodstvenog poslovanja, te provođenje programa rada Zajednice. Revizija Državnog ureda za reviziju 2013/2014, razlikovala se od prethodnih, jer nije samo pratila financijsko poslovanje turističke zajednice, već je i predmetom revizije bila učinkovitost turističkih zajednica. Razlog tome je izrada novog zakona o turističkim zajednicama, te je stav Revizije bio, na državnoj razini, da se utvrdi učinkovitost i svrsishodnost turističkih zajednica. Revizija je osim u TZ Kvarnera, provedena i u svim ostalim većim županijskim turističkim zajednicama u Hrvatskoj, te na području Kvarnera, u TZG Opatije, TZG Rijeke, te TZG Mali Lošinj.

Uz neke primjedbe na samu metodologiju rada, konstatirano je da se podaci o ostvarenom turističkom prometu dolazaka i noćenja s kojima raspolaže turistička zajednica razlikuju od podataka DZS-a, odnosno Instituta za turizam. Tvrdi se da bi ustrojavanje jedinstvenog informacijskog sustava trebalo omogućiti točnost i pouzdanost podataka o turističkom prometu, o uplaćenju boravišnoj pristojbi i potraživanjima za boravišnu pristojbu, o smještajnim kapacitetima te točnost i drugih podataka bitnih za izvršenje zadaća Turističke zajednice. Informacijski sustav o kojem Revizija govori, radi se za cijelu Hrvatsku, pa se Turistička zajednica Kvarnera očitovala prema reviziji da je još prethodnih godina apelirala na Hrvatsku turističku zajednicu da se izradi jedinstveni program koji bi obuhvaćao sve potrebne ulazne podatke. S jedne strane, taj sustav bi pružao vjerodostojne podatke u svakom trenutku, a s druge strane bio bi temelj za planiranje i izvještavanje. Nalaz revizije za TZ Kvarnera navodi kako se planirane aktivnosti i zadaće iz programa rada obavljaju, a učinak je izražen opisno. Naime, vezano na praćenje efekata promocije, revizija je utvrdila da se aktivnosti Turističke zajednice Kvarnera realiziraju sukladno usvojenom planu, da se ostvarivanje ciljeva i efekata prati kroz povećanje broja noćenja s određenog tržišta, na kojem je kampanja promocije odrađena (od sajamskih nastupa, prezentacija, kampanje oglašavanja, prihvata novinara i agenata iz te zemlje. Reviziji je predstavljeno da Zakonom o turističkim zajednicama nije propisan kriterij ocjenjivanja, vođenja poslova, niti način mjerenja provođenja financijskog plana. Uz to, učinci turističke djelatnosti usko su vezani i ovise o brojnim okolnostima na tržištu, od ekonomskih do političkih, na što sustav turističkih zajednica nema utjecaja.



## I. 2. TIJELA TZ KVARNERA

U razdoblju siječanj-listopad (s anticipacijom za prosinac) 2014. godine održane su:

- ✓ 3 sjednice Skupštine (25. ožujka, 16. rujna i 2. prosinca)
- ✓ 6 sjednica Turističkog vijeća (13. veljače, 25. veljače, 27. lipnja, 5. rujna, 21. listopada i 25. studenoga)
- ✓ 4 sjednice Nadzornog odbora (25. veljače, 21. kolovoza, 21. listopada, 25. studenoga)

IZBORNA SJEDNICA SKUPŠTINE TURISTIČKE ZAJEDNICE KVARNERA održana je 16. rujna 2014. godine, u Opatiji, u „Vili Kapetanović“, na kojoj su izabrani i potvrđeni članovi Skupštine, Turističkog vijeća i Nadzornog odbora TZ Kvarnera za **mandatno razdoblje 2014. – 2018. godine.**

Povjerenstva pri Turističkom vijeću TZ Kvarnera - više pod II.2.

## 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. – 30.10. info punkt „Kvarner Info Vrata Jadrana“ posjetilo je 26.395 posjetitelja, od čega su s 47% zastupljeni posjetitelji iz Njemačke, posjetitelji iz Italije s 16%, posjetitelji iz Francuske s 11%, posjetitelji iz skupine *Ostali\** s 7%, domaći posjetitelji s 6%, posjetitelji iz Engleske s 5%, posjetitelji iz Rusije i posjetitelji iz Češke/Slovačke/Mađarske/Poljske s 2% te posjetitelji iz Slovenije, Španjolske i Nizozemske s 1%. U prosjeku info punkt «Kvarner info» posjetio je 72 posjetitelja dnevno. Tijekom jedanaest mjeseci na info punktu zabilježen je posjet 504 autobusa, a ukupno je evidentirano 285 telefonskih upita.

(\*posjetitelji za koje je teško odrediti zemlju dolaska).

Ukupno su na Kvarner info punktu podijeljeno **28.023** primjerka tiskanog promo materijala:

- u izdanju Turističke zajednice Kvarnera podijeljena su ukupno **8.472** primjerka tiskanog materijala
- u izdanju Hrvatske turističke zajednice podijeljeno je ukupno **790** primjeraka tiskanog materijala
- u izdanju Turističkih zajednica članica Primorsko-goranske županije podijeljeno je **18.761** primjeraka tiskanog materijala

Postavljena je nova info karta dimenzija 5,80 x 3,00 m, a u skladu s vizualima novog vlasnika benzinske postaje (CRODUX) postavljeni su novi „frizevi“ na sve četiri strane objekta.





## II. DIZAJN VRIJEDNOSTI

### II. 1. POTPORE MANIFESTACIJAMA I PROJEKTIMA

TZ Kvarnera je temeljem Odluke Turističkog vijeća, objavila Javni poziv za kandidiranje manifestacija i projekata za dodjelu potpora iz programa "Potpore manifestacijama i projektima" u 2014. godini. Poziv je objavljen u Novom listu i na internet stranicama TZ Kvarnera 27. veljače 2014. godine. TZ Kvarnera prikupila je i obradila više od 100 kandidatura raznih podnositelja, a povjerenstvo je sačinilo prijedlog iznosa sufinanciranja, te je Turističko vijeće donijelo odluku u skladu s Financijskim planom.

### 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 kampiranja
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

RADNE SKUPINE - prema pojedinim projektima

1. Kvarner Family
  2. Kvarner Gourmet / Kvarner Food
  3. Kvarner Outdoor
  4. Kvarner Health And Wellbeing
  5. Kvarner Beaches
  6. Kvarner Culture
  7. Kvarner.org
  8. Image brošura
- suradnja s ostalim subjektima.

## II. 2.1. Kvarner.org

U realizaciju projekta Kvarner.org se krenulo 2013. godine, a tijekom 2014. godine nad lokalnim turističkim zajednicama koje su izabrane u Pilot projekt napravljena je analiza poslovanja.

TZ Kvarnera tijekom 2014. godine koristi 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.

U 2015. godini nastavit će se sa stvaranjem centralne baze znanja i uključanjem u projekt e:DMS u čijem konzorciju sudjeluju Ericsson Nikola Tesla, Institut za turizam iz Zagreba, tvrtka Multilink iz Rijeke i Fakultet za menadžment u turizmu i hotelijerstvu iz Opatije.

U planu je povezivanje sadržaja Kvarner.org sa sadržajem web stranica TZ Kvarnera s ciljem da bi se osigurala konzistentnost podataka na različitim portalima, a i olakšalo ažuriranje istih.

## 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 312 pružatelja smještaja u domaćinstvima s područja Kvarnera. Osnovni kriteriji projekta su: uređenje okoliša, ugodno opremljen interijer,

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

#### **Aktivnosti 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 312 privatnih iznajmljivača.

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

- **web katalog Kvarner Family** – TZ Kvarnera postavila je web katalog 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)

- **road show prezentacije** – TZ Kvarnera organizirala je road show prezentacije na hrvatskom, slovenskom, talijanskom, mađarskom te srpskom tržištu. (više IV. 3.)
- **sajamske prezentacije** – u okviru sajamskih nastupa TZ Kvarnera promovirala se ponuda obiteljskog smještaja s posebnim naglaskom na kapacitete s oznakom kvalitete Kvarner Family (više IV. 1.)
- **tiskovne konferencije**
- organizacija Dana otvorenih vrata Kvarner Family
- oglašavanje portala putem online oglašavanja i to preko Facebook i Google AdWords alata na sljedećim tržištima:
  - Austrija
  - Njemačka
  - Mađarska
  - Italija
  - Nizozemska
  - Poljska

i to najviše tijekom mjeseca svibnja i lipnja

- uspoređujući podatke za razdoblje siječanj-rujan 2014. s istim razdobljem u 2013. godini, vidljivo je da se korisnik duže (46,39%) zadržava na web portalu
- oglašavanje se odvijalo tijekom svibnja i lipnja, te se u srpnju i kolovozu vidi znatan porast u broju posjeta
- bilježi se porast u broju posjeta s hrvatskog i mađarskog tržišta
- 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

## **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 objavila 26. svibnja 2014. godine Javni poziv "Kvarner Family – Pet Friendly", namjenjen Kvarner Family iznajmljivačima koji pružaju uslugu smještaja gostima s kućnim ljubimcima. Temeljem Javnog poziva "Pet Friendly" brojimo 24 "Pet Friendly" iznajmljivača, Veterinarsku stanicu Rijeka, 1 "Pet Friendly" agenciju, 1 salon za uljepšavanje pasa i 1 restoran.

U tijeku je izrada i "Pet Friendly" web portala na kojem su objavljene sve korisne informacije namijenjene gostima koji žele svoj odmor provesti s kućnim ljubimcima te iznajmljivačima koji pružaju uslugu smještaja namijenjenu gostima s kućnih ljubimaca.







Također, održana je prva edukacija za vlasnike "Pet Friendly" smještaja i to u suradnji s Veterinarskom stanicom Rijeka – 02.07.2014.



## Podbrend projekta "Kvarner Family" – "Bike i 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...)

Bike Friendly i Hike Friendly – novi podbrend bio je prezentiran i na 1. nacionalnom Forumu obiteljskog smještaja održanom 15.10.2014. godine u Opatiji u Hotelu Royal a koji je okupio više od 700 sudionika.

U tijeku je Javni poziv za uključenje u projekt.

## Brošura "Kvarner Family"

**Kvarner Family 2014**

TURISTIČKA ZAJEDNICA KVARNERA  
Raznolikost je lijepa

**Opatijska rivijera**

**Desanka Juraga** 10+2  
1 apartman

Štadilke 24, Venije 811, 51200 Opatija  
+385 (0)97 718 616 / (0)97 456 5343  
robert.juraga@t-com.hr  
www.villa-sakona.com

Leto 90-100€, proljeće/jesen 50-100€, zima 50-90€

**Marija Pulic** 8+2  
kuća ca odmor

C. Venije 27, 51200 Opatija  
+385 (0)97 948 2813  
maria.pulic@gmx.de  
http://opatija-tourism.hr/hf/smjestaj/kvarner-family/

**Zvezdana Franković** 2  
1 studio apartman

Vepinaški put 11, 51200 Opatija  
+385 (0)97 718 437 / (0)97 549 237  
zvezdanafrankovic@gmail.com  
http://opatija-tourism.hr/hf/smjestaj/kvarner-family/

Leto 90-200 kn, proljeće/jesen 50 kn

**Andrej Matacin** 4+2  
1 apartman

Andrije Dragana 56, 51200 Opatija  
+385 (0)97 718 430 / (0)97 454 0000  
matac@t-com.hr  
www.opatijaholiday.com

**Legenda uz opise smještaja:**

✉ Adresa	@ E-mail adresa	💰 Cijena
☎ Telefonski broj	🌐 Web adresa	🛏 Broj kreveta
📍 Roštilj	🌡 Klima uređaj	🐾 Kućni ljubimci
📶 WiFi	🏠 korištenje okućnice	
📺 Televizor	P Parking	
🏖 Udaljenost plaže	📍 Udaljenost liječnika	🛒 Udaljenost trgovine
🚤 Udaljenost zračne luke	📍 Udaljenost od centra	

\*Sve udaljenosti iskazane su u kilometrima (km)

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

U tijeku je priprema 2. izdanja tiskanog kataloga Kvarner Family smještaja u koju će biti uključeni svi Kvarner Family kao i Pet Friendly iznajmljivači i turističke agencije, a kojeg će TZ

Kvarnera distribuirat na sajam CMT Stuttgart u siječnju 2015. na kojem Kvarner nastupa kao regija partner.

## "Kvarner Heritage"

Formiran je ekspertni tim za novu oznaku kvalitete "Kvarner Heritage, te je održan i 2. sastanak Povjerenstva "Kvarner Heritage" 19.07.2014. uz prisutstvo pomoćnika ministra Ižakovića. Zaključak Povjerenstva jest da će TZ Kvarnera pristupiti izradi brand strategije za projekt „Kvarner Heritage“.



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

Jedan od značajnih kriterija koje trebaju zadovoljiti nositelji kvalitete „KVARNER FAMILY“ je i redovito usavršavanje i permanentna edukacija. U 2013./2014. godini Turistička zajednica Kvarnera organizirala je seriju izuzetno uspješnih i dobro prihvaćenih edukativnih radionica, na području 7 subregija Kvarnera koje je pohađalo više od 650 privatnih iznajmljivača.

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.

Edukacijske teme su bile: Zaštita i prevencija tijekom turističke sezone te povećanje stupnja sigurnosti u turizmu, Prijava boravka stranaca, koga se nakon 01.07. treba prijaviti MUP-u, Novosti po izmjenama Zakona o ugostiteljskoj djelatnosti od 01.07., Način izjave prigovora za obiteljski smještaj te novosti u načinu djelovanja nakon ukidanja Državnog inspektorata i prelaska Turističke inspekcije pod Ministarstvo turizma, turizma, Mogućnosti plasmana smještajnih kapaciteta (putem turističkih agencija, web oglasnika, touroperatora, web savjetnika za putovanje, putem Kvarner family kataloga [www.kvarnerfamily.hr](http://www.kvarnerfamily.hr)), Kvarner Family – informacija o projektu i o novoj oznaci usluge „Pet Friendly“ Kako najbolje koristiti internet za privlačenje novih gostiju" , "RBA Turistički krediti" - krediti za poticanje i razvoj obiteljskog turizma.

Svi polaznici edukacijskih 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 otvoriti 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.

## Kvarner Family Agency

Još prošle godine je pokrenut podbrand „Kvarner Family Agency“ oznake kvalitete turističkim agencijama. Trenutno oznaku kvalitete nosi 19 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“.



Do konca godine još predstoji:

- ažuriranje podataka popisa nositelja oznake kvalitete "Kvarner Family" radi izrade 2. tiskanog izdanja brošure "Kvarner Family"
- analiza posjećenosti web portala [www.kvarnerfamily.hr](http://www.kvarnerfamily.hr) i prijedlog unapređenja ovog kanala promocije
- redovito obavještanje Kvarner Family iznajmljivači o novostima, javnim pozivima Ministarstva turizma,...
- najava novog kruga edukativnih radionicama i Dana otvorenih vratiju obiteljskog smještaja
- u tijeku je i unapređenje **portala** "Kvarner Family" **odnosno "Pet Friendly" podportala** kao i izrada facebook profila Kvarner Family

## ⇒ Nacionalni Forum obiteljskog smještaja, 15.10. u Opatiji



Prvi nacionalni Forum obiteljskog smještaja bio je namijenjen pružateljima usluga u domaćinstvu iz cijele Hrvatske, a organiziran je od strane Zajednice obiteljskog smještaja pri Hrvatskog gospodarskoj komori, uz pokroviteljstvo Ministarstva turizma RH i Grada Opatije te podršku i partnerstvo Hrvatske turističke zajednice, Milenij hotela, Turističke zajednice Grada Opatije i Turističke zajednice Kvarnera. Prvi nacionalni Forum obiteljskog smještaja bio je održan 15.10.2014. u Opatiji u novoootvorenom hotelu Royal, dan uoči „Dana hrvatskog turizma“ (16.10.-17.10.). Prvi nacionalni Forum obiteljskog smještaja uz brojne čelnike ključnih institucija, iznajmljivača i

predstavnika turističkih zajednica u ulozi predavača, okupio je i oko 700 sudionika. Uz održanu prezentaciju direktorice dr. sc. Irene Peršić Živadinov na temu „Kvarner Family – nekad i danas“, Turistička zajednica Kvarnera predstavila se i sa svojim promotivnim materijalima te informatorom koji je svim zainteresiranim davao dodatne informacije.

## II. 2.2.2. Kvarner Gourmet i Kvarner Food

Turistička zajednica Kvarnera je u 2014. 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.



Nakon javnog poziva TZ Kvarnera (objavljenog u dnevniku *Novi list*, 2013. godine), gospodin Darko Baretić, predstavnik povjerenstva vrsni kvarnerski gastro i eno znalac, obišao je i ocijenio prijavljene ugostiteljske objekte, temeljem čega je **oznaku kvalitete za 2014. dobilo:**

- 10 restorana kvalitete Gourmet
- 57 restorana za oznaku kvalitete Food

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

### Promidžbene aktivnosti:

Tijekom promidžbene kampanje za sezonu 2014. TZ Kvarnera je u sklopu serije prezentacija na domaćem i inozemnim tržištima predstavila projekt *Kvarner Gourmet & Food 2014.*, 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.)

**PR aktivnosti** – više III.2.3.

**Studijska putovanja novinara i agenata** – više IV. 2.

Većina studijskih putovanja realiziranih na Kvarneru upoznata je s projektom Kvarner Gourmet & Food.





**Kvarner  
Gourmet & Food**  
Gastro putovanje  
Kvarnerom  
2014



KVARNER  
Raznolikost je lijepa



**Kvarner  
Gourmet & Food**  
A Gastronomic Journey to  
Croatia's Best Kept Secret  
2014



KVARNER  
Diversity is beautiful



**Tematska brošura *Kvarner Gourmet & Food 2014/ Gastro putovanje Kvarnerom***

Brošura je otisnuta na 56 stranica na hrvatskom i engleskom jeziku u 20.000 primjeraka. Dostupna je na Info punktu „Kvarner Info Vrata Jadrana“, turističkim informativnim centrima turističkih zajednica diljem Kvarnera te *Kvarner Gourmet* i *Kvarner Food* restoranima, privatnom smještaju s oznakom kvalitete „Kvarner Family“ i ostalim smještajnim kapacitetima.

**Aplikacija za mobilne uređaje *Kvarner Gourmet & Food***

U 2014-toj godini TZ Kvarnera nastavlja suradnju s agencijom Mobeixplore na projektu razvoja aplikacije za mobilne uređaje. Aplikacija je dostupna u engleskoj, hrvatskoj, njemačkoj, slovenskoj, talijanskoj i ruskoj verziji i to:

**za iPhone**

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

**za Android**

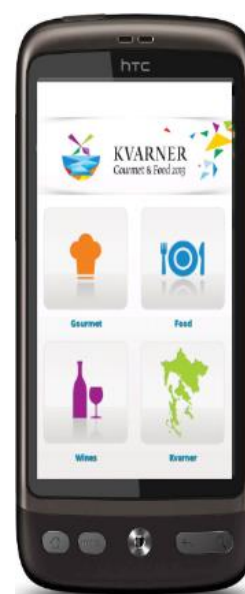
<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.mobeixplore.kvarner>

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 dostupna unatrag godinu dana i do sada ju je preuzelo 238.387 korisnika (Hrvatska 34%, Njemačka 22%, Austrija 8%, Italija 6%, te korisnici iz ostalih zemalja 30%). Rezultat u smislu broja preuzimanja je iznad očekivanog, najviše zahvaljujući tome što je u proljeće aplikacija uvrštena među Top Travel aplikacije na Getjar-ovom portalu za Android (site za mobilne aplikacije) koji prosječno na dnevnoj bazi ima ukupno oko 3 milijuna downloada.

## II. 2.2.3. Kvarner Health and Wellbeing

### 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, u 2014. godini otisnuta je tematska brošura „Zdravstveni odmor na Kvarneru“ i odrađena je zajednička promidžba i plasman proizvoda zdravstvenog turizma na međunarodno tržište.

Tako je zdravstveni turizam Kvarnera tijekom 2014. godine predstavljen na sajmovima, poslovnim radionicama, prezentacijama i press konferencijama u Ljubljani, Rimu, Münchenu, Moskvi, Kijevu, Stockholmu, kao i na brojnim turističkim sajmovima diljem Evrope. Također, na domaćem tržištu održane su brojne prezentacije na temu zdravstvenog turizma, kao što je bilo sudjelovanje na Forumu zdravstvenog turizma u Crikvenici, Balkan Spa Summitu u Tuhelju, HTI konferenciji zdravstvenog turizma u Splitu. Posebno je važna bila organizacija prve tematske radionice Buy Croatia (25. – 28.9.2014.) u suradnji s HTZ-om i to na temu zdravstvenog turizma na Kvarneru, kojoj je prisustvovalo 20 agenata iz 6 zemalja.

Najznačajniji iskorak na tržište Švedske: TZ Kvarnera i nekoliko specijalnih bolnica, lječilišta i klinika sudjelovali su u Stockholmu od 8. i 9. svibnja na tematskoj konferenciji pod nazivom STOCKHOLM MEDICAL TOURISM CONFERENCE na temu PATIENT MOBILITY – FROM SWEDEN TO EU AND BEYOND. Konferenciji je prethodila press konferencija i prezentacija Kvarnera za medije i agente organizirana 6. svibnja u Veleposlanstvu RH u Stockholmu.



Nastavno na projekt Turističke zajednice Kvarnera Kvarner Health&Wellbeing, te Strategije razvoja zdravstvene industrije Primorsko-goranske županije od 2013. do 2020. godine, odlukom župana Primorsko-goranske županije pokrenuto je osnivanje Klastera zdravstvenog turizma Kvarnera, te je Primorsko-goranska županije uputila poziv dosadašnjim sudionicima projekta Kvarner Health & Wellbeing, te drugim subjektima, za iskaz interesa za uključivanje u osnivanje udruge – klastera.

Također, Primorsko-goranska županija putem Upravnog odjela za zdravstvo i Upravnog odjela za turizam, poduzetništvo i ruralni razvoj koordinirala je inicijativu osnivanja klastera. Odlukom župana osnovano je povjerenstva za provedbu projekta „Osnivanje Klastera zdravstvenog turizma Kvarnera“, i to u sljedećem sastavu:

1. Prof.dr.sc. Viktor Peršić, voditelj Povjerenstva
2. Dr.sc. Irena Peršić-Živadinov, članica Povjerenstva
3. Doc.dr.sc. Vladimir Mozetič, član Povjerenstva
4. Red.prof.dr.sc. Milena Peršić, članica Povjerenstva
5. Prof.dr.sc. Tomislav Rukavina, član Povjerenstva
6. Slavica Bakić, članica Povjerenstva

Osnivačka skupština Klastera zdravstvenog turizma Kvarnera održana je u Opatiji 19. studenoga 2014. godine, a osnivači su 22 institucije / tvrtke koje su prethodno sudjelovale u projektu Kvarner Health & Wellbeing. 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.

Također, TZ Kvarnera sudjelovala je u 2014. godini u partnerskim konzultacijama s dionicima za tematsko područje Zdravlje u organizaciji Ministarstva gospodarstva i Ministarstva turizma RH, a vezano uz dovršetak izrade Strategije pametne specijalizacije Republike Hrvatske. Tom prilikom je u Rijeci stručnjacima iz područja zdravstvene industrije direktorica TZ Kvarnera dr.sc. Irena Peršić Živadinov predstavila projekt Kvarner Health&Wellbeing. Očekuje se u 2015. godini uključivanje i primjena protokola Strategije.

Direktorica Turističke zajednice Kvarnera dr. sc. Irena Peršić Živadinov u 2014. godini imenovana je članicom 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.



#### II. 2.2.4. Kvarner Beaches

„1000 hrvatskih plaža - Jadranske morske zvijezde Kvarnera" projekt je u okviru kojeg su u rujnu 2013. godine definirano koje se plaže u Primorsko-goranskoj županiji mogu prilagoditi različitim segmentima turističke ponude. Uz ovaj projekt Ministarstva turizma kao 'pilot-regija' uključila se Primorsko-goranska županija, zajedno s Fakultetom za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu iz Opatije čiji je tim izvršio anketiranje i istraživanje kako bi se definiralo kako najbolje iskoristiti plažne resurse Kvarnera. Također, potporu je dala i TZ Kvarnera, naglašavajući važnost projekta koji će doprinijeti turističkom razvoju Kvarnera. Svrha projekta je razvoj i korištenje plaža kao resursa s puno posebnosti. Planira se tematiziranje plaža organiziranjem posebnih plaža za djecu, za mlade, za sport i rekreaciju, za osobe s invaliditetom, za starije osobe, za kućne ljubimce i druge.

#### II. 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. TZ Kvarnera sudjelovala je u pripremnim konzultacijama vezanim uz kandidaturu Grada Rijeke za Europsku prijestolnicu kulture 2020. godine, te u svojim prezentacijama u inozemstvu isticala potencijal Rijeke kao Evropske prijestolnice kulture. U sklopu toga TZ Kvarnera podržala je inicijativu, odnosno izradu zajednička ulaznica za muzeje / ustanove u kulturi Grada Rijeke i Županije. Također, TZ Kvarnera sudjelovala je u partnerskim konzultacijama za tematsko područje *Kultura i turizam* vezano uz dovršetak izrade Strategije pametne specijalizacije Republike Hrvatske, u organizaciji Ministarstva gospodarstva i Ministarstva turizma RH, te se očekuje primjena protkola Strategije u 2015. godini.

## II. 2.2.6. Kvarner Outdoor

Turistička zajednica Kvarnera je početkom 2014. godine pokrenula projekt „Kvarner Outdoor“, koji primarno obuhvaća segmente biciklizma i pješaćenja, a namijenjen je:

- individualnim gostima koji žele obići Kvarner biciklom ili pješaćenjem
- agencijama i hotelskim kućama koje mogu kreirati paket aranžmane i/ili dodatnu ponudu

S obzirom da regija Kvarner, u svojoj raznolikosti, raspolaže nizom staza koje nisu razvrstane za različite biciklističke ili pješaćke segmente, projektu se pristupilo na način da se ponuda prilagodi raznim tržišnim nišama, pa su se biciklizam i pješaćenje podijelili u tri osnovna segmenta i to:



### KVARNER BIKING TRAILS - biciklističke staze tri segmenta:

- **Cestovni biciklizam** (asfaltirane županijske i državne ceste sa manjim intenzitetom prometa)
- **Trekking biciklizam** (asfaltirane biciklističke staze, dobro uređene makadamske biciklističke staze)
- **Brdski biciklizam** / mountain bike (šumski kolnici, neravne podloge)

### KVARNER HIKING TRAILS - pješaćke staze tri segmenta:

- **Šetnice ravnog profila sa blagim usponima** (lungomare, šetnice oko jezera i sl.)
- **Planinarske staze i putevi** (staze i putevi označeni planinarskim markacijama, sa većim visinskim razlikama, sa strmijim usponima)
- **Tematske, poučne staze** (označene pješaćke rute sa postavljenim interpretacijskim pločama i tematskim atrakcijama na ruti)

#### Cilj projekta je:

- utvrditi pravce kretanja i za biciklizam i za pješaćenje (po sva tri segmenta)
- povezati subregije na Kvarneru, vodeći računa o prilazima iz susjednih županija ili države
- pravce kretanja utvrditi na način da se prolazi pokraj urbanih središta gdje gost može noćiti, te prvenstveno koristiti postojeću infrastrukturu;
- obići sve staze i snimiti stvarno stanje na terenu u odnosu na definirano;
- upisati sve koordinate, kategoriju staze, podlogu, prohodnost, dužinu staze, visinsku razliku
- detektirati eventualne dijelove puteva koje je potrebno sanirati;



- definirati točke/raskrižja na koje se postavlja signalizacija
- omogućiti gostu da putem oznake kvalitete „Kvarner biking trails“ ili „Kvarner hiking trails“ obiđe regiju, subregiji ili mikro lokaciju na području Kvarnera
- gostu pružiti siguran boravak u prirodi, bilo da se radi o jednodnevnim ili višednevnim izletima

Partneri u projektu su:

- turističke zajednice pojedine subregije (na području Kvarnera je prema Strateškom – marketinškom planu turizma definirano 8 subregija)
- jedinice lokalne samouprave
- komunalna društva (s kojima se na godišnjoj razini ugovara održavanje staza, odnosno održivost projekta)
- Hrvatska gorska služba spašavanja – Stanica Rijeka

Dosad učinjeno:

- oformljeni su ekspertni timovi za biciklizam i pješačenje
- definirani su osnovni pravci kretanja vodeći računa o prilazima iz susjednih županija ili države, povezivanju subregija na Kvarneru, blizini urbanih središta gdje gost može noćiti, te korištenju postojeće infrastrukture;
- izrađena su grafička rješenja za signalizaciju puteva;
- održane su prezentacije projekta za subregije na području Kvarnera;
- odrađen je obilazak jedne subregije – Crikveničko – Vinodolske subregije, kao regije pilot projekta, te je utvrđeno stvarno stanje na terenu
- projekt je kandidiran Ministarstvu turizma na Javni poziv za kandidiranje projekata za dodjelu bespovratnih sredstava temeljem programa Fond za razvoj turizma u 2014. godini
- raspisan je natječaj prema Kvarner Family iznajmljivačima za dodjelu oznaka kvalitete „Kvarner Bike Friendly“ i „Kvarner Hike Friendly“ (prema utvrđenim kriterijima)

Direktorica Turističke zajednice Kvarnera dr. sc. Irena Peršić Živadinov u 2014. godini imenovana je članicom Projektnog tima za praćenje provedbe razvojnog projekta Regionalni sportsko rekreacijski i turistički centar Platak, te u okviru tima sudjeluje u kreiranju outdoor ponude na Kvarneru.

## **II. 2.3. Cruising**

U 2014. 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, obrađujući se direktno brodarima, te nudeći Rijeku kao moguću luku sidrenja ili privezišta, a Kvarner kao izletničku destinaciju. Rezultat 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 najava sedam kruzera za 2015. godinu, te zasad pet kruzera u 2016. godini.

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

Tijekom 2014. 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 17. 6. 2014., kada su župan PGŽ Zlatko Komadina i direktorica TZ Kvarnera dr.sc. Irena Peršić Živadinov bili domaćini na opsežnom programu upoznavanja destinacije. Ministar je posjetio otoke Krk, Cres i Lošinj, te Opatiju. Na otoku Krku održao je koordinaciju s direktorima i predsjednicima turističkih zajednica članica, TZ Kvarnera i članovima Turističkog vijeća i Nadzornog odbora Turističke zajednice Kvarnera te predstavnicima turističkog gospodarstva. Posjetio je lokaciju budućeg vizitor centra „Kvarnerski otoci“ u Omišlju i upoznao se s

investicijom, koja će značajno doprinijeti informiranosti gostiju ne samo za otok Krk, nego i za cijeli Kvarner. Potom je na otoku Cresu, u Valunu, dodijelio prvu „Dog Friendly“ oznaku restoranu „Na moru“, kao podbrend u sklopu projekta Kvarner Gourmet & Kvarner Food. Susreo se predstavnicima tvrtke „Cresanka“ d.d. i obišao auto kamp Kovačine. Na Lošinju su ministar i delegacija u pratnji obišli Vitality Hotel Puntu i gradilište hotela Bellevue, prvog lošinjskog hotela s 5 zvjezdica, odnosno upoznali se s investicijama Jadranka hotela, jer riječ je o trenutno najvećim turističkim investicijama na otoku Lošinju.



## 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 2014. 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.

### - Informativni letak

Tradicionalno, TZ Kvarnera i PU PG izdaju letak za goste Kvarnera s informacijama na hrvatskom jeziku, engleskom, njemačkom, talijanskom i slovenskom jeziku. Letak je ažuriran sa važećim zakonskim odredbama i sadrži niz korisnih savjeta o prometnoj problematici, zaštiti osobne sigurnosti, sigurnosti imovine, a ujedno je izraz dobrodošlice i gostoprimstva, a tiskao se u nakladi od 30.000 primjeraka.

### - 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.

## III. KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI

### III. 1. ONLINE KOMUNIKACIJE

#### III. 1.1. Internet oglašavanje

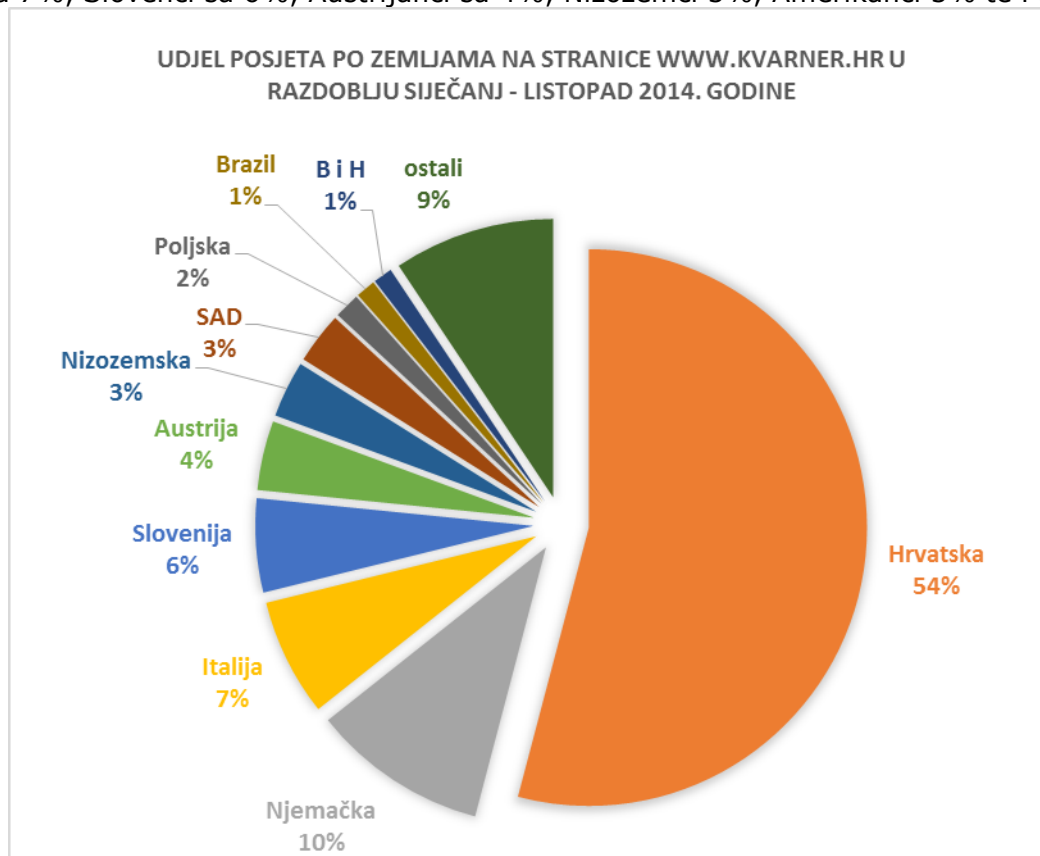
U cilju što kvalitetnije promocije regije Kvarner, TZ Kvarnera je u nastavila uspješnu suradnju s promotivnom agencijom na sveprisutnom i popularnom kanalu komunikacije na internetu i to upravo na Facebooku. Dnevno se objavljuju aktualne vijesti, brojne najave, preporuke zanimljivih događanja, galerije slika i informacije atraktivnih destinacija. Trenutno je facebook stranicu Visit Kvarner „polajkalo“ više od 6.400 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](http://www.kvarner.hr). Web portal dostupan je na hrvatskoj, engleskoj, njemačkoj i talijanskoj verziji, a za 9 jezičnih mutacija dostupne su uvodne stranice, a tijekom 2014. 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](http://www.kvarner.hr) je imao 215.753 posjeta i 172.909 posjetitelja od čega 78,5% čine posjetitelji koji su stranice posjetili prvi put, a 21,5% posjetitelja je na stranicama bilo 2 ili više puta. Najviše posjeta na web stranice ostvaruje domaće stranovništvo (54%), slijede Nijemci sa 10%, Talijani sa 7%, Slovenci sa 6%, Austrijanci sa 4%, Nizozemci 3%, Amerikanci 3% te Poljaci 2%.





### III. 1.4. „Time Out“ – mobilna aplikacija za android telefone

U 2013. godini pristupilo se izradi popularne mobilne aplikacija „Time Out“ za smartphone aparate, a u 2014. godini je aplikacija dorađena i upotpunjena s novim sadržajima. U aplikaciji se pristupilo predstavljanju subregija na Kvarneru, zatim predstavljanju projekta Kvarner Gourmet i Kvarner Food, te Kvarner Family projekta. Uz to, prema kriterijima Time Out-a (na koje nije moguće utjecati), preporučeni su najbolji hoteli, restorani, klubovi, manifestacije i sl. Aplikaciju je do konca listopada 2014. godine downloadiralo više od 40.000 korisnika iz Velike Britanije, Njemačke, Italije, Austrije, SAD-a, Hrvatske, Mađarske, Poljske, Švicarske, Švedske, Norveške...

## 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 2014. 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 kandidirane i odobrene kampanje – oko 11,5 mln kn / udjel TZ Kvarnera 695.000 kn (vlastita sredstva osigurana u planu TZ Kvarnera 2014.); udjel tvrtki oko 2,8 mln kn, lokalnih TZ-a oko 2,3 mln kn, te 5,7 mln 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 6,7 mln kn / udružena sredstva na Kvarneru (PGŽ, TZ, JLS, HGK ŽKRI, gospodarstvo, ZL Rijeka) – oko 3,35 mln kn, te 3,35 mln HTZ.** Važno je napomenuti da je za 2014. 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 31.10.2014. godine, na ZL Rijeka pristiglo je ukupno 49.804 putnika što je 27% manje u odnosu na ostvarenje u istom razdoblju 2013. godine, ali je smanjen broj rotacija za 19%.



**Realizacija ostvarenih letova i prometa u dolasku i odlasku na ZL Rijeka u 2014. godini - do 31. listopada 2014. godine**

avio prijevoznik / touroperator	Destinacija ZL Rijeka (RJK)	razdoblje letenja 2014.	broj rotacija 2013.	ostvareni dolasci do 31. LISTOPADA 2013.	broj rotacija 2014.	ostvareni dolasci do 31. LISTOPADA 2014.	ostvareni odlasci do 31. LISTOPADA 2014.	ukupna realizacija prometa 2014.	indeks u rotacijama 2014./2013.	index u dolascima 2014./2013	vrijednost oglašavanja	Sufinanciranje HTZ-a	UDRUŽUJE TZ KVARNERA
Croatia Airlines	London LHR	16.4. - 22.10.2014.	50	2.311	51	2.087	1.833	3.920	102	90	738.000,00 kn	369.000,00 kn	369.000,00 kn
Ryanair	London STN	2.7. - 28.9.2014.	44	3.494	50	3.652	4.138	7.790	114	105	3.990.000,00 kn	1.995.000,00 kn	1.995.000,00 kn
Ryanair	Stockholm NYO	7.4. - 24.10.2014.	122	8.174	116	8.106	8.251	16.357	95	99			
Ryanair* (drugačije razdoblje letenja 2013. i 2014.)	Charferoi CRL	7.7.-26.9.2014.	120	6.958	50	3.832	4.015	7.847	42	55			
Ryanair (drugačije razdoblje letenja 2013. i 2014.)	Oslo RYG	2.6. - 31.7.2014.	118	5.585	34	2.263	2.031	4.294	29	41			
Germanwings	Koln CGN	19.4. - 14.10.2014.	162	10.475	158	10.044	9.797	19.841	98	96	1.140.000,00 kn	570.000,00 kn	570.000,00 kn
Germanwings	Berlin SXF	2.7. - 12.9.2014.	44	2.786	45	2.316	2.332	4.648	102	83			
Germanwings	Stuttgart STR	4.5. - 28.9.2014.	76	4.349	59	3.217	3.332	6.549	78	74			
Germanwings	Hamburg HAM	27.4. - 19.10.2014.	0	0	65	2.895	3.187	6.082	0	0			
Germanwings	Dusseldorf DUS	8.7. - 19.8.2014.	0	0	27	929	864	1.793	0	0			
Small Planet Airlines / Novatours Litva	Vilnius	20.6. - 12.9.2014.	28	2.207	26	2.036	2.048	4.084	93	92			
Air Baltic	Riga	5.6. - 28.9.2014.	68	3.307	70	2.985	2.985	5.970	103	90	380.000,00 kn	190.000,00 kn	190.000,00 kn
Condor Airlines	Frankfurt	svibanj - rujan	40	2.475	34	2.589	2.428	5.017	85	105	0,00 kn	0,00 kn	0,00 kn
Skywork Airlines	Bern (BRN)	svibanj - listopad	62	695	50	588	550	1.138	81	85	0,00 kn	0,00 kn	0,00 kn
Norwegian Air Shuttle	Oslo	srpanj, kolovoz	16	888	16	1.002	1.053	2.055	100	113	0,00 kn	0,00 kn	0,00 kn
Danube Wings	Kosice	lipanj - rujan	24	576	22	276	304	580	92	48	0,00 kn	0,00 kn	0,00 kn
Welcome Air	Innsbruck	svibanj - rujan	36	364	16	133	136	269	44	37	0,00 kn	0,00 kn	0,00 kn
Enter Air	Goteborg		10	339	4	137	135	272	40	40	0,00 kn	0,00 kn	0,00 kn
Trade Air	SPU/DBV/OSI/ZAG		0	0	120	717	761	1.478	0	0	0,00 kn	0,00 kn	0,00 kn
Ryanair	Dusseldorf	-	120	7.410	0	0	0	0	0	0	0,00 kn	0,00 kn	0,00 kn
Ryanair	Frankfurt HHN	-	116	5.909	0	0	0	0	0	0	0,00 kn	0,00 kn	0,00 kn
<b>UKUPNO</b>			<b>1.256</b>	<b>68.302</b>	<b>1.013</b>	<b>49.804</b>	<b>50.180</b>	<b>99.984</b>	<b>81</b>	<b>73</b>	<b>6.704.000,00 kn</b>	<b>3.352.000,00 kn</b>	<b>3.352.000,00 kn</b>

TU TZ Kvarnera, priređeno prema podacima ZL Rijeka

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

- vrijednost 71.327,50 kn /udjel TZ Kvarnera 17.706,25 kn , udjel HTZ-a 57.062,00
- ukupna vrijednost 94.633,75 / udjel TZ Kvarnera 37.571,75, udjel HTZ-a 57.062,00

TZ Kvarnera na prijedlog koordinacije TZ Gorskog kotara realizirala je 3 svehrvatske bill board kampanje Gorskog kotara na 16 lokacija u trajanju od 14 dana. Prva opća kampanja „Gorski kotar – doživljaj koji ti treba“ realizirana je od 15.5. do 28.5., druga kampanja s ciljem najave i promidžbe Goranskih biciklističkih utrka realizirana je 12.6. do 25.6. sa sloganom „Gorski kotar – doživljaj koji ti treba ... na dva kotača“ a treća je realizirana 18.9. do 1.10. najavljujući gastro manifestacije Gorskog kotara sa sloganom „Gorski kotar – doživljaj OKUSA koji ti treba“.

### **Realizacija oglašavanja – marketinške kampanje**

#### **RYANAIR**

##### **Realizacija oglašavanja**

Oglašavanje destinacije u sklopu destinacijskih mrežnih podstranica na [www.ryanair.com/en/flights-to-rijeka](http://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 2014.; naklada od 100.000 primjeraka; distribuirana se najvećim hrvatskim tvrtkama, nalazi se u svim poslovnicaama 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 sajmovim

##### **Internet**

- Web banner TZ Kvarnera od konca travnja do rujna 2014. na web stranicama Croatia Airlines ([www.croatiaairlines.com](http://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 2014. godine

##### **Oglašavanje u zrakoplovima**

- **videoekrani** - emitiranje spota / telopa TZ Kvarnera od travnja do rujna 2014. 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 – SMALL PLANET**

### **Realizacija oglašavanja**

#### **Tiskovine**

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

#### **WEB**

##### **Internet stranica - obrađeno**

- Web banner TZ Kvarnera na je stranicama Novatours-a od travnja do listopada 2014.
- Web banner TZ Kvarnera na [www.novaturas.lt](http://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 2014“**

TZ Kvarnera nastupila je u razdoblju od 21-24.9.2014. godine, zajedno s Zračnom lukom Rijeka na svjetskom workshopu „Routes 2014“. 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 gospodin Tomislav Palalić, direktor ZL Rijeka održali su niz konstruktivnih sastanka, te su neki avio prijevoznici izrazili interes za letove na Zračnu luku Rijeka. Na workshopu se razmatrala 2016. i 2017. godina, jer avio kompanije dogovaraju letove najmanje godinu dana unaprijed, tako da je 2015. godina već dobrim dijelom zaključena.

### III. 2.2. Opće oglašavanje

**Model II (vlastiti media plan) – ukupna vrijednost – oko 880.000 kn / udjel TZ Kvarnera oko 440.000 kn i HTZ 440.000 kn**

TZ Kvarnera je u 2014. 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, Njemačkoj, Italiji, Nizozemskoj, Češkoj, Švicarskoj, Mađarskoj, Poljskoj, te u Danskoj, Švedskoj i Norveškoj.

Ovogodišnja Google AdWords kampanja započela je 2.5.2014. i još uvijek je u tijeku. Do 30.10.2014 zabilježeno je:

10.872.659 prikazivanja oglasa TZ Kvarnera na ciljanim tržištima, od čega se 79% odnosi na Google Display Network (Googleovu prikazivačku mrežu), a 21% na prikazivanje oglasa na tražilici Google; 40.842 kvalitetnih klikova po prosječnoj cijeni od € 0,34 po clicku; dobar prosječni indeks relevantnosti kampanje (CTR) na pretraživačkoj mreži od 0,38%. CTR na pretraživačkoj mreži je također iznadprosječan (1,74% => globalno gledajući, prosjek je 0,10%).

Uz online kampanju, TZ Kvarnera se predstavila i u tiskovinu kao što su Dnevnik i Večer u Sloveniji, Avto fokus, zatim na pumpnim stanicama Petrola u Sloveniji (u suradnji s gospodarskim subjektima), Putovanja v dvoje, u brošuri Kamping udruge Hrvatske, Mini kampovi u Hrvatskoj i Croatia's best campsites, zatim u gastronomskom vodiču Juneau Restaurants de Europe, u Time Out magazinu u Velikoj Britaniji.

### 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. 11.400 adresa) i odabranim, prvoklasnim novinarima/medijima, kako za tiskana, tako i za elektronska izdanja te društvene mreže, i to za opću turističku ponudu i za specijalizirane teme sukladno proizvodnom portfelju TZ Kvarnera:

##### **Siječanj 2014**

08.01.2014 Kaiserlicher Karneval an der Opatija-Riviera

14.01.2014 Karneval in Rijeka: buntes Maskentreiben in der „fünften Jahreszeit“

22.01.2014 Magische Rituale zu Ehren von König Karneval

##### **Veljača 2014**

11.02.2014 Schon jetzt ans Meer: Frühlingauftakt an der Opatija-Riviera

##### **Travanj 2014**

14.04.2014 Interview: Kvarner setzt auf Gourmet, Natur und Wellness

28.04.2014 Kvarner Inseln - ein Archipel zum Verlieben

##### **Svibanj 2014**

06.05.2014 Region Kvarner - Inselhopping nach Fa(e)hrplan

15.05.2014 Designhotel Bevanda - erstes Relais & Châteaux-Hotel in der kroatischen Region Kvarner Top-Journalisten

19.05.2014 Kvarner - barrierefreie Strände an der Adria

21.05.2014 Neue Billigflüge an die Adria ab Köln

21.05.2014 Neue Billigflüge an die Adria ab Hamburg

21.05.2014 Neue Billigflüge an die Adria ab Stuttgart

21.05.2014 Neue Billigflüge an die Adria ab Berlin

21.05.2014 Neue Billigflüge an die Adria ab Bern

21.05.2014 Neue Billigflüge an die Adria ab Innsbruck

21.05.2014 Neue Billigflüge an die Adria ab Frankfurt

21.05.2014 Neue Billigflüge an die Adria ab Düsseldorf

22.05.2014 Losinj - Luft holen und gesund werden

##### **Lipanj 2014**

02.06.2014 Kvarner - Gesundheit aus Tradition

10.06.2014 Crikvenica - gesunder Geist im gesunden Körper

16.06.2014 Wellness in Opatija: Sommerfrische mit Nachhaltigkeit

24.06.2014 Stylisher Genusswelt im historischen Kaiserbad

Onlinemedien, Reiseblogs

30.06.2014 Insel Losinj: Zaubergarten der Kräuter und Aromen

##### **Srpanj 2014**

07.07.2014 Region Kvarner: Urlaubsparadies für Vierbeiner

14.07.2014 Region Kvarner Kuraufenthalt im Inselparadies Losinj

23.07.2014 Gratis WLAN: gut vernetzt in der Region Kvarner

##### **Kolovoz 2014**

05.08.2014 Balkonfest auf Mali Losinj: Musik über den Köpfen der Zuschauer

11.08.2014 Kvarner Festival: Musikgenüsse an der Opatija-Riviera

19.08.2014 Herbst-Highlights: Kultur und Sport in der Region Kvarner

27.08.2014 Olivenfest, Calamari-Tage, Kürbisfestival – Gourmetherbst in der Region Kvarner

##### **Rujan 2014**

02.09.2014 Region Kvarner: Meeresschätze für Feinschmecker

10.09.2014 Kochevent in Rijeka - alles Tintenfisch und Feige

18.09.2014 Kvarner - Kastanien aus dem Feuer holen

##### **Listopad 2014**

22.10.2014 Schokoladefest - Ein Festival zum Dahinschmelzen

**Grupno putovanje novinara 27.4. - 01. 5.2014 – 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)

Ime	Medij	Boravak
Volker Feuerstein	Fuldaer Zeitung	Hotel Milenij/Hotel Bevanda/"Gastro svijet"/Mali Lošinj, Hotel Aurora/"Veli žal"/ hotel Imperial/Konoba "Rab" /Vagabundina koliba/Hotel Marina, Selce/ "Domino"
Wiebke Fey	Frankfurter Neue Presse	
Antonia Kasperek	Westdeutsche Zeitung, Stuttgarter Zeitung	
Reinholde Christiansen	Schleswig-Holstein am Sonntag	
Steffen Klameth	Sächsische Zeitung	
Claudia Diemar	Freelance; schreibt für Auto & Reise, Badische Zeitung, Berliner Zeitung, FAZ Sonntagszeitung, NZZ, NZZ Sonntagszeitung, Sonntag aktuell, Rheinischer Merkur, Die Welt	
Siegfried Tesche	Hörberichte für ARD/NDR Sender, Die Welt, Hannoverische Allgemeine	
Katharina Büttel	freie Journalistin: schreibt für Freie Presse, Die Presse, Märkische Oderzeitung, NZZ, Straubinger Tagblatt, Mitteldeutsche Zeitung	
Heidrun Lange	Die Reise-Illustrierte (Online Medium)	
Bettina Louise Haase	Potsdam am Sonntag	
Florentina Welley	Freizeit Kurier	
Petr Blaha	Fotograf	

**Pojedinačna putovanja u 2014. godini – na prijedlog PR agencije za njemačko govorno područje**

Termin	Name	Medium	Boravak
26.02.2014	Franz Zoglauer	ATV	Miramar/ konoba "Istranka"
21. – 24.3.2014.	Barbara Hutter	Recherche f. Newsletter-Texte	Hotel Milenij, Hotel Aurora, "Veli žal", Hotel Bevanda, "Villa Kapetanović"
29.04.- 01.05.2014	Karin Polz	Passauer Neue Presse	Hotel Malin/Imperial Rab
04.-07.05.2014	Elke Grewe	Hamburger Morgenpost	Blue Waves
18.-22.05.2014	Sylvia Nause-Meier	TV Hören und Sehen	Hoteli Baška/Imperial Rab
19.-24.05.2014	Eveline Krabec	Nürnberger Nachrichten	Hotel Aurora/ Hotel Marina, Krk
27.05.- 03.06.2014	Daniela Schetar	DuMont Bildatlas	Kvarner Palace/Imperial Rab/Hoteli Baška/Hotel Aurora

27.05.- 03.06.2014	Friedrich Koethe	DuMont Bildatlas	Kvarner Palace/Imperial Rab/Hoteli Baška/Hotel Aurora
27.05.- 05.06.2014	Frank Heuer	DuMont Bildatlas	Tramuntana, Cres/Hotel Aurora, Hotel Marina, Krk
20.-22.06.2014	Severin Corti	Standard	Villa Kapetanović / Draga di Lovrana
15.-19.07.2014	Heinz Grötschnig	Heinz Grötschnig	Villa Kapetanović/"Na kantunu"/"Johnson"
28.-31.07.2014	Maike Doege	Freie Journalistin	Hotel Kvarner/ Canitetta Sv. Jakov/ „Na kantunu"/Bevanda/ Villa Kapetanović
08.-11.09.2014	Frank Heuer	DuMont Bildatlas	Hotel Bonavia/ Hotel Imperial
05.10.2014	Heinz Grötschnig	Heinz Grötschnig	Villa Kapetanović
04.-09.11.2014	Karin Hauenstein	Kvarner Magazin	Vlastita organizacija
16.-19.01.2015	Barbara Hutter	Recherche f. Newsletter-Texte	Hotel Milenij, Hotel Aurora, „Veli žal“, Hotel Bevanda, „Villa Kapetanović“

**Ukupno je prihvaćeno 26 novinara posredstvom PR agencije.**

### **Posebne PR aktivnosti 2014. / 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). Također, regija Kvarner prezentirana je na godišnjem sastanku Food Editors Club u Orvietu. (Udruženje njemačkih Gourmet-novinarica čiji je član dr. Neuhuber). 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.

**22.10.2014:** Susret u uredu sa **Barbara Hutter** radi dogovora za daljnje PR aktivnosti za regiju Kvarner (koja su težišta i tematske strategije za 2015.)

**26.11.2014:** Susret u uredu sa top-novinarom **Michael Petsch** (Tageszeitung Märkischer Markt) i fotografom **Gerd Krauskopf** (redakcijske pripreme interesantnih tema iz regije Kvarnera)

#### a) **Posebna lobiranja i podržak**

Sa velikim angažmanom A.R.T. RedaktionsTeam podržao je izradu posebnih izdanja ADAC-a i GEO. Posebice kod odgovaranja na pojedinačna pitanja je A.R.T. bio kompetentan sugovornik.

Na sličan način A.R.T. je podržao rad fotografa Frank Heuer i autorski tim Schetar/Koethe prilikom realizacije novog DUMONT atlasa.

#### b) **Lobiranje na ITB u Berlinu od 5. do 9. 3. 2014:**

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 na lokaciji Prenzlauer

Berg kao i tijekom press-konferencije tijekom ITB-a i na taj način predstavljena je izabranom krugu novinara. 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) **CMT Messe Stuttgart (17.-25.01.2015):**

Trenutno se pripremaju odgovarajuće press-mape na temu kampiranja na Kvarner za CMT 2015.

d) **A.R.T.-prezentacijska večer u Hamburgu:**

28.10.2014. A.R.T. RedaktionsTeam je u Hamburgu organizirao press-večere i tijekom individualnih razgovora predstavila regiju Kvarner 22 top novinarima kao temu za 2015. godinu. U nastavku slijedi popis novinara:

Br.	Ime	Medij
1	Kerstin Görn	Für Sie
2	Gabriele Gugetzer	Freelance, u.a. f. Martha Stewart Living
3	Karl Lietz	Savoir Vivre
4	Marie-Louise Barchfeld	Brigitte
5	Kai-Henner Menge	Essen & Trinken
6	Kiki Baron	Freelance, u.a. f. Abenteuer & Reisen, Condor Magazin, Der Feinschmecker, Geo Saison, Handelsblatt, Lufthansa Magazin, Reise & Preise, Vogue etc.
7	Gabriele Ricke	Laura
8	Ralph Quinke	Spiegel-TV
9	Gerd Wolfgang Sievers	ÖGZ
10	Volker Eggers	Bild der Frau
11	Sabine Zarling	Freie Journalistin und Kochbuchautorin
12	Michael Schabacker	Kulinariker
13	Elke Grewe	Hamburger Morgenpost
14	Anja Haegele	Freelance, u.a. f. Rhein-Neckar-Zeitung, Die Zeit
15	Larissa Kopp	Die Welt, Hamburger Abendblatt
16	Joerg Lehmann	Fotograf
17	Christine Golli	Für Sie Kochstudio
18	Nadine Uhe	Deli
19	Anna Ort-Gottwald	Brigitte
20	Holger Jacobs	Chefredakteur FVW Mediengruppe
21	Thomas Weiß	Axel Springer Verlag
22	Petra Heimann	Freelance-Journalistin im Bereich Kulinarik und Familienmedien

e) **Dodatne reportaže**

ZU PR aktivnosti za Adria-Relax-Resort Miramar, novootvoreni Hotel Kvarner Palace, Designhotel Bevanda i Villu Astra 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.

f) **Nova ART-Press-Web stranica odn. novi Newsletter sistem:**

Tijekom godine web stranica A.R.T. RedaktionsTeam ([www.art-redaktionsteam.at](http://www.art-redaktionsteam.at)) redizajnirana je grafički, tekstualno i slikovno na nov način. Web stranica prilagođena je potrebama novinara i na tom području je



sada bez premca na njemačko govornom području. Posebice za regiju Kvarner nova struktura web stranice nudi korisniku-novinaru mnoštvo tekstova i slikovnog materijala na izuzetno pregledan način (vidi: <http://www.art-redaktionsteam.at/kundenliste/kvarner>).

Sistem Newslettera je također renoviran.  
Primjer pojedinačnog Newslettera:



Zum kostenlosen Download klicken Sie bitte auf das Bild.

### Ein Festival zum Dahinschmelzen

Auch wenn es draußen frühstelt, wird es den Leckermäulern und Süßschnäbeln warm ums Herz – beim Schokoladenfestival In Opatija am ersten Dezemberwochenende.

Sie liegt direkt an der salzigen Adria und ist doch drei Tage lang die süßeste Stadt im Kvarner – die alte Kurstadt Opatija zeigt sich von 5. bis 7. Dezember von ihrer Schokoladenseite. Wer an diesem Wochenende durch die hübschen Gassen bummelt, entdeckt die besten kroatischen, aber auch internationalen Marken dieser zänschmelzenden Leckerei sowie kleine, ausgesuchte Konditorbetriebe, die sich auf Süßes mit oder aus Schokolade spezialisiert haben. Herz des Festivals ist die große Freilichtbühne im Zentrum der Stadt, wo jeder Hersteller die besten Produkte seines Angebots präsentieren – und auch verkaufen – kann.

Doch auch in Opatijas Hotels und Restaurants, in Kunstgalerien und Ausstellungspavillons, in Museen und Schulen geht es süß her. Da wird musiziert, verkostet, bewundert und betrachtet, ausprobiert und gelernt, natürlich rund um die kostbare Kakaobohne. Und schließlich – die imperiale Tradition verpflichtet – zaubern die Konditoren mit vereinten Kräften eine riesige „Kaisertorte“. Tipp und Besonderheit am Rande: der Nebenevent „Opatija Paradox“. Hier werden gemeinsam mit Experten und unter fachkundigen Erklärungen unterschiedliche Geschmacksrichtungen von Schokolade mit Spitzenweinen aus der Region kombiniert. Verführung pur.

**INFORMATIONEN:**

Tourismusverband Kvarner HR - 51410 Opatija, N. Tisla 2,  
Tel. +385 (0)51 / 272 955, Fax +385 (0)51 / 272 000, [info@kvarner.hr](mailto:info@kvarner.hr), [www.kvarner.hr](http://www.kvarner.hr)

Touristisches Informationszentrum „Kvarner Info - Das Tor der Adria“  
Tel. +385 (0)51 / 523 333 oder 525 005, [info@kvarner.hr](mailto:info@kvarner.hr)

Für Fragen und Anregungen stehe ich Ihnen gerne telefonisch unter 0043 (0) 662 / 822 127 - 16 oder per Mail unter [m.pilzner@artmail.at](mailto:m.pilzner@artmail.at) zur Verfügung.

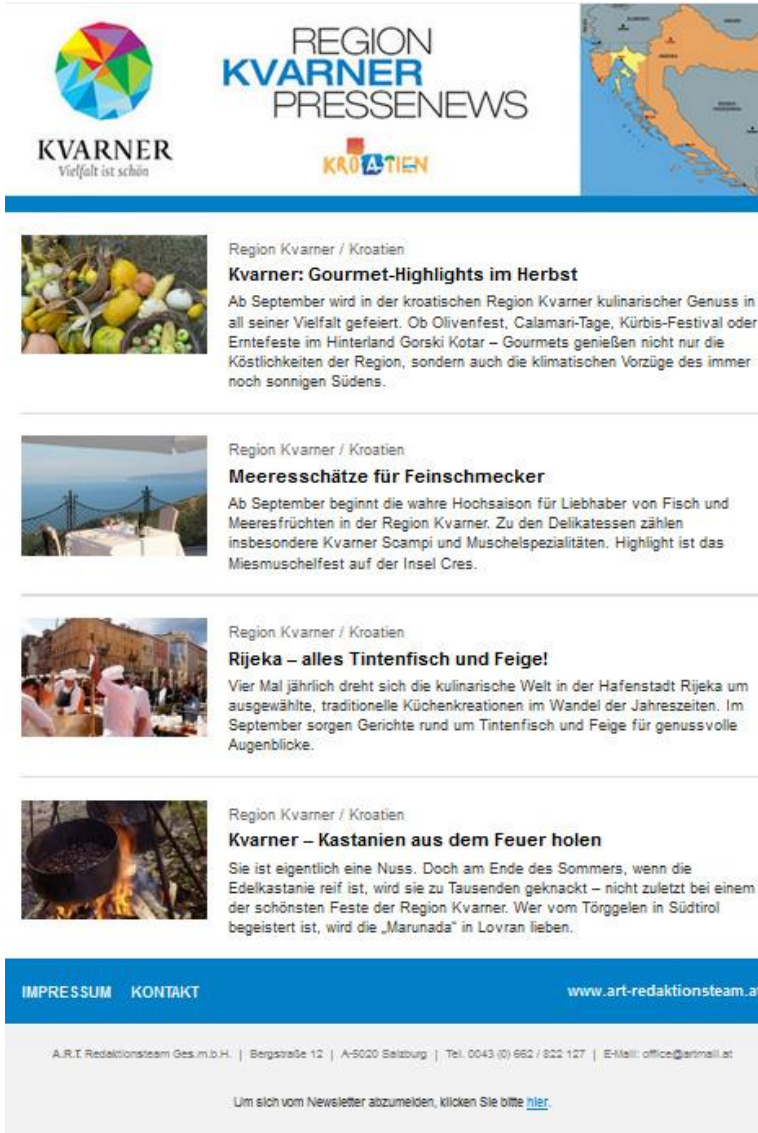
Herzliche Grüße  
Michaela Pilzner  
A.R.T. Redaktions Team

IMPRESUM KONTAKT [www.art-redaktionsteam.at](http://www.art-redaktionsteam.at)

A.R.T. Redaktionsteam Ges.m.b.H. | Bergstraße 12 | A-3020 Salzburg | Tel. 0043 (0) 662 / 822 127 | E-Mail: [office@artmail.at](mailto:office@artmail.at)

Um sich vom Newsletter abzumelden, klicken Sie bitte [hier](#).

Primjer skupnog Newslettera:



The screenshot shows a newsletter layout for the Kvarner region in Croatia. At the top, there is a header with the Kvarner logo (a colorful geometric shape) and the text "KVARNER Vielfalt ist schön". To the right, it says "REGION KVARNER PRESSENEWS" and "KROATIEN" with a small Croatian flag. A map of Croatia is also visible. Below the header, there are four articles, each with a small image and a title:

- Kvarner: Gourmet-Highlights im Herbst**  
Ab September wird in der kroatischen Region Kvarner kulinarischer Genuss in all seiner Vielfalt gefeiert. Ob Olivenfest, Calamari-Tage, Kürbis-Festival oder Erntefeste im Hinterland Gorski Kotar – Gourmets genießen nicht nur die Köstlichkeiten der Region, sondern auch die klimatischen Vorzüge des immer noch sonnigen Südens.
- Meeresschätze für Feinschmecker**  
Ab September beginnt die wahre Hochsaison für Liebhaber von Fisch und Meeresfrüchten in der Region Kvarner. Zu den Delikatessen zählen insbesondere Kvarner Scampi und Muschelspezialitäten. Highlight ist das Miesmuschelfest auf der Insel Cres.
- Rijeka – alles Tintenfisch und Feige!**  
Vier Mal jährlich dreht sich die kulinarische Welt in der Hafenstadt Rijeka um ausgewählte, traditionelle Küchenkreationen im Wandel der Jahreszeiten. Im September sorgen Gerichte rund um Tintenfisch und Feige für genussvolle Augenblicke.
- Kvarner – Kastanien aus dem Feuer holen**  
Sie ist eigentlich eine Nuss. Doch am Ende des Sommers, wenn die Edelkastanie reif ist, wird sie zu Tausenden geknackt – nicht zuletzt bei einem der schönsten Feste der Region Kvarner. Wer vom Törggelen in Südtirol begeistert ist, wird die „Marunada“ in Lovran lieben.

At the bottom of the newsletter, there is a blue bar with "IMPRESSUM KONTAKT" and the website "www.art-redaktionsteam.at". Below that, contact information for A.R.T. Redaktionssteam Ges.m.b.H. is provided, including address, phone, and email. A link to unsubscribe is also present.

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

TZ Kvarnera treću 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 siječnju obrađena tema zdravstvenog turizma, nakon što je TZ kvarnera izdala brošuru, „LAUNCHES NEW HEALTH TOURISM GUIDE“, zatim predstavljani su festivali na Kvarneru „MUSIC ABOUNDS IN THE KVARNER REGION OF CROATIA - YET ANOTHER OF HER BEST KEPT SECRETS....?“, zatim informacije o mogućim kulturnim turama po Kvarneru i dr.

Za istaknuti je animacija, dovođenje i obrada inspeksijskog studijskog putovanja agenata jedne od najvećih svjetskih putničkih agencija Thomas Cook iz Velike Britanije, realizirano i s touroperatorom Prestige Holidays, a s ciljem upoznavanja kapaciteta i proizvoda Kvarner Gourmet & Food, Kvarner Outdoor.

### **III. 2.4. Brošure i info materijali**

#### **III. 2.4.1. Image info brošura Kvarnera / Kvarner Info – Iz dana u dan**

Kalendar događanja „Otkrij Kvarner 2015“ tiskan je zbog izuzetnog interesa u 2 izdanja (svibanj/srpanj) u nakladi od 70.000 primjeraka i 30.000 komada 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. 2.4.2. Outdoor brošura**

Vidi II. 2.2.6.

#### **III. 2.4.3. Kvarner Gourmet i Kvarner Food 2014.**

Nakon što je u 2013. godini otisnuto prvo izdavanje tematske brošure „Kvarner Gourmet i Kvarner Food“ u dvije jezične mutacije i 20.000 primjeraka, u skladu s rezultatima obilaska prijavljenih ugostiteljskih objekata za oznaku kvalitete Kvarner Gourmet i Kvarner Food za 2014. (više II. 2.2.2.) otisnuto je novo redizajnirano izdanje za 2014. godinu

#### **III. 2.4.4. Dotisak i tisak info i promo materijala**

Tijekom 2014. godine TZ Kvarner dotisnula je slijedeći tiskani promidžbeni materijal:

- Karta Kvarnera, 50.000 komada, engleski jezik
- Užitek ronjena, 4.000 komada, 3 jezika (njemački, engleski, talijanski)
- Staze i šetnice, 5.000 komada, 4 jezika (njemački, engleski, talijanski, hrvatski)
- Kamping, 7.000 komada 5 jezika (njemački, engleski, talijanski, hrvatski, slovenski)
- Info Gourmet razglednica Kvarnera na slovenskom jeziku - za prezentaciju TZ Kvarnera na sajmu Alpe Adria u Ljubljani i na road show prezentacijama na benzinskim pumpama Petrola (naklada 2.000 komada) – prethodno otisnuta na njemačkom i engleskom jeziku
- Info letak na temu sigurnost (veza II. 2.5.)
- Proveden je pozivni natječaj na 5 tiskara za dotisak tematskih brošura sukladno stanju na skladištima i predstojećim sajamskim i ostalim promidžbenim aktivnostima.

Novo:

- ostinuta je Zdravstvena brošura, naklada 20.000 komada, 6 jezika (njemački, engleski, talijanski, hrvatski, slovenski, ruski) (veza II. 2.2.3.)
- Cestovna i turistička karta Gorski kotar (480 x 680 mm), u ukupnoj nakladi 20.000 komada 10.000 hrvatski, 10.000 engleski
- Katalog atrakcija Gorskog kotara (I. izdanje, A4 uspravno, 32 stranice), naklada 10.000 komada, hrvatski jezik
- Katalog smještaja Gorskog kotara (I. izdanje A4 uspravno umanjeno za 5 mm, 24 stranice), naklada 10.000 komada, hrvatski jezik
- Mini image brošura Kvarnera, naklada 25.000, 8 jezika (njemački, engleski, talijanski, hrvatski, slovenski, ruski, francuski, poljski)
- 3 tematske Info razglednice za „Špancirfest“ u Varaždinu, ukupna naklada 2.000 komada

U tijeku /pred dovršetkom:

- nova image brošure Kvarnera.
- redesign Kamping brošure i ažuriranje podataka, a renovirano izdanje premijerno će se predstaviti na sajmu CMT 2015 u Stuttgartu.
- Kvarner Magazin časopis se realizira s ugovornom PR agencijom za njemačko govorno područje, A.R.T. Redaktionsteamom. Tiskat će se do konca 2014. 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 će biti predstavljen na sajmu CMT 2015 u Stuttgartu od 17. do 25.1.2015. godine.

Od ukupno 44 stranice, na 8 stranica predstaviti će 8 subregija: Opatija i opatijska rivijera, Rijeka i riječki prsten, Crikvenica i Novi Vinodolski sa zaleđem, Krk, Lošinj, Cres, Rab i Gorski kotar. TZ Kvarnera predstavlja se na jednoj stranici, 30 stranica su

redakcijske teme, a ostalo su komercijalne stranice za gospodarske subjekte s područja Kvarnera. Kvarner Magazin se dostavlja novinarima „opinion leaderima“ s ciljem jačanja i kreiranja imidža Kvarnera na turističkom tržištu, pobuđivanja interesa za objavama u njihovim matičnim publikacijama te povećanja stupnja prepoznatljivosti na njemačkom govornom području. 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.

### III. 2.4.5. Suveniri i ostali promo materijal

Tijekom 2014. godine TZ Kvarnera sukladno potrebama dala je izraditi platnene vrećice Kvarnera, vrećice lavande s logom TZ Kvarnera, pregače „Kvarner Gourmet & Food“, te razne roll-up-ove sukladno proizvodnom portfelju TZ Kvarnera.

### 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“.

- Ukupno je u vremenskom razdoblju **04.04.2014. do 26.10.2014.** Info punkt «Zračna luka Rijeka» posjetilo **18.763** posjetitelja i to po zemljama kako slijedi:
- Iz Njemačke i zemalja njemačkog govornog područja **5.601** posjetitelja, odnosno **29,85%**
  - Iz Hrvatske **4.077** posjetitelja, odnosno **21,73%**
  - Iz Skandinavije **2.668** posjetitelja odnosno **14,22%**
  - Iz Velike Britanije **1.454** posjetitelja, odnosno **7,75%**
  - Iz Litve / Latvije **1.286** posjetitelja, odnosno **6,85%**
  - Iz Belgije/Francuske **1.091** posjetitelja, odnosno **5,81%**
  - Iz Slovenije **597** posjetitelja, odnosno **3,18%**
  - Iz USA **337** posjetitelja, odnosno **1,80%**
  - Iz Švicarske **332** posjetitelja, odnosno **1,77%**
  - Iz Češke/Slovačke/Poljske **243** posjetitelja, odnosno **1,30%**
  - Iz Italije **233** posjetitelja, odnosno **1,24%**
  - Iz Španjolske **165** posjetitelja, odnosno **0,88%**
  - Iz Nizozemske **154** posjetitelja, odnosno **0,82%**
  - Iz Rusije **87** posjetitelja, odnosno **0,46%**
  - Iz Izraela **2** posjetitelja, odnosno **0,01%**
  - Ostali, **436** posjetitelja, odnosno **2,32%**
- U prosjeku, «Info punkt Zračna luka Rijeka» posjetilo je **91** posjetitelj dnevno

### 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 sudjelovala na **37 sajмова, na 20 inozemnih i domaćem tržištu**, od toga:

- 32 sajma - u sklopu štanda HTZ-a
- 5 sajмова - samostalni nastupi (Bern, Riga, Amsterdam, Gdansk i Fridrichshafen).

**Bern - 10.-13.1. - Ferienmesse** - nastup Kvarnera na dodatnom štandu u sklopu štanda HTZ. Štand Kvarnera bio je jako dobro posjećen s velikim interesom za našu destinaciju, osobito za prirodnu baštinu, biciklističke staze, kampove i hotele visoke kategorije, te ponudu za generaciju 50+ pod nazivom „Activplus“. Posebno je promovirana avio linija Skyworka-a iz Berna na ZL Rijeka.

**Riga – 7. – 9. 2. - „Balttour 2014“** - Turistička zajednica Kvarnera je, uz predstavnike TZG Novi Vinodolski, TZG Crikvenice i TZ Vinodolske općine, bila jedini predstavnik iz Hrvatske, a pokazalo se da su posjetitelji iz Rige već upoznati sa ponudom i blagodatima Kvarnera. Direktna avionska linija Air Baltica Riga – Rijeka – Riga koja povezuje ova dva grada u razdoblju od lipnja do kraja rujna 2014. godine bila je dočekan sa velikim oduševljenjem i dodatan je poticaj za dolazak i boravak gostiju iz baltičkog dijela Europe.

**Amsterdam – 1.-2.3. - “Fiets en Wandelbeurs”** - specijalizirani sajam 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.

**Gdansk - 11.-13.4. – GTT** - TZ Kvarnera nastupila je po šesti put samostalno na međunarodnom, turističkom sajmu GTT u Gdansku, a u suradnji s TZ Splitsko-dalmatinske županije, TZ Šibensko-kninske županije i TZ Dubrovačko-neretvanske županije. Tradicionalno, interes poljskih posjetitelja za ponudu Kvarnera je velik, a posebno se to odbosi na ponudu aktivnog odmora.



**Fridrichshafen – 27.-30.8. - Eurobike** - TZ Kvarnera nastupila je na najvećem europskom specijaliziranom sajmu za biciklizam u Fridrichshafenu i to na samostalnom štandu, u subotu 30.8., kada je sajam bio namijenjen širokoj publici s posebnim interesom za biciklizam i

outdoor. Štand je bio vrlo dobro posjećen, a posebno su zanimljive bile kvarnerske bike destinacije Gorski Kotar, Kvarnerski otoci, Crikveničko–vinodolska rivijera, Opatijska rivijera, Riječki prsten i druge.

Osim samostalnih nastupa, TZ Kvarnera pojačano je nastupila na sajmovima:

**Stuttgart – 11.-19.1. - sajam CMT** - TZ Kvarnera imala je nekoliko susreta s organizatorima sajma i PR službom sajma, te je napravljen inspekcijski posjet sajmu, i sklopljen ugovor o partnerstvu u 2015. godini kada Kvarner preuzima status „Regije – partner“ u kamping i karavaning sektoru sajma. Nastavno na to, već po završetku sajma 2014. godine, započele su pripreme nastupa 2015. godine

**München – 19. – 23. 2. - sajam f.re.e. – više pod IV.3.**

**Berlin – 6.-8.3. – ITB - više pod IV.3.**

**London – 3.-6.11. – WTM – više IV.3.**

## **IV. 2. STUDIJSKA PUTOVANJA NOVINARA I AGENATA TE „BUY CROATIA“ RADIONICA**

U razdoblju siječanj – listopad 2014. godine na području Kvarnera realizirano je **68** studijskih putovanja, s više od **537** sudionika (**165 novinara i 372 agenta**) iz više od **23 zemlje** (Austrija, Belgija, Češka, Danska, Francuska, Indija, Italija, Izrael, Japan, Kanada, Litva, Latvija, Estonija, Nizozemska, Njemačka, Poljska, Rusija, Ukrajina, Velika Britanija, Slovenija, Srbija, Španjolska, Švedska, + 23 zemlje članica ETC-a).

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.

### **BUY CROATIA na KVARNERU – Udruga touroperatora Poljske PIT 10.–13. svibnja 2014**

U organizaciji TZ Kvarnera i HTZ-a, u suradnji sa sustavom turističkih zajednica na Kvarneru je u razdoblju od 10. do 13. svibnja boravila grupa od 120 poljskih putničkih agenata, članova Udruge PIT, te je 10. svibnja u Opatiji održana i godišnja skupština udruženja.

Cilj ovog inspekcijsko/studijskog putovanja agenata bio je upoznavanje s regijom Kvarner, te održavanje workshop-a poljskih agenata i predstavnika gospodarstva u hotelu „4 opatijska cvijeta“ u Opatiji, kako s Kvarnera, tako i iz cijele Hrvatske, kako bi se uspostavili direktni kontakti sa turističkim subjektima. Nakon održavanja poslovne radionice sudionicima je organizirano upoznavanje s destinacijom, turističkim atrakcijama i eno-gastronomskom ponudom, koji je uključivao posjet otoku Krku, panoramskoj plovidbu Opatijskom rivijerom i

posjet Mošćeničkoj Dragi, uz bogat popratni program s raznovrsnom eno i gastro ponudom te zanimljivim folklornim izvedbama.

### **BUY CROATIA na KVARNERU – PRVA TEMATSKA POSLOVNA RADIONICA BUY CROATIA O ZDRAVSTVENOM TURIZMU - Kvarner, 25. – 28. rujna 2014.**

Turistička zajednica Kvarnera od 25. do 28. rujna 2014. godine organizirala je u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom i uz potporu sustava turističkih zajednica s područja Kvarnera (TZG Malog Lošinja, TZG Opatije i TZ Otoka Krka) i hotelske kuće „Jadranka hoteli“ s Lošinja, prvu poslovnu radionicu o zdravstvenom turizmu Kvarnera, a bila je to i prigoda za obilježavanje Svjetskog dana turizma. Ova radionica, koja je sastavni dio projekta Turističke zajednice Kvarnera pod nazivom Kvarner Health & Wellbeing, imala je za cilj edukaciju inozemnih agenata i partnera kroz četverodnevno studijsko putovanje po Kvarneru i poslovnu radionicu održanu u novoobnovljenom hotelu Bellevue na Malom Lošinju. Pet-zvezdani hotel Bellevue sa SPA i medicinskim sadržajima, nije mogao biti boljom pozornicom za obilježavanje Svjetskog dana turizma. Sudionici iz Velike Britanije, Njemačke, Italije, Rusije i Švedske, specijalizirani agenti za zdravstveni turizam, predstavnici turističkih agencija, osiguravajućih društava, medicinskih ustanova i liječničkih praksi s internacionalnim djelovanjem u smislu mobilnosti pacijenata, upoznati su s ponudom, tradicijom i raznovrsnošću zdravstvenog turizma na Kvarneru i u Hrvatskoj. Sudionici su posjetili zdravstvene ustanove i klinike na području Opatije, Rijeke, Selca, Crikvenice i otoka Lošinja i susreli se s ravnateljima, liječnicima specijalistima i managerima tih ustanova. Tom su se prilikom uvjerali u kvalitetu medicinske infrastrukture i usluga, a potom su, sljedeći dan, imali prilike na radionici postavljati konkretna pitanja i razgovarati o potencijalu buduće suradnje. Naime, kvarnerske zdravstvene ustanove, klinike, hotelijeri, turističke agencije, ponudili su inozemnim sudionicima pakete turističkih i zdravstvenih usluga, čime je zdravstveni turizam, kao jedan od najvažnijih segmenata ponude za produženje turističke sezone, ponovno istaknut kao jedna od najznačajnijih okosnica daljnjeg razvoja turizma. Na samoj radionici sudjelovalo je nekoliko drugih subjekata iz Hrvatske s ponudom zdravstvenog turizma.

Također, u prigodi održavanja radionice Buy Croatia predstavljen je se po prvi puta Klaster zdravstvenog turizma na Kvarneru u osnivanju, koji je slijed Strategije razvoja zdravstvene industrije Primorsko-goranske županije za razdoblje od 2013. do 2020. godine i projekta „Kvarner Health & Wellbeing“.



Za istaknuti je:

**ETC - Godišnji sastanak Europske turističke komisije na Kvarneru, 11. – 13. svibnja 2014.**

TZ Kvarnera je u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom, bila domaćinom održavanja 87. po redu opće skupštine članova Europske turističke komisije (ETC), održane u Opatiji od 11. do 13. svibnja, dok je radni dio skupa održan 12. svibnja, u opatijskom hotelu Milenij. Zadaća ETC-a je promocija Europe kao turističke destinacije na ostalim tržištima, te izgradnja vrijednosti turizma kroz suradnju u područjima razmjene dobrih praksi, tržišnih informacija i promocije.

Na skupu je sudjelovalo više od 30 uzvanika među kojima su bili predstavnici 23 nacionalne turističke zajednice, članica ETC-a. U ime Hrvatske turističke zajednice i ministarstva turizma, sudionike skupa su pozdravili ministar turizma gospodin Darko Lorencin, te u ime Kvarnera dr.sc. Irena Peršić Živadinov, direktorica. Skupu je nazočio gospodin Taleb Rifai, glavni tajnik Svjetske turističke organizacije pri Ujedinjenim narodima (UNWTO), najveće i najvažnije turističke organizacije u svijetu koja se kao specijalizirana agencija UN-a bavi područjem turističke i industrije putovanja. Program na Kvarneru uključivao je upoznavanje destinacije kroz razne segmente turističkih proizvoda na Kvarneru.



#### IV. 3. POSEBNE PREZENTACIJE I ROAD SHOW PREZENTACIJE

Održano je:

- **45 prezentacija i road show prezentacija**

##### Pregled po tržištima:

##### **NJEMAČKA**

⇒ **München –19. – 23. 2. - sajam f.re.e.** u 2014. godini Hrvatska je bila zemlja partner, a promocija Kvarnera priređena je kroz:

- regionalni štand Kvarnera u sklopu štanda HTZ-a s dva stručna informatora
- sudjelovanje s ponudom zdravstvenog turizma na štandu HGK, u sklopu štanda HTZ-a
- svakodnevne prezentacije - ukupno **17 prezentacija** - na tematskim binama za wellness i za outdoor proizvod te u kino dvorani namijenjenoj promidžbenim filmovima
- sudjelovanje na forumu za autobusere i poslovnoj radionici s njemačkim partnerima
- promocija nove tematske brošure „Zdravstveni turizam na Kvarneru“ i nove Image brošura Kvarnera

⇒ **Posebna prezentacija i press konferencija Kvarnera – Berlin, ITB – 5.–9.3.**

Na ovogodišnjem najvećem svjetskom turističkom sajmu u Berlinu Turistička zajednica Kvarnera predstavila se u suradnji s PR agencijom A.R.T. Redaktionsteam. U prepunoj konferencijskoj sali Berlinskog sajma održana je press-konferencija za predstavnike medija njemačkog govornog područja i ostale nazočne goste, na kojoj je direktorica TZ Kvarnera, dr.sc. Irena Peršić Živadinov predstavila Kvarner kao atraktivnu turističku destinaciju s novostima u turističkoj ponudi i podizanju kvalitete u svim segmentima turističke ponude. Posebno je predstavila i projekte dodjela oznake kvalitete u ugostiteljsko-gastronomskoj ponudi pod nazivom Kvarner Gourmet i Kvarner Food, te u ponudi obiteljskog smještaja pod nazivom Kvarner Family, kao i ponudu zdravstvenog turizma Health and Wellbeing na Kvarneru. Također, najavila je neke od predstojećih projekata TZ Kvarnera, odnosno brandiranje kroz najbolje plaže na Kvarneru, te aktivni i kulturni turizam na Kvarneru.

⇒ **Posebna prezentacija i press konferencija Kvarnera – Hamburg 28.10.**

U organizacije ugovorne PR agencije za njemačko govorno područje, u Hamburgu je priređena press-večera s individualnim razgovorima za 22 top novinara, a tema je bila novosti i atrakcije, te suradnja u 2015. godini.

##### **SLOVENIJA**

⇒ **Prezentacija Kvarnera na sajmu Alpe Adria u Ljubljani 29.1. – 1.2.2014.**

Turistička zajednica Kvarnera predstavila se na sajmu u statusu „regije partnera“, što je uključivalo prezentaciju 30. 1. 2014. za partnere i novinare, uzvanike i posjetitelje sajma, koju je u prigodi održavanja poslovne radionice hrvatskih i slovenskih partnera. održala direktorica dr.sc. Irena Peršić Živadinov, nakon čega je uslijedio folklorno-glazbeni program uz degustacije autohtonih proizvoda na štandu HTZ-a.

⇒ **Prezentacija Kvarnera i Baške 3.4.2014. u Ljubljani**

U Predstavništvu Hrvatske turističke zajednice u Ljubljani 21.03. za predstavnike medija i turoperatora održana je prezentacija TZ Kvarnera i TZO Baška s posebnim naglaskom na promidžbu proljetnih programa u Baški „Svibanj u Baški – odmor za dušu i tijelo“.



⇒ **Obilježavanje Dana državnosti RH u Ljubljani, 18.6.2014**

Već tradicionalno, u Ljubljani je u vrtu sjedišta Veleposlanstva RH, održana prezentacija Turističke zajednice Kvarnera u sklopu obilježavanja Dana državnosti RH. Za uzvanike iz međunarodnog diplomatskog i poslovnog svijeta TZ Kvarnera je u suradnji s Predstavništvom HTZ-a u Ljubljani priredila zabavni program i predstavila turističku ponudu kroz aktualni promidžbeni materijal i suvenire koje su stručni informatori podijelili gostima. Direktorica TZ Kvarnera, dr.sc. Irena Peršić Živadinov susrela se u toj prigodi s veleposlanicom RH, gospođom Vesnom Terzić, razgovarajući o nastavku mogućnosti suradnje TZ Kvarnera i Veleposlanstva. Reprezentativnom druženju u Veleposlanstvu prisustvovali su i brojni novinari, a TZ Kvarnera iskoristila je prigodu za njegovanje dobrih poslovnih odnosa i za podsjetnik na kvarnerske atrakcije u neposrednoj blizini.



**AUSTRIJA**

⇒ **Turistička zajednica Kvarnera na road show prezentacijama u Austriji s touroperatorom Terra Reisen – 18. – 20. 3.**

Već tradicionalno Turistička zajednica Kvarnera u suradnji s Predstavništvom Hrvatske turističke zajednice u Beču daje potporu najvećem austrijskom touroperatoru Terra Reisen, pa je tako i ove godine u ožujku održan niz zajedničkih prezentacija po sljedećem rasporedu: Wels (18.3.), Anif bei Salzburg (19.3.), Innsbruck (20.3.)

Radi se o edukacijama prodajnog osoblja – više od 150 agenata, iz svih turističkih agencijama koje prodaju proizvod Terre Reisen, koja u svom katalogu nudi programe za Hrvatsku, odnosno Kvarner. Vjeruje se da će upravo ovakve edukacije i animacije agenata doprijeti boljem bookingu. Naime, na prezentacijama su istaknute prednosti regije, od blizine i povoljnog zemljopisnog položaja regije, do detalja u ponudi svakog segmenta i zanimljivosti za austrijske

goste. Prikazani su promidžbeni filmovi, podijeljeni promidžbeni materijali i suveniri, agenti su informirani o novostima u hrvatskom turističkom sektoru poput smanjenja stope poreza u turizmu i drugim aktualnostima. Terra Reisen je predstavila svoju ponudu iz kataloga s posebnim osvrtom na akcije, posebice za obitelji s djecom. Ovaj vid animacijsko-edukacijskih prezentacija pokazao se vrlo uspješnim i potrebnim radi skretanja pažnje starih prodajnih agenata na Kvarner i upoznavanja novih, koji nikada nisu ni bili na Kvarneru, sa značajkama regije.

⇒ **Road show Kvarnera – FTI – 17.-20.11.**

U suradnji i na preporuku Predstavništva HTZ-a u Austriji, TZ Kvarnera od 17. – 20. 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 2015. godinu.

**ITALIJA**

⇒ **Prezentacija i press konferencija Kvarnera 27.3. u Rimu**

Na poziv Predstavništva HTZ-a u Milanu, Turistička zajednica Kvarnera prezentirala je u rimskom hotelu „Bernini Bristol“ ukupnu ponudu destinacije, pred cca 50-ak novinara i partnera na press konferenciji, uz nazočnost Veleposlanika Republike Hrvatske u Italiji dr.sc. Damira Grubiše, zatim Veleposlanika pri Svetoj Stolici Filipa Vučka, pomoćnika Ministra turizma RH Želimira Kramarića te pomoćnice direktora HTZ-a Renate Deželjin. Direktorica TZ Kvarnera, dr.sc. Irena Peršić Živadinov je nakon uvodne prezentacije hrvatskog turizma, koju je održao direktor Predstavništva HTZ-a u Italiji, gospodin Dario Matošević, predstavila destinaciju Kvarner. Cilj prezentacije bio je upoznati novinare s mogućnostima koje nudi regija Kvarner – od dostupnosti odnosno blizine, gastronomske ponude i vrhunskih restorana, zdravstvenih usluga koje su na talijanskom tržištu vrlo cijenjene i tražene, smještajnih kapaciteta, ponude aktivnog odmora – šetnje, bicikliranja, ronjenja, jedrenja... pa sve do klasičnog ljetnog odmora na moru. Dostupnost regiji Kvarner u 2014. godini olakšat će nova avio linija Rim – Rijeka – Rim, koju uvodi avio prijevoznik Blue Panorama, a predstavio ju je gospodin Remo della Porta, zamjenik komercijalnog direktora Blue Panorama. Na press konferenciji nazočili su mnogi značajni turistički talijanski mediji i producenti turističkih putopisa među kojima Travel quotidiano, Alle falde del Kilimangiaro, Radio Rai 1, Meeting&Congressi, Radio Antenna 1, Top Travel Magazin, Il messaggero, TVSky Marco Polo, Teleturismo... Koncem svibnja 2014. godine, nakon što je odrađen dio kampanje oglašavanja ili samo priprema kampanje, Blue Panorama je otkazao letove iz Rima na ZL Rijeka. Otkaz leta su objasnili uvođenjem novih avio linija od strane konkurentnog avio prijevoznika „Vueling“ koji je odlučio za ljetnu sezonu 2014., bez prethodnih najava i dogovora, uvesti letove iz Rima na Zadar, Split, Dubrovnik i Zagreb.





## NIZOZEMSKA

### ⇒ Prezentacija u Amsterdamu, 1.-2. 3.

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, penjačičkih, odnosno mogućnosti outdoor segmenta na Kvarneru, pa sve do smještajnih kapaciteta i gastro ponude regije.

## SKANDINAVIJA

### ⇒ Prezentacija u Stockholmu, 6. 5. – više II.2.2.3.

## BELGIJA

### ⇒ Prezentacija u Bruxellesu 4. 6.

U suradnji s Predstavništvom HTZ-a u Belgiji, Turističkoj zajednici Kvarnera, kao jednoj od najvažnijih autobuserskih hrvatskih destinacija s brojnim, specifičnim prednostima, pružena je prilika da se predstavi belgijskom udruženju autobusera FBAA, u sklopu održavanja njihove godišnje generalne skupštine. Tako je 4. 6. održana prezentacija za agente – predstavnike autobuserskih tvrtki - članove udruženja, među kojima su bili - International Tours, Voyages Degreve, De Durme Reizen, Reizen De Vriendt, Alk Reizen, na kojoj je predstavljena turistička ponuda Kvarnera s hotelskim kapacitetima koji su interesantni autobuserima, te s naglaskom na izletničke mogućnosti destinacije.

Po svršetku prezentacije, uslijedila su pojedinačna predstavljanja hotelijera, koje su belgijski autobuseri posebno tražili. Druženje i izmjena poslovnih informacija nastavljena je i tijekom ručka, koji je organizirala Turistička zajednica Kvarnera u suradnji s Predstavništvom HTZ-a u Belgiji. Predstavnici autobuserskih tvrtki, iskazali su interes za Kvarnerom. Pitanja i komentari bili su usmjereni prema zakonskoj regulativi koja je ulaskom Hrvatske u EU otežala i poskupila autobuserskim grupama ulazak u Hrvatsku. Apelirali su na iznalaženje rješenja, koje se treba donijeti na razini države.



## MAĐARSKA

### ⇒ Road-show prezentacija u Budimpešti, 8.-10.5.

Turistička zajednica Kvarnera u suradnji s Predstavništvom HTZ-a u Mađarskoj, s HGK Županijskom komorom Rijeka, te TZG Novi Vinodolski, priredila je po deseti put za redom road-show prezentaciju Kvarnera u Budimpešti, u prostoru gradske tržnice "Nagyvasarcsarnok" koju dnevno posjeti više od 20.000 ljudi. Osim građana Budimpešte, ovu tržnicu posjećuje velik broj turista, koji posjećuju mađarsku prijestolnicu, jer tržnica je sagrađena još u 19. stoljeću i jedna je od glavnih gradskih atrakcija. Od strane novinara CNN Travel proglašena je najljepšom tržnicom u Europi (ispred Londona i Barcelone). Stoga je tržnica mjesto čestih prezentacija turističke ponude raznih zemalja. Kvarner je za mađarske turiste najtraženija destinacija pa čak 30 % svih mađarskih gostiju koji dolaze u Hrvatsku, boravi na Kvarneru. Uz obilje promidžbenih materijala i degustaciju domaćih proizvoda, stručni informatori, izvorni govornici mađarskog jezika pružali su informacije posjetiteljima tržnice, a sve uz naglasak na blizinu naše turističke destinacije. U mađarskim medijima objavljene su najave i reportaže o turističkoj ponudi Kvarnera i o samoj prezentaciji, a predstavnici medija pozvani su da posjete štand Kvarnera. Predstavljene su novosti u brendiranju turističkih proizvoda i to obiteljskog smještaja kroz projekt Kvarner Family, te enogastronomije kroz projekt Kvarner Gourmet i Kvarner Food.

## RUSIJA



### ⇒ Prezentacija i poslovna radionica 22.1. u Moskvi i 24.1. u Kijevu

U organizaciji Predstavništva Hrvatske turističke zajednice u Moskvi, 22. siječnja 2014. godine održana je poslovna radionica te tiskovna konferencija i prezentacija za predstavnike medija i partnere, na kojoj je TZ Kvarnera imala priliku predstaviti turističku ponudu regije, odnosno ponudu zdravstvenog turizma Kvarnera. Odaziv je bio jako dobar, a prisustvovalo je oko 200 ruskih turoperatora i turističkih tvrtki, a tiskovnoj konferenciji odazvalo se oko 170 novinara. Izravni kontakt s predstavnicima medija i turoperatorima iz Rusije pokazao se kao vrlo dobar način za isticanje kvarnerske turističke ponude, te će zasigurno doprinijeti snažnijem djelovanju Kvarnera na ruskom tržištu. U cilju povećanja broja gostiju s tog tržišta radi se na pojednostavljivanju dobivanja viza za Hrvatsku. Nakon press konferencije TZ Kvarnera, direktorica dr.sc. Irena Peršić Živadinov susrela se na poslovnoj radionici s brojnim ruskim partnerima i predstavnicima vodećih turoperatora, kao što su Biblioglobus, Paks, Interunion, TUI, Russian Express, Ertzog, Neva, Jel Travel, Vand i Adriatic Tours, a s kojima se razgovaralo o mogućnostima unaprjeđenja suradnje. Nakon Moskve, poslovni scenarij press konferencije i radionice ponovljen je u Kijevu 24. 1. 2014. godine. Unatoč trenutnoj situaciji u Ukrajini, iskazan je veliki interes za poslovnom suradnjom s Hrvatskom, i Kvarnerom, kao jedinom regijom zastupljenom posebnim programima zdravstvenog turizma i drugih oblika turističke ponude, jer je dvorana s ukupno 150 mjesta bila u potpunosti ispunjena.

⇒ **Prezentacija i poslovna radionica 19. 3. u Veleposlanstvu RH u Moskvi**

U sklopu sajma MITT u Moskvi (19. – 22. 3. 2014.) na kojem je TZ Kvarnera sudjelovala izlaganjem u sklopu štanda HTZ-a, odnosno štanda Zajednice zdravstvenog turizma HR, te je predstavljena ponuda zdravstvenog turizma, održan je i niz popratnih poslovnih događanja. Tako je 19. 3. 2014. HGK – Predstavništvo u Moskvi organiziralo susret s ruskim partnerima u prostoru Veleposlanstva RH u Moskvi. TZ Kvarnera održala je prezentaciju, te sudjelovala u B2B razgovorima.

## VELIKA BRITANIJA

⇒ **Prezentacija - London – 3.-6.11. - WTM** - TZ Kvarnera je na sajmu WTM u Londonu, održanom 3.-6.11. u suradnji s PR agencijom „Julia Berg Consulting“ s kojom je i odrađena 2014. godina za tržište Velike Britanije, održala nekoliko prezentacija regije Kvarner. Britanski touroperatori „Prestige Holidays“ i „Completely Croatia“, koji već imaju zakupljene kapacitete na Kvarneru, zainteresirani su za daljnju suradnju i uvrštenje novih kapaciteta u svoje kataloge. Uz to, avioprijevoznici Norwegian Air i Wizz Air izrazili su interes za suradnju u 2015. godini, te mogućnost uvođenja letova iz Londona na ZL Rijeka, što bi bio veliki poticaj britanskim touroperatorima za povratak britanskih gostiju na Kvarner.

## S.A.D.

⇒ **Prezentacija na sajmu New York Times Travel Show 28.2. -2.3. u New Yorku**

Turistička zajednica Kvarnera predstavila se u okviru štanda HTZ-a, u konferencijskom centru Jacob Javits na Manhattanu u New Yorku. Mnogobrojni posjetitelji štanda pokazali su izuzetan interes za hrvatsku turističku ponudu, a TZ Kvarnera je na prezentaciji i susretima s novinarima premijerno predstavila nove promidžbene filmove napravljene za američko tržište, kao i za tržišta engleskog govornog područja u produkciji Ashley Colburn.

## FRANCUSKA

TZ Kvarnera je u suradnji s Predstavništvom HTZ-a u Parizu realizirala kampanju / prezentacije na specijaliziranim sajmovima kroz projekt Cartes à Voyager. Otisnuto je i distribuirano 15.000 komada razglednica s motivima Kvarnera i potrebnim informacijama i kontaktima. Kampanja je provedena:

Toulouse - Mahana Salon du tourisme  
Lyon - Mahana Salon du tourisme de Lyon  
Paris - Monde A Paris (salon du tourisme)  
Paris - Destinations Nature (salon tourisme et outdoor)  
Albertville - Le Grand Bivouac (salon tourisme et outdoor)  
Colmar - Le Salon du Tourisme SITV

## SRBIJA

⇒ **Prezentacija Kvarnera u Beogradu – 27.2.**

Turistička zajednica Kvarnera predstavljena je na 36. međunarodnom sajmu turizma IFT u Beogradu u sklopu štanda Hrvatske turističke zajednice, te je na sajmu i na štandu priređena prezentaciju u suradnji s turističkim zajednicama Općine Matulji i Grada Novog Vinodolskog, te Hrvatskom turističkom zajednicom i predstavnicima gospodarstva s Kvarnera. Naime, na dan otvorenja sajma, u četvrtak 27. 2., kada sajam posjećuju poslovni posjetitelji iz turističke

branše, ali i publika najrazličitijih interesa, sajmom je „prodefilirala“ skupina Brgujskih zvončara - jedna od brojnih skupina zvončara s područja Kastavštine, koji se nalaze na UNESCO-voj listi zaštićene nematerijalne kulturne baštine, te su tako najavljena finalna karnevalska događanja na Kvarneru. Također, na štandu Hrvatske turističke zajednice TZ Kvarnera priredila je degustaciju domaćih gastro-proizvoda, te vina i rakije iz podruma „Pavlomir“ iz Novog Vinodolskog, uz glazbeni program. Za vrijeme prezentacije snimljena je emisija o Kvarneru za srpski serijal turističkih emisija „Putovanja“.

## HRVATSKA

### ⇒ **Kvarnerski festival mora i pomorske tradicije Fiumare, 28.5.-4.6. u Rijeci**

U okviru manifestacije „Kvarnerski festival mora i pomorske tradicije“ Turistička zajednica Kvarnera predstavila se sa svojim promotivnim materijalima od 29.5. do 31.5. tijekom održavanja Sajma autohtonih proizvoda, na kojem su se predstavljali i proizvođači autohtonih proizvoda i ugostiteljskih objekata. Također, koordinacija Turističkih zajednica Gorskog kotara nastupile su sa zajedničkim štandom i predstavile od 28.5. do 4.6. turističku ponudu Gorskog kotara.

### ⇒ **Fiumanka – 14.6. u Rijeci**

Ovogodišnja 15. po redu regata FIUMANKA bila je izuzetna prilika za Turističku zajednicu Kvarnera da istakne raznolikosti destinacije, ovaj puta i s morske strane, te je na brodu VILA VELEBITA 2, organizirano praćenje regate za novinare i poslovne partnere TZ Kvarnera.

### ⇒ **Špancirfest – 22. – 31. 8. u Varaždinu – Kvarner regija partner**

Turistička zajednica Kvarnera je na poziv Turističke zajednice Grada Varaždina regija partner manifestacije. Gradska jezgra Varaždina prava je pozornica za atrakcije, među kojima se Kvarner istaknuo „okupiravši“ dio Kranjčevićeve ulice – („žile kucavice“ grada) i „uselvivši se“ u Julijanovo dvorište, koje se tako pretvorilo u Kvarnersko dvorište. Na originalnim štandovima predstavnici Gorskog kotara dočarali su niz motiva za dolazak u Gorski kotar i to ponajprije u predojećem jesenskom i zimskom razdoblju (od biciklističkih staza, do Bundevidjade i Dana šljiva, od NP Risnjak, do spilja i jezera), a na drugom štandu posjetitelje su privlačile delicije i gastro suveniri otoka Raba iz pekarnice i slastičarnice „Vilma“ i čokoladne priče – dizajnirane čokolade i pralina s motivima Kvarnera iz manufakture „Orah i čokolada“. Sve to, uz obilje promidžbenog materijala s Kvarnera, svakako zainteresira posjetitelje, kojih je tijekom 10 dana festivala bilo oko 170.000, iz cijele Hrvatske (najviše iz Zagreba), Slovenije, Austrije, Mađarske, Njemačke, Italije, te drugih zemalja u okruženju, ali i šire. U Julijanovom dvorištu (tipičnom purgerskom dvorištu i varaždinskom ambijentu, pretvorenom u prezentacijsko-izložbeni prostor) su se pak, spojili mirisi, okusi i zvukovi Kvarnera, te su tijekom vikenda brojni mediji i uzvanici došli na poziv turističke zajednice Kvarnera na program promocije pod nazivom „Večer belcanta i žlahtine“ uz nastup Jose Butorca, te „Jazz&Wine“ uz nastup LeKap Quarteta. Bila je to prigoda i za prvo predstavljanje novog CD-a Lele Kaplowitz i Le Kap Quarteta s repertoarom pjesama koje se vežu uz razvoj turizma na Kvarneru, pod nazivom „Kvarnerska rapsodija“ i koji, tako, postaje još jedan originalan kvarnerski suvenir. Pri tome su gosti mogli degustirati žlahtinu, koju je prezentirala Udruga žlahtina, te autohtone proizvode s Kvarnera, koje su prezentirale Turističke zajednice Grada Raba i Grada Novog Vinodolskog i Općine Vinodolske. Za distribuciju na Špancirfestu kreiran je i poseban promidžbeni materijal – razglednica s programom prezentacije Kvarnera u Varaždinu i drugim informacijama. Direktorica TZ Kvarnera, dr.sc. Irena Peršić Živadinov dala je izjave brojnim nacionalnim i lokalnim medijima i susrela se s predstavnicima poslovnog te diplomatskog svijeta. Prezentaciji Kvarnera prisustvovali su zamjenik ministra turizma RH, Želimir Kramarić sa suradnicima, ministar gospodarstva RH Ivan Vrdoljak u pratnji varaždinskog župana Predraga Štromara sa suradnicima, kao i drugi gosti.





⇒ **Prezentacija „Riječka luka – budućnost naše djece“, 4.10.**

U subotu, 4. listopada 2014. godine, u organizaciji Ronilačkog kluba „Policajac-ronilac“ u riječkoj luci okupilo se preko 50 ronilaca iz Hrvatske i susjednih zemalja poput Slovenije, Italije i Austrije koji su u Rijeku stigli povodom održavanja ekološke akcije čišćenja podmorja Riječke luke pod nazivom „Riječka luka – budućnost naše djece“. Akciju su podržale Primorsko-goranska županija, Grad Rijeka, Vodovoda i kanalizacija, Čistoća, Metis, HGK Rijeka, JU Priroda i Turistička zajednica Kvarnera.

U ime Primorsko-goranske županije akciju je podržala voditeljica Odsjeka za zaštitu okoliša Jelena Čanik, a prisustvovala su i ravnateljica JU Priroda Sonja Šišić i direktorica Turističke zajednice Kvarnera, dr. sc. Irena Peršić Živadinov, koja je naglasila važnost ove akcije jer naši gosti prepoznaju Kvarner kao ekološki očuvano odredište koje se i u budućnosti treba razvijati poštujući ekološka načela i u skladu s principima održivog razvoja. Direktorica dr. sc. Irena Peršić Živadinov je također naglasila da je ova akcija važna za turizam i promociju ronjenja na Kvarneru, budući su se odazvali klubovi iz Slovenije, Italije i Austrije, zemlje koje su Kvarneru među najznačajnijim emitivnim tržištima, te se nada da će u budućnosti akcija prerasti u pravi međunarodni događaj ekološkog ali i promotivnog značaja.

Tijekom trajanja ekološke akcije Turistička zajednica Kvarnera se predstavila sa svojim promotivnim materijalima.



⇒ **21. Interstas, 17. ITF`CRO, 13. KEA/EFE CRO, 5.11.-7.11. u Solinu**

Interstas Solin 2014 Europska federacija turističkih novinara FEST, između 164 kandidata iz 47 zemalja, Primorsko-goranskoj županiji i TZ Kvarnera dodijelila je nagradu za izuzetan doprinos u razvoju turizma u Hrvatskoj. Nagrada za ovo veliko međunarodno priznanje Zlatni Interstas i Povelja FEST 2014 uručene su županu Zlatku Komadini na završnoj svečanosti manifestacije 21. Interstas koja je održana u Solinu. Zlatni Interstas objedinjuje tri priredbe: međunarodnu smotru turizma, festival turističkog filma i predstavljanje hrvatskih gradova i mjesta za Zlatni



cvijet Europe. Radi se o jedinstvenom multimedijalnom projektu s iznimnim ugledom u svijetu. Povezuje međunarodne turističke asocijacije predstavljajući svjetskoj javnosti nove turističke destinacije koje se svojom ponudom, prirodnim ljepotama, bogatim turističkim sadržajima i organiziranom uslugom primanja i smještaja gostiju izdižu iznad ostalih te koje svakako vrijedi vidjeti i obići. Upravo je i Primorsko-goranska županija prema mišljenju inozemnih turističkih novinara jedna od takvih destinacija. Iza toga stoje brojni turistički projekti. Predstavnici Gorskog kotara iskoristili su ovu prigodu te sudionicima i posjetiteljima manifestacije prezentirali turističke projekte Gorskog kotara.

⇒ **III. Međunarodni Invest forum, 6.11.-7.11. u Opatiji**

Tijekom održavanja radnog dijela III. Međunarodnog Invest foruma, 7.11. u Opatiji u GH 4 opatijska cvijeta, Turistička zajednica Kvarnera se u dogovoru s Turističkom zajednicom Grada Rijeke i Turističkom zajednicom Grada Opatije predstavila se sa svojim promotivnim materijalima. Na ovogodišnjem Invest forumu sudjelovalo je 300 učesnika, što je do sada najveća brojka. Investitori su došli iz svih regija Italije, a ne samo onih najbližih, čemu je doprinijelo predstavljanje Invest foruma u Rimu. Investitori su kao prednosti Primorsko-goranske županije istaknuli blizinu Italije, kvalitetnu prometnu povezanost i kvalificiranu radnu snagu.

⇒ **Nacionalni Forum obiteljskog smještaja, 15.10. u Opatiji**

Više pod II.2.2.1.

⇒ **„Festival istarskih tartufa“ 8.-9.11., Buzet** - Koordinacija Turističkih zajednica Gorskog kotara po prvi puta nastupila je na navedenom festivalu i premijerno predstavila novi Katalog atrakcija Gorskog kotara i Katalog smještaja koji je izazvao veliki interes kako kod domaćih, istarskih posjetitelja tako i stranih gostiju i novinara.

## OSTALO

---

⇒ **Postkongresna tura „Conventa“**

Po održanoj kongresnoj burzi „Conventa“ u Ljubljani, 22. i 23.1. 2014. godine organizirana je tura u okviru koje su sudionici burze - predstavnici ili vlasnici event management i incentive agencija iz Velike Britanije, Francuske, Njemačke, Španjolske, Poljske i Italije posjetili Kvarner i upoznali se turističkom ponudom, a posebice s kongresnom ponudom Opatije i Rijeke. Organizator prihvata studijske grupe bio je Kongresni i insentiv ured Opatije, uz potporu TZ Kvarnera. Na večeri zamišljenoj kao druženje kupaca s predstavnicima kongresne ponude Opatije, u restoranu s oznakom „Kvarner Gourmet“, Bevanda u Opatiji, promoviran je projekt brendiranja vrhunskih restorana na Kvarneru, odnosno gastronomska i vinska ponuda Kvarnera. Također, gosti su razgledali kongresne kapacitete opatijskih hotela, te posjetili Muzej turizma, terenskim vozilima pbišli Park prirode Učka, te uživali u vožnji oldtimerima kroz Opatiju.

---

## **IV. 4.4. 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 radionicama u Ljubljani, Moskvi i Kijevu.

## V. INTERNI MARKETING

### V.1. EDUKACIJA

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

Hrvatska turistička zajednica sukladno Programu rada za 2014. godinu provodi projekt obrazovanja djelatnika sustava turističkih zajednica i zaposlenika ostalih subjekata javnog i privatnog turističkog sektora kako bi se unaprijedila njihova marketinška znanja, a time i poboljšala učinkovitost promocije na mikro i makro razini.

Slijedom navedenog, Hrvatska turistička zajednica u suradnji s tvrtkama Janus Pim i Algebra nudi specijalizirane obrazovne programe podijeljene u tri područja edukacije pomoću kojih će sudionici predavanja iz svih razina sustava turističkih zajednica te svih razina javnog i privatnog turističkog sektora dobiti ne samo relevantna teorijska, nego prije svega praktična znanja o načinima poboljšanja svojih aktivnosti vezanih uz sve naprijed navedene sadržaje.

Edukacija je namijenjena rukovoditeljima i menadžerima na visokim pozicijama u javnom i privatnom sektoru, višem i srednjem menadžmentu sustava turističkih zajednica (Hrvatska turistička zajednica, turističke zajednice županija, gradova, općina i mjesta) te predstavnicima svih segmenata turističke industrije. Edukacija bi trebala rezultirati poboljšanjem praktičnih znanja i vještina polaznika te mogućnošću njihove neposredne primjene u daljnjem operativnom djelovanju/poslovanju.

Tvrtke koje će provoditi edukaciju imaju sve relevantne kvalifikacije i iskustvo te predavače s vrhunskim edukacijskim sposobnostima za obrazovanje u tri područja koja su predmet edukacije u ovoj godini, a to su:

1. Razvoj DMO,
2. Razvoj selektivnih oblika turizma i proizvoda za tržišta posebnih interesa,
3. Internet marketing.

#### V. 1.2. Edukacija nositelja oznake kvalitete „Kvarner Family“

Više pod II.2.2.1.

#### V. 1.3. Edukacijske radionice na temu povećanje stupnja sigurnosti u turizmu

Više pod II.2.2.1.

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

### Koordinacija s turističkim zajednicama s područja Kvarnera

- održane su 4 koordinacije: 15. travnja, 17. lipnja, 29. listopada, te 24. studenoga 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

- 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 2014. godinu, odnosno, programskim zadaćama lokalnih turističkih zajednica za sljedeću godinu.

### **Koordinacija turističkih zajednica Gorskog kotara**

Koordinacija turističkih zajednica Gorskog kotara je odlukom Turističkog vijeća TZ Kvarnera i Planom i programom rada TZ Kvarnera zadužena da najmanje jedanput mjesečno održava svoje sjednice. Koordinacija Turističkih zajednica Gorskog kotara još je u rujnu 2013. godine za 2014. godinu napravila Kalendar događanja za 2014. godinu, Plan održavanja Sanjkaškog kupa Gorskog kotara za sezonu 2013/2014 i Prijedlog Plana i programa rada sa financijskim planom za 2014 godinu.

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 ostvarile financijsku potporu za razne projekte u ukupnom iznosu od 825.000 kn, što je značajno doprinijelo razvoju projekata.

- Gorski kotar Bike Tour je nova 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 3 dana ili tijekom 2 do 3 vikenda, i pritom upoznati prirodne i kulturne vrijednosti Gorskog kotara TZ Gorskog kotara i „Promotiv“ organizirale su u 2014. godini dvije utrke Gorski kotar Bike tour u terminu: Lokve i Lividraga (12. i 13.7.) i 9. i 10.8. (Ravna Gora i Skrad). Goranske biciklijade održane su 26.7. u Fužinama, 2.8. u Vrbovskom, 17.8. u Brod Moravicama, 30.8. u Delnicama i 31.8. u Tršću. 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 lipnju 2014 u trajanju od dva tjedna. Gorski kotar bike tour izazvao je interes novinara te su objavljene reportaže u Jutarnjem listu (nedjeljni prilog, duplerica), na tportal u a televizijsku reportažu snimila je i TV ekipa N1 televizije. 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.

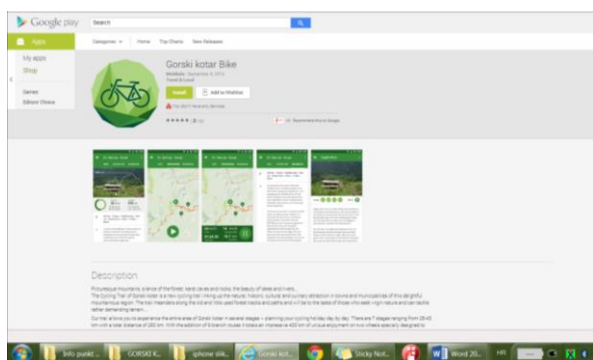


- Goranska biciklistička transverzala ( II i III faza projekta ) - zajednički projekt umrežavanja goranskih biciklističkih staza kroz sve gradove i općine Gorskog kotara i povezivanja turističkih sadržaja na biciklističkim trasama. Projektna dokumentacija pripremit će se na koordinacijama TZ Gorskog kotara za kandidaturu na Javne natječaje u 2013. godini.

- Sanjkališta Gorskog kotara – zajednički projekt TZ Gorskog kotara sa ciljem uređenja staza i infrastrukture za sanjkanje na prirodnim terenima koji su i ranije bili omiljena sanjkališta u svim goranskim lokalnim samoupravama. Projekt se nastavlja na zajedničku manifestaciju „Sanjkaški kup Gorskog kotara“ te bi se tim projektom pripremila infrastruktura za sanjkanje. Usljed ekstremno nepovoljnih vremenskih prilika i elementarne nepogode u Gorskom kotaru u zimskoj sezoni 2013/2014. godine nažalost nije održan „Sanjkaški kup Gorskog kotara“.

Koordinacije Gorskog kotara realizirala je planirane projekte:

- **mobilna aplikacija** Gorski kotar Bike
- **biciklistička karta i brošura** Gorski kotar Bike (pred realizacijom)
- aktivna i ažurirana **web stranica** [www.gorskikotarbike.com](http://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 u osnova je prepoznatljiva.

Gorski kotar – doživljaj koji ti treba (Opća kampanja)

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

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

#### Oglašavanje na zajedničkim portalim goranskih TZ – a:

Kontiunirano se web stranice nadopunjavaju aktualnim informacijama.

[www.gorskikotar.hr](http://www.gorskikotar.hr) – ažuriranje aktualnim informacijama o događanjima, obavijestima

[www.gorskikotarbike.hr](http://www.gorskikotarbike.hr) – nadogradnja postojeće web stranice

[www.plodovigorja-gk.hr](http://www.plodovigorja-gk.hr) – podupiranje i jačanje brenda te promocija gastro-manifestacija

#### Billbord oglašavanje – Udruženo oglašavanje – Model V – Gorski kotar

Po prvi puta Turističke zajednice Gorskog kotara i Turistička zajednica Kvarnera realizirale su 3 svehrvatske kampanje na 16 lokacija u trajanju od 14 dana. Prva opća kampanja „Gorski kotar – doživljaj koji ti treba“ realizirana je od 15.5. do 28.5., druga kampanja s ciljem najave i promidžbe Goranskih biciklističkih utrka realizirana je 12.6. do 25.6. sa sloganom „Gorski kotar – doživljaj koji ti treba ... na dva kotača“ a treća je realizirana 18.9. do 1.10. najavljujući gastro manifestacije Gorskog kotara sa sloganom „Gorski kotar – doživljaj OKUSA koji ti treba“.



Kampanja je realizirana uz financijsku potporu Glavnog ureda Hrvatske turističke zajednice sukladno Modelu V Udruženog oglašavanja sa 80% a 20% uz financijsku potporu Turističke zajednice Kvarnera.

#### Suveniri i promo materijali Gorskog kotara

Realiziran je tisak karte Gorskog kotara u ukupnoj nakladi od 20.000 komada na hrvatskom i engleskom jeziku po 10.000 komada. Uz cestovnu kartu u jezičnim mutacijama naglašene su posebnosti i atrakcije destinacije. Također realiziran je tisak Kataloga atrakcija Gorskog kotara (I. izdanje, A4 uspravno, 32 stranice), naklada 10.000 komada, hrvatski jezik.

Katalog smještaja Gorskog kotara (I. izdanje A4 uspravno umanjeno za 5 mm, 24 stranice), naklada 10.000 komada, hrvatski jezik

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

##### Sajmovi:

1. Friedrichshafen (D) Eurobike, 27.-30.08.
2. Amsterdam (NI) Fiets en Wandelbeurs, 01.-02.03.

##### Prezentacije Gorskog kotara:

- „Fiumare“, Rijeka, 30.5.-1.6.2014.
- „Špancirfest“, Varaždin, 23.08. – 24.08.2014. prezentacija Gorskog kotara (slika)
- „Interstas“, Solin, 5.-6.11.2014.
- „Festival istarskih tartufa“, Buzet, 8. i 9.11.2014.



#### Gorski kotar - HRVATSKA

- hrvatski trgovački centri (Rijeka, Zagreb) - TZO Ravna Gora i TZO Lokve imale su zapaženu prezentaciju ponude Gorskog kotara za posjetitelje trgovačkih centara. Dodatno je od kolovoza 2014. godine do konca godine turistička promidžba Gorskog kotara nastavljena telopom na velikom LED display-u (vrti se dnevno 720 puta u trajanju od 10 sekundi, svih 7dana) na pročelju/ulazu u trgovački centar Avenue Mall u Zagrebu, te je vidljiv na vrlo frekventnom prometnom križanju ispred Avenue Mall-a.

#### Gorski kotar - SLOVENIJA

- 30.01. - Ljubljana – tematska prezentacija Kvarnera (zdravstveni i/ili outdoor i Gorski kotar) u uvodu poslovne radionice u organizaciji Predstavništva i u prigodi održavanja sajma Alpe-Adria (za touroperatore i medije) - predstavnici Koordinacije TZ Gorskog kotara u suradnji s TZ Kvarnera održali su prezentaciju turističke ponude Gorskog kotara i Gorski kotar bike toura.



### Gorski kotar - NIZOZEMSKA

---

- 28.2. – Amsterdam – u prigodi održavanja sajma tematska prezentacija (outdoor / Gorski kotar) - u sklopu prezentacije TZ Kvarnera posebno su istaknuti turistički sadržaji Gorskog kotara i mogućnosti aktivnog odmora.

### 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)

Posebno se ističe:

#### **EU projekt SMART – Sustainable Mountains and Accessible Routes for Tourists**

Turistička zajednica Kvarnera prijavila se na EU projekt SMART – Sustainable Mountains and Accessible Routes for Tourists koja povezuje 4 različite planinske destinacije u Italiji, Sloveniji,

Mađarskoj i Hrvatskoj. Plan je kreirati rutu prilagođenu potrebama modernog europskog turista. Aktivnosti Gorskog kotara kao hrvatskog partnera u projektu su uključivanje privatnog sektora, informiranja i uključivanja istog u projekt, koordiniranje edukacija, sudjelovanje i kreiranje turističkih paketa, promocija i komunikacija projekta u Hrvatskoj.

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

- održana 17. lipnja u prigodi posjeta ministra turizma RH, gospodina Darka Lorencina Kvarneru, a tema je bila Smjernice za izradu Zakona o turističkim zajednicama

## **V. 3. VOLIM HRVATSKU (I OSTALE AKTIVNOSTI)**

### **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.

Povjerenstvo pri TZ Kvarnera je razmotrilo kandidature te je prvoplasirane u 19 kategorija (od 24), te u kategoriji za posebnu nagradu, prosljedila Hrvatskoj turističkoj zajednici za ocjenjivanje na državnoj razini. Najboljima u Hrvatskoj, na Danima Hrvatskog turizma u Opatiji, 16. i 17. listopada 2014. godine, proglašeni su:

- gospođa Anamaria Hauptfeld Schweitzer, Katarina line d.o.o. Opatija - u kategoriji organizator putovanja
- gospođa Ljiljana Domijan – Pirjak, Jadroagent Rijeka – u kategoriji agencijski djelatnik
- gospodin Ladislav Miculinić, Jadrolinija Rijeka – u kategoriji djelatnik u pomorskom prijevozu
- gospodin Dragan Kremenović, Jadranka hoteli, Mali Lošinj – u kategoriji spasilac na plažama i bazenima

### **V. 3.2. Turistički cvijet**

Hrvatska turistička zajednica provela je akciju ocjenjivanja uređenosti i kvalitete turističkih destinacija "Turistički cvijet" i to u suradnji s Hrvatskom gospodarskom komorom i HTV-om. Sukladno novim kriterijima, sustav turističkih zajednica je delegirao 10 osoba tj. svaki turistički klaster po jednog predstavnika, koji je sudjelovao u timu ocjenjivača destinacija, na način da je ocijenio po dvije zadane destinacije. Navedene osobe su prošle edukaciju u organizaciji Instituta Ivo Pilar iz Zagreba. U ime TZ Kvarnera, ocjenjivanje turističke destinacije Makarske rivijere: Tučepi, Podgora i Gradac, obavila je Martina Pavelić. Dobitnicima "Turističkog cvijeta" 2014. godine dodijeljena su priznanja i nagrade na "Danima hrvatskog turizma" u Opatija 16. i 17. listopada 2014. godine. (Više pod Dani hrvatskog turizma 2014).

### **V.3.3. Dani hrvatskog turizma 2014. – Opatija 16.–17. 10. 2014.**

Tradicionalni godišnji skup turističkih djelatnika Hrvatske, u organizaciji Ministarstva turizma RH, Hrvatske gospodarske komore i Hrvatske turističke zajednice, održan je 16. i 17. listopada 2014. godine u Opatiji, kolijevci europskog i hrvatskog turizma, koja ove godine slavi 170 godina organiziranog turizma. 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 2014. 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 Irena Peršić Živadinov održali su 16.10.2014. sastanak s ministrom turizma Darkom Lorencinom, na kojem su prezentirani ključni turistički projekti kao potencijal za povećanje kvalitete ukupne ponude destinacije, odnosno za razvoj cjelogodišnje turističke ponude Kvarnera. Predstavnici i voditelji pojedinih projekata predstavili su sljedeće projekte: Žičara Učka, Regionalni sportsko-rekreacijskom i turističkom centar Platak, projekti JU Priroda

usmjereni ka očuvanju i turističkoj promociji prirodne baštine te nizu projekata TZ Primorsko-goranske županije čija je svrha brendiranje destinacije kroz bogatu i raznoliku ponudu.



Direktorica TZ Kvarnera dr.sc. Irena Peršić Živadinov predstavila je najuspješnije i najznačajnije projekte TZ Kvarnera sklopu aktivnosti brendiranja segmenata turističke ponude: "Kvarner Family", "Kvarner Health and Wellbeing" i "Klaster zdravstvenog turizma Kvarnera u osnivanju", te "Kvarner outdoor". „Kvarner Outdoor“ iako primarno obuhvaća segmente biciklizma i pješaćenja, proširen je na razvoj ronilačkog turizma, te je Velimir Vrzić, predsjednik ronilačkog kluba "Policajac-ronilac" kroz prezentaciju turističkog potencijala ronjenja, napomenuo kako raspolaže podacima o velikom turističkom interesu, a na Kvarneru postoji niz zanimljivih destinacija za ronioce, od mora, do jezera i podvodnih špilja. Ministar Darko Lorencin podržao je turističke projekte uz obećanje da će Ministarstvo turizma, u skladu s financijskim mogućnostima i kriterijima natječaja, nastojati podržati projekte Primorsko-goranske županije, koji će se kandidirati na raspoložive natječaje Ministarstva turizma i Fondove EU.



Također, na ovogodišnjim Danima hrvatskog turizma, proglašeni su dobitnici turističkih nagrada u akcijama:

- „Turistički cvijet – kvaliteta za Hrvatsku“ - najbolje destinacije na Jadranu i kontinentu, kampovi, marine, plaže, posebna priznanja (provodi se uz pomoć strukovnih udruga, Udruge poduzetnika u hotelijerstvu Hrvatske i Kamping udruženja Hrvatske, te Instituta društvenih znanosti Ivo Pilar, Udruženja marina pri HGK i Ministarstva zaštite okoliša i prirode, a od prošle godine i Hrvatske turističke zajednice)
- „Čovjek, ključ uspjeha u turizmu“ - najbolji turistički djelatnici (HTZ)
- „Posebno priznanje za životno djelo u turizmu“ - po prvi puta, u sklopu akcije „Čovjek ključ uspjeha u turizmu“ (HTZ)
- Hrvatske turističke nagrade Anton Štifanić (HTZ)
- „Kulturna atrakcija godine“, „Turistički događaj godine“, „Inovaciju godine“ - po prvi puta akcija nagrađivanja izvrsnosti i dostignuća u turizmu (HTZ)
- posebna priznanja učenicima strukovnih škola za projekte koji su u ovogodišnjem programu bespovratnih potpora „Promocija zanimanja“ izabrani kao najbolji (Ministarstvo turizma RH)

### **NAGRAĐENI S KVARNERA - „18. TURISTIČKI CVIJET – KVALITETA ZA HRVATSKU“:**

#### Destinacije:

**Opatija** - Priznanje za nominaciju u kategoriji Najbolja srednja destinacija na Jadranu

**Rab** - Priznanje za nominaciju u kategoriji Najbolja velika destinacija na Jadranu

#### Hoteli:

**Valamar Koralj Romantic Hotel, Krk** - Priznanje za 2. mjesto u kategoriji Najbolji hotel na Jadranu 3\*

**Hotel Milenij, Opatija** - Priznanje za 3. mjesto u kategoriji Najbolji hotel na Jadranu 5\*

#### Marine:

**ACI marina Opatija, Ičići** - Priznanje za 2. mjesto u kategoriji Najbolja srednja marina

**Marina Punat, Punat** - Priznanje za 1. mjesto u kategoriji Najbolja velika marina - MARINA GODINE

#### Kampovi:

**Kamp Lando, Kampor (Rab)** - Priznanje za 2. mjesto u kategoriji Najbolji mali kamp

**Kamp Krk** - Priznanje za 1. mjesto u kategoriji Najbolji srednji kamp

**Naturist kamp Bunculuka, Baška** - Priznanje za 2. mjesto u kategoriji Najbolji srednji kamp

**Kamp Poljana, Mali Lošinj** - Priznanje za 3. mjesto u kategoriji Najbolji srednji kamp

**Kamp Kovačine, Cres** - Priznanje za 2. mjesto u kategoriji Najbolji veliki kamp

**Kamp San Marino, Lopar** - Posebno priznanje za inovativan proizvod u kampu

#### Plaže:

**Sunčana Uvala – Veli Žal, Mali Lošinj** - Priznanje za najbolju urbanu plažu na Jadranu

### **NAGRAĐENI S KVARNERA – HRVATSKA TURISTIČKA NAGRADA:**

gospodin Robert Mohović, sveučilišni profesor – kapetan duge plovidbe, Pomorski fakultet Rijeka - Godišnja nagrada „Anton Štifanić“ za 2013. godinu u kategoriji pojedinac

### **NAGRAĐENI S KVARNERA NA DRŽAVNOJ RAZINI – AKCIJA DJELATNIK GODINE 2014 NAGRADA ČOVJEK KLJUČ USPJEHA U TURIZMU 2014:**

**gospođa Anamaria Hauptfeld Schweitzer**, Katarina line d.o.o. Opatija - u kategoriji organizator putovanja – na županijskoj i na državnoj razini

**gospođa Ljiljana Domijan - Pirjak**, Jadroagent Rijeka - u kategoriji agencijski djelatnik – na državnoj razini

**gospodin Ladislav Miculinić**, Jadrolinija Rijeka - u kategoriji djelatnik u pomorskom prijevozu – na državnoj razini

**gospodin Dragan Kremenović**, „Jadranka hoteli“, Mali Lošinj - u kategoriji spasilac na plažama i bazenima – na državnoj razini

Svima su priznanja uručena na svečanosti na Danima hrvatskog turizma u Opatiji.

### **Kvarnerski dan turizma 2014. – Opatija**

– u pripremi je i održat će se 2. 12. 2014. godine u hotelu Royal, te se na svečanosti dodijeliti priznanja TZ Kvarnera dobitnicima po raznim kategorijama

### **Tjedne novosti iz TZ Kvarnera – tjedne i dnevne najave događanja**

Turistička zajednica Kvarnera u suradnji s Radio OK (Radio otok Krk d.o.o.) sklopila je ugovor o poslovnoj suradnji 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.

## VI. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA

### VI. 1. ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA

#### VI. 1.1. TOMAS Ljeto 2014.

Istraživanje TOMAS Ljeto proveo je Institut za turizam u 2014. godini po deveti puta. Kao relevantan, pouzdan i pravodoban izvor informacija TOMAS Ljeto 2014. omogućuje uspješnije oblikovanje turističkog proizvoda destinacije, učinkovitije marketinško planiranje, otkrivanje novih tržišnih niša kao i utvrđivanje ekonomskih učinaka turizma na gospodarstvo destinacije, posebice na regionalnoj razini. Istraživanje TOMAS Ljeto je jedino istraživanje koje se provodi na području svih primorskih županija u Hrvatskoj te time i jedino koje omogućava komparativnu analizu naših turističkih područja.

Glavni cilj istraživanja TOMAS Ljeto 2014. je dobivanje pouzdanih i aktualnih, osnovnih kvalitativnih i kvantitativnih informacija o turističkoj potražnji i potrošnji, prijeko potrebnih za vođenje uspješne marketinške politike.

Sadržaj istraživanja TOMAS Ljeto 2014. obuhvaća:

- ◆ sociodemografski profil gostiju koji posjećuju Hrvatsku u ljetnom razdoblju,
- ◆ glavna obilježja putovanja i boravka u destinaciji,
- ◆ aktivnosti gostiju za vrijeme odmora,
- ◆ potrošnju gostiju na putovanju i tijekom boravka u destinaciji,
- ◆ strukturu potrošnje,
- ◆ glavne prednosti i slabosti turističke ponude,
- ◆ konkurentnost turističke ponude u odnosu na konkurentske destinacije te
- ◆ planove odlaska na odmor u 2015. godini.

Veličina uzorka istraživanja TOMAS Ljeto 2014. za Kvarner / Primorsko-goransku županiju iznosi ukupno 814 ispitanika, a provedeno je u 17 mjesta: Banjol, Baška, Cres, Crikvenica, Krk, Lopar, Mali Lošinj, Malinska, Martinšćica, Nerezine, Novi Vinodolski, Njivice, Opatija, Punat, Rab, Selce, Veli Lošinj.

Anketiranje se provodilo u razdoblju od 20. lipnja do 30. rujna 2014. godine, a rezultati su u obradi. Očekuje se da će, osim utvrđivanja profila gostiju koji su posjetili Kvarner u ljetu 2014. godine i procjene njihove potrošnje, istraživanje ukazati na glavne trendove međunarodne i domaće turističke potražnje u duljem vremenskom razdoblju.

#### VI. 1.2. Mystery Guest

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.

Očekuje se predstavljanje rezultata.



## **VI. 1.3. ANKETA NA ZRAČNOJ LUCI „RIJEKA“**

Turistička zajednica Kvarnera u suradnji sa Zračnom lukom Rijeka provela je u razdoblju od 1.svibnja do 24.listopada anketu putnika prilikom njihovog odlaska. Ukupno je anketirano 2607 ispitanika anketom koja je obuhvaćala 18 pitanja, a najrelevantniji podatci prikazani su u nastavku.

### **DESTINACIJA GDJE SU ISPITANICI PROVELI ODMOR**

Od ukupno 2607 ispitanika 2028 ili 78% je svoj odmor provelo isključivo na Kvarneru, 448 odnosno 17% u destinaciji van Kvarnera, a 116 tj. 4% ispitanika je dio odmora boravilo na Kvarneru, a dio van njega. 15 osoba, što čini nešto manje od 1% ispitanika, nije odgovorilo na pitanje.

Od 17% posto ispitanika koji su odmor proveli van Kvarnera, 51% je boravilo u Istri, 34% u Dalmaciji, 12% u nekoj drugoj regiji, a 3% nije odgovorilo na ovo pitanje.

Svi daljnji rezultati odnose se na ispitanike koji su boravili na Kvarneru

### **I. DESTINACIJA BORA VKA - KVARNER**

Od 2144 ispitanika 29% je svoj odmor provelo na Krku, 19% na Opatijskoj rivijeri, 11% u Rijeci, 9% na Crikveničkoj rivijeri, 5% na Rabu. Sa 3% su zastupljeni ispitanici koji su boravili na Lošinju, a isti postotak ispitanika se opredjelio za još dvije destinacije: Cres i Novi Vinodolski. Na 2 ili više destinacija boravilo je preostalih 18%.

### **II. DUŽINA BORA VKA**

Najveći udjel ispitanika, njih 47% boravio je na Kvarneru 5 do 7 dana, 26% preko 7 noći, 12% preko 14 dana, 10% 3 do 4 dana, 4% preko 21 dan, a preostalih 1% zajedno čine ispitanici koji su ostali manje od 3 dana ili nisu odgovorili na pitanje.

### **III. SMJEŠTAJ**

Najveći udjel ispitanika boravio je u privatnom smještaju, njih 40%. 20% je boravilo u hotelima s 3 zvjezdice ili nekom drugom hotelu pristupačne cijene, a 18% u hotelima s 4 ili 5 zvjezdica. Kod prijatelja i rodbine smjestilo se 8% ispitanika, 6% ispitanika je imalo kombinaciju više vrsta smještaja, 5% je boravilo u kampovima, a 3% nije odgovorilo na ovo pitanje.

### **IV. MOTIV DOLASKA**

Kao motiv dolaska 35% ispitanika navodi odmor i zabavu, 3% navelo je posjet prijateljima i rodbini, 2% se opredjelilo za posao, a isto toliko i za prirodne ljepote. S po 1% su zastupljeni ispitanici koji su odabrali kategoriju „ostalo“ te oni koji su došli zbog sporta. Većina ispitanika, njih 56%, kao motiv dolaska navodi 2 ili više ponuđenih opcija među kojima su, osim već spomenutih, još 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 čak 40% ispitanika, potom slijedi Internet koji utječe na odluku kod 24% ispitanika. 9% ispitanika navodi kombinaciju preporuke i Interneta. Kod 6% ispitanika na odluku utječe putnička agencija, a kategoriju „ostalo“ odabire isto 6% ispitanika. Zbog promocije na sajmovima Kvarner je posjetilo 4% ispitanika. Sve ostale kategorije i kombinacije kategorija ukupno ostvaruju 11%.

### **VI. POVRATAK NA ODMOR NA KVARNER**

72% ispitanika planira ponovno doći na Kvarner, 23% ne zna, 3% je odgovorilo negativno, a 2% nije odgovorilo na ovo pitanje.

### **VII. PRATNJA NA ODMORU**

Udjel ispitanika koji su došli u pratnji s partnerom ili supružnikom iznosi 34%, a 31% ih je došlo s obitelji i djecom. Udjel ispitanika koji su došli s prijateljima iznosi 25%. 7% ispitanika navodi kombinaciju od 2 ili 3 ponuđene opcije. 3% 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 ima prihode koji se kreću od 1.001 do 3.000 EUR, njih 40%, 23% ispitanika ima prihode ispod 1.000 EUR, 20% zarađuje od 3.001 do 5.000 EUR, 10% nije odgovorilo na ovo pitanje, a 7% ispitanika ostvaruje prihod veći od 5.001 EUR.

#### X. ZANIMANJE

Prema zanimanju, najveći broj ispitanika su radnici - 26%, 19% su službenici, 16% su studenti, 14% su manageri i isto toliko ispitanika je odabralo kategoriju „ostalo“, 7% su umirovljenici, 2% je nezaposleno, a 2% nije odgovorilo.

#### XI. OBRAZOVANJE

Prema obrazovanju, 36% ispitanika ima visoku stručnu spremu, 23% višu stručnu spremu, 21% srednju stručnu spremu, 16% završen postdiplomski studij, 3% ima završenu osnovnu školu, a 2% 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.

TZ Kvarnera je u 2014. godini provela intenzivnije aktivnosti na temu Europskih projekata, te se aktivno prate otvoreni natječaji Europske komisije.

Turistička zajednica Kvarnera uključila se kao partner u projekt „Opportunity in my hands“ koji je apliciran na natječaj IPA IV Improving labour market access of persons with disabilities, Europe Aid /134612/M/ACT/HR, a projekt vodi Centaroprema RE&ZIN, d.o.o. Profesionalna rehabilitacija osoba s invaliditetom. U projektu se radi o osobama s invaliditetom (slijepe i slabovidne osobe, ali i ostale vrste invaliditeta pod uvjetom da nemaju medicinske kontraindikacije za poslove u zdravstvenom turizmu), koje će se osposobljavati za masere i wellness terapeute, s naglaskom na više sati prakse kod poslodavaca, te osnovna znanja o poduzetništvu. Uloga Turističke zajednice Kvarnera u projektu je promocija primjera dobre prakse, te iskustvo u promidžbi u turizmu. Ukupna vrijednost projekta tražena aplikacijom je 116.779,14 Eura, a ukupna vrijednost darovnice EU bila bi oko 110.940,18 Eura. Dana 21.08.2014. TZ Kvarnera je zaprimila obavijest od strane Centaropreme RE&ZIN, d.o.o. kako je Provedbenom tijelu dodjeljen grant i očekuje se da će uskoro biti potpisan Ugovor između Aplikanta i Provedbenog tijela.

## 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.“

Nakon gotovo dvogodišnje inicijative, Turistička zajednica Kvarner pokrenula 2003. godine je izradu strateškog dokumenta „Glavnog plana razvoja turizma PGŽ 2005.-2015.“ u suradnji s Primorsko-goranskom županijom i uz potporu turističkih zajednica-članica i jedinica lokalne samouprave. Posao je povjeren stručnom timu Sveučilišta u Rijeci, a usvajanje dokumenta, nakon niza operativnih aktivnosti, koordinirano je terminski od strane 2 naručitelja i to:

- Primorsko-goranska županija na sjednici Županijske skupštine 11. svibnja 2006. godine
- TZ Kvarnera na 9. sjednici Skupštine 24. svibnja 2006. godine.

Glavni plan je istražio mogućnosti održivog razvoja turizma na području Kvarnera. Opći je cilj Projekta bio stvoriti jasnu viziju budućeg razvoja turizma PGŽ kako bi se stvorili uvjeti za brži razvoj ove, za PGŽ i RH vrlo važne gospodarske aktivnosti. Nadalje, cilj Projekta bio je izraditi teorijski utemeljen i praktično provediv model razvoja turizma PGŽ, koji će osigurati razvoj konkurentne destinacije, isplativoga turističkog proizvoda i rast standarda stanovništva, ali isto tako, potaknuti razvoj turizma kao glavnog pokretača razvoja drugih, komplementarnih djelatnosti.

Projekt je pozicionirao PGŽ kao «jedinstvo različitosti». Provedbom Projekta zacrtano je da se Kvarner profilira u turističku regiju s prepoznatljivim brandom i pozitivnim identitetom čije će različitosti biti njezina jedinstvena prednost tako što će se objediniti u jedinstveno tržišno i prostorno povezanu cjelinu.

Izmjene i dopune Glavnog plana razvitka turizma PGŽ usvojene su na zajedničkoj sjednici Skupštine TZ Kvarnera i Skupštine PGŽ 28. lipnja 2012. godine. Temeljem analize s konkurentskim destinacijama, utvrđena su područja u kojima se procjenjuje potencijalno najviša razina konkurentnosti Kvarnera na turističkom tržištu u budućem razdoblju:

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

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. Također je važno istaknuti kako sama izrada ovog dokumenta ne predstavlja kraj, već nastavak intenzivnog rada na turističkom razvoju Kvarnera i daljeg ustrajnog stručnog i znanstvenog promišljanja razvoja turizma, s konačnim ciljem rasta blagostanja i kvalitete života lokalnog stanovništva.

Temeljem koncepta kreirana je i realizirana turistička karta.

Direktorica Turističke zajednice Kvarnera dr. sc. Irena Peršić Živadinov u 2014. godini imenovana je članicom tematske radne skupine za izradu Razvojne strategije PGŽ za razdoblje 2015.-2020. godine.

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 Kvarner: 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.

Turistička zajednica Kvarnera kandidirala je u listopadu 2014. godine Strateški plan razvoja turizma Kvarnera sa strateškim i operativnim marketing planom 2016.-2020. godine, Ministarstvu turizma na Javni poziv za kandidiranje projekata za dodjelu bespovratnih sredstava temeljem programa Fond za razvoj turizma u 2014. godini.