



KVARNER
Raznolikost je lijepa

IZVJEŠTAJ O RADU
TURISTIČKE ZAJEDNICE KVARNERA ZA
RAZDOBLJE SIJEČANJ-LISTOPAD 2016.

Opatija, studeni 2016.

SADRŽAJ

UVOD.....	1
1. TURISTIČKA 2016. GODINA	1
2. STATISTIKA	4
2.1. eVisitor – informacijski sustav za prijavu i odjavu turista	4
2.2. Turistički promet u razdoblju siječanj – listopad 2016. godine.....	5
2.3. Kapaciteti za smještaj turista na Kvarneru – stanje na dan 31.VIII.2016.....	15
I. ADMINISTRATIVNI TROŠKOVI	16
I.1. TURISTIČKI URED TZ KVARNERA.....	16
I.2. TIJELA TZ KVARNERA.....	17
I.3. SKLADIŠTENJE	17
I.4. OPREMA I ODRŽAVANJE TZ KVARNERA	17
I.5. KVARNER INFO – VRATA JADRANA.....	18
II. DIZAJN VRIJEDNOSTI.....	19
II.1. POTPORE MANIFESTACIJAMA I PROJEKTIMA	19
II.2. ORGANIZACIJA I UPRAVLJANJE DESTINACIJOM.....	19
II.2.1. Razvoj marketing brendova.....	19
II.2.1.1. Kvarner Family	19
II.2.1.2. Kvarner Gourmet i Kvarner Food	26
II.2.1.3. Kvarner Health and Wellbeing.....	29
II.2.1.4. Kvarner Culture	31
II.2.1.5. Kvarner Outdoor	33
II.2.2. Cruising.....	35
II.2.3. Suradnja s Ministarstvom turizma i GU HTZ-a	36
II.2.4. Suradnja s PU PG Rijeka	36
III. KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI	37
III.1. ONLINE KOMUNIKACIJE	37
III.1.1. Internet oglašavanje	37
III.1.2. SEO i SEM strategija	37
III.1.3. Upravljanje Internet stranicom	37
III.2. OFFLINE KOMUNIKACIJE	38
III.2.1. Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora	38
III.2.2. Opće oglašavanje	39
III.2.3. Odnosi s javnošću i newsletter	40
III.2.3.1. Suradnja s A.R.T. RedaktionsTeam – njemačko govorno područje	40
III.2.3.2. Suradnja s Julia Berg Consulting Ltd. – englesko govorno područje	44
III.2.3.3. Suradnja s PR Agencijom Sincro Plus Ljubljana – slovensko govorno područje	44

III.2.4. Brošure i info materijali	48
III.2.4.1. Kvarner Magazin	48
III.2.4.2. Hotelska brošura „Kvarner Hotels & Boutique Hotels, Villas, Apartments, Pansions, Hostels“	48
III.2.4.3. Kalendar događanja – Otkrij Kvarner	49
III.2.4.4. Suveniri i ostali promo materijal	49
III.2.4.5. Dotisak i tisak info i promo materijala	49
III.2.5. Mreža županijskih info punktova „Kvarner Info“	50
III.2.6. Turistička signalizacija	51
IV. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI	52
IV.1. NASTUPI NA TURISTIČKIM SAJMOVIMA	52
IV.2. STUDIJSKA PUTOVANJA NOVINARA I AGENATA	58
IV.3. „BUY CROATIA“ RADIONICE	59
IV.3.1. Druga tematska poslovna radionica Buy Croatia zdravstveni turizam na Kvarneru, 10.5. – 14.5.2016.	59
IV.3.2. Tematska poslovna radionica Buy Croatia nautički turizam na Kvarneru, 26.9. – 30.9.2016.	60
IV.4. PREZENTACIJE	61
IV.4.1. Presentacije i press konferencije u organizaciji TZ Kvarnera i u suradnji s predstavništvima HTZ-a u inozemstvu i/ili Veleposlanstvima RH te drugim subjektima .	61
IV.4.2. Poslovne radionice (workshopovi) u organizaciji predstavništava HTZ-a u inozemstvu	69
V. INTERNI MARKETING	70
V.1. EDUKACIJA	70
V.1.1. Edukacija o marketingu za HTZ, lokalne TZ i turističku industriju	70
V.1.2. Edukacija	70
V.2. AKTIVNOSTI KOORDINACIJE DJELOVANJA I NADZORA IZVRŠAVANJA CILJEVA I ZADAĆA TURISTIČKIH ZAJEDNICA OPĆINA I GRADOVA S PODRUČJA KVARNERA	70
V.2.1. Koordinacija s turističkim zajednicama s područja Kvarnera	70
V.2.2. Koordinacija turističkih zajednica Gorskog kotara	71
V.3. POTICANJE I OCJENJIVANJE IZVRSNOSTI DESTINACIJE	76
V.3.1. Djelatnik godine	76
V.3.2. Dani hrvatskog turizma 2015. – Bol, otok Brač - 26.–27.10.2016. I GODIŠNJE TURISTIČKE NAGRADE 2016	76
VI. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA	80
VI.1. ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA	80
VI.1.1. Tajni kupac na Kvarneru	80
VI.1.2. Anketa na zračnoj luci „Rijeka“	80

VI.2. SURADNJA S MEĐUNARODNIM INSTITUCIJAMA I EU FONDOVI.....	83
VI.2.1. „Šansa je u mojim rukama“ („Opportunity in my hand“)	83
VI.2.2. MALA BARKA	84
VI.2.3. MALA BARKA 2	86
VI.2.4. Ostali EU projekti	89
VI.3. PRODUKCIJA MULTIMEDIJSKIH MATERIJALA	91
VII. POSEBNI PROGRAMI.....	92
VII.1. POTICANJE I POMAGANJE RAZVOJA TURIZMA NA PODRUČJIMA KOJA NISU TURISTIČKI RAZVIJENA	92
VIII. RAZNO	93
VIII.1. IZRADA STRATEŠKOG PLANA RAZVOJA TURIZMA KVARNERA SA STRATEŠKIM I OPERATIVNIM MARKETING PLANOM 2016. – 2020. GODINE	93

UVOD

Turistička zajednica Kvarnera je za 2016. godinu vrlo oprezno planirala ostvarenje fizičkog prometa i to na razini očekivanog ostvarenja 2015. godine, odnosno, ostvarenje od 2,4 milijuna dolazaka i 13,1 milijuna noćenja.

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

1. TURISTIČKA 2016. GODINA

Nastavlja se niz „rekordnih“ turističkih rezultata na Kvarneru:

U prvih deset mjeseci 2016. godine ostvareno je 2.507.061 dolazaka i 13.703.320 noćenja, što predstavlja **porast od 5% u dolascima** te od **6% u noćenjima** u odnosu na isto razdoblje 2015. godine. U odnosu na isto razdoblje 2014. godine porast u dolascima iznosi 7%, a u noćenjima 14%. Kako se raspon godina povećava, postoci rastu pa se usporedbom prvih 10 mjeseci 2016. godine s prvih 10 mjeseci 2011. godine dolazi do podatka o porastu broja dolazaka od 12% i broja noćenja od 18% što znači da se u posljednjih 5 godina broj noćenja ostvarenih od siječnja do listopada povećao za više od 2 milijuna.

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

SAŽETAK AKTIVNOSTI

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

Na sjednicama Turističkog vijeća TZ Kvarnera kojih je održano 10, uz rasprave i usvajanje (po fazama) Strateškog plana razvoja turizma sa Strateškim i operativnim marketing planom Kvarnera 2016. – 2020. godine, raspravljalo se i o aktualnim temama, kao što su sufinanciranje i udruživanje sredstava za avio oglašavanje, zatim provođenje istraživanja o učinkovitosti i ostvarenom napretku u jačanju brenda Kvarnera, praćenje tijeka sezone i financijskog poslovanja, plan promocije, razvijanje marketing brendova i dr.

AKTIVNOSTI UPRAVLJANJA DESTINACIJOM:

- ✓ 3 sjednice Skupštine (30.ožujka, 14. listopada, a predstoji sjednica 9. prosinca 2016.)
 - ✓ 10 sjednica Turističkog vijeća (24. i 29. veljače, 4. i 31. svibnja, 29. srpnja, 31. kolovoza, 20. rujna, 6 i 21. listopada, te 30. studenoga 2016.)
 - ✓ 3 sjednice Nadzornog odbora (24. veljače, 22. srpnja i 30. studenoga 2016.)
 - ✓ brendiranje selektivnih oblika turizma:
 - Kvarner Family
 - Kvarner Gourmet i Kvarner Food
 - Kvarner Outdoor
 - Kvarner Health and Wellbeing
 - ✓ upravljanje destinacijom na primjeru turističkog proizvoda Gorskog kotara
 - ✓ suradnja sa stručnjacima iz vodećih proizvodnih turističkih segmenata
 - ✓ 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
-
- ✓ izrada „**Strateškog plana razvoja turizma Kvarnera sa Strateškim i operativnim marketing planom 2016. – 2020. godine**“
 - ✓ **intenzivno je odrađena promocija** i to ciljano na najbližim, istodobno i najvažnijim emitivnim turističkim tržištima, u suradnji s predstavništvima HTZ-a u inozemstvu i drugim partnerima:
 - ✓ **nastupi na turističkim sajmovima**
Kvarner je prisutan s info i promo materijalima na 43 sajma na 20 inozemnih tržišta, od toga:
 - 25 sajmovi – u sklopu štanda HTZ-a
 - 13 - samostalnih nastupa
 - Ostali sajmovi s partnerima
 - ✓ **više od 50 prezentacija**
 - ✓ **PR aktivnosti** na britanskom, slovenskom i tržištima njemačkog govornog područja
 - ✓ **oglašavanje** u suradnji s cca 30-ak domaćih tvrtki vrijedno 10,4 milijuna kuna. Kvarner je predstavljen u nizu publikacija, radio emisija, TV emisija, web portala, vodičima, godišnjacima i dr. i to za različite segmente turističke ponude – od općeg kataloga touroperatora, kamping vodiča, gastro vodiča, nautičkih magazina, „lifestyle“ magazina, dnevnih novina, wellness magazina i dr.
 - ✓ poticanje **Kvarnera – avio destinacije** – udruženo 4,1 milijuna kuna za sufinanciranje oglašavanja u suradnji s avioprijevoznicima i touroperatorima

- ✓ prihvaćeno gotovo 80 **studijskih putovanja novinara i agenata** s više od **350** sudionika iz više od 20 zemalja

- ✓ **web portal:**
 - unapređenje i osvježivanje sadržaja
 - društvene mreže
 - foto arhiva na webu

- ✓ **info aktivnosti:**
 - „Kvarner Info Vrata Jadrana“ i ostali turistički informativni centri na Kvarneru
 - info aktivnosti i dobrodošlica gostima
 - turistička signalizacija

OSTALE AKTIVNOSTI TZ KVARNERA

Tijekom desetomjesečnog razdoblja 2016. godine TZ Kvarnera je odradila i niz tekućih aktivnosti u sustavu turističkih zajednica:

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

2. STATISTIKA

2.1. eVisitor – informacijski sustav za prijavu i odjavu turista

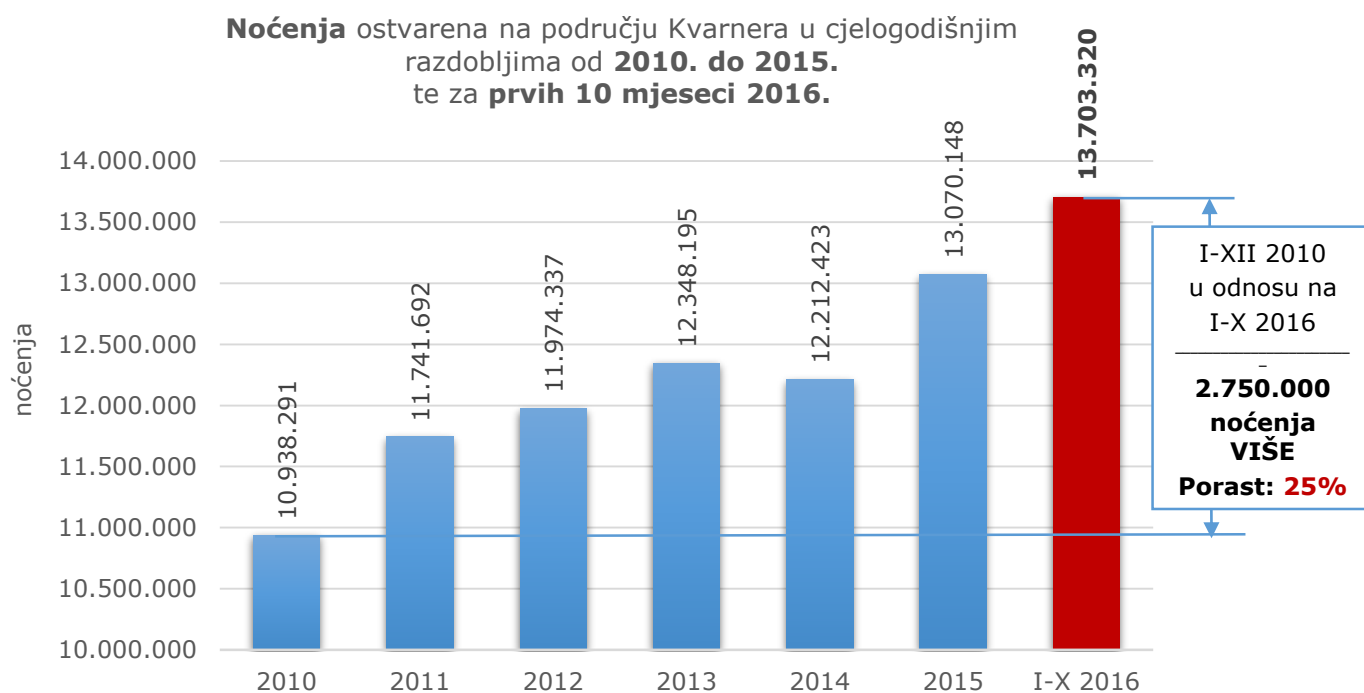
1.1.2016. realiziran je prelazak s dotadašnjih offline sustava putem kojih su turističke zajednice zasebno evidentirale i prijavljivale turistički promet na jedinstveni online informacijski sustav kojim su se povezale sve turističke zajednice u Republici Hrvatskoj - eVisitor. eVisitor omogućava dnevni uvid u stanje turističkog prometa, ažurnu bazu podataka o smještajnim objektima i pružateljima usluga smještaja, izvještavanje u statističke i marketinške svrhe u realnom vremenu ili s odmakom od najviše 24 sata te bolju kontrolu naplate boravišne pristojbe s ciljem ostvarivanja većih prihoda u sektoru turizma. Sustav je dostupan korisnicima putem interneta kao web aplikacija i bez potrebe za instaliranjem na računalo. eVisitor koristi oko 300 turističkih zajednica u Republici Hrvatskoj, 60.000 pružatelja usluga smještaja, Hrvatska turistička zajednica, Predstavništva Hrvatske turističke zajednice, Ministarstvo turizma, Ministarstvo uprave, Ministarstvo unutarnjih poslova, Carinska uprava i inspekcija, Državni zavod za statistiku te ostali sudionici. Nositelj projekta eVisitor je Hrvatska turistička zajednica. Turistička zajednica Kvarnera je dio tog sustava, a dostupan joj je uvid u podatke o turističkom prometu ostvarenom na području djelovanja turističkih zajednica članica, odnosno za područje Primorsko-goranske županije. S obzirom na to da se u 2016. godini radilo o tzv. "nultoj godini" te u sustav nisu preneseni podaci o turističkom prometu ostvarenom do 31.12.2015, usporedne analize turističkog prometa ostvarenog u 2016-oj godini u odnosu na prethodne godine kroz eVisitor nisu bile moguće. Za usporedne analize koje je tijekom godine izrađivala TZ Kvarnera korišteni su podaci sustava eVisitor za 2016. godinu, a za turistički promet ostvaren prije 1.1.2016 podaci prikupljeni anketiranjem turističkih zajednica članica.

TZ Kvarnera je tijekom 2016. godine izradila personalizirane procedure i obrasce za kreiranje usporednih izvještaja o turističkom prometu na Kvarneru. U travnju 2016. godine je TZ Kvarnera među lokalnim turističkim zajednicama provela anketu o nepravilnostima i prijedlozima za doradu informacijskog sustava eVisitor. Objedinjeni materijal je dostavljen u GU HTZ te je poslužio kao podloga koordinaciji održanoj 27. travnja 2016. godine u Opatiji u hotelu „Milenij“.

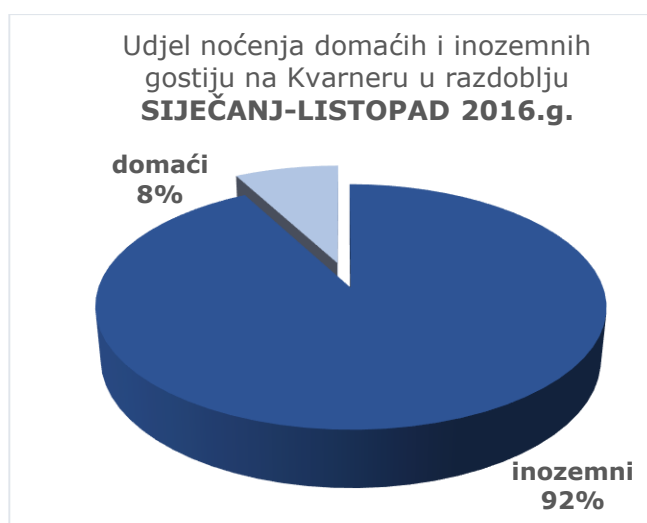
Djelatnici informatičkog odjela GU HTZ-a su na odvojenim sastancima relevantne točke iz materijala diskutirali s direktorima turističkih zajednica te s predstavnicima gospodarskih subjekata s područja Kvarnera. Veći dio uočenih nepravilnosti i prijedloga je tijekom 2016. godine u ispravljen odnosno nadograđen u module eVisitora.

2.2. Turistički promet u razdoblju siječanj – listopad 2016. godine

U prvih deset mjeseci 2016. godine ostvareno je 2.507.061 dolazaka i 13.703.320 noćenja, što predstavlja **porast od 5% u dolascima** te od **6% u noćenjima** u odnosu na isto razdoblje 2015. godine. U odnosu na isto razdoblje 2014. godine porast u dolascima iznosi 7%, a u noćenjima 14%. Kako se raspon godina povećava, postoci rastu pa se usporedbom prvih 10 mjeseci 2016. godine s prvih 10 mjeseci 2011. godine dolazi do podatka o porastu broja dolazaka od 12% i broja noćenja od 18% što znači da se **u posljednjih 5 godina** broj noćenja ostvarenih od siječnja do listopada **povećao za više od 2 milijuna**. Broj noćenja ostvarenih u prvih 10 mjeseci 2016. godine je za 25% (2.750.000 noćenja) veći od noćenja ostvarenih tijekom cijele 2010. godine.



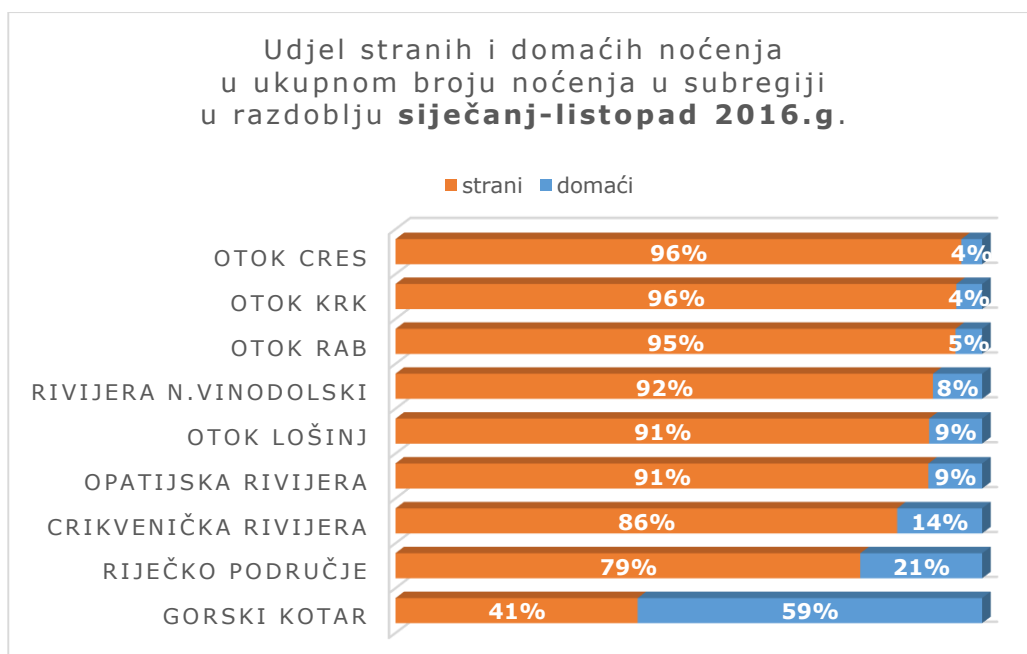
Izvor: 2010-2015: DZS; I-X 2016: eVisitor, stanje na dan 7.11.2016.



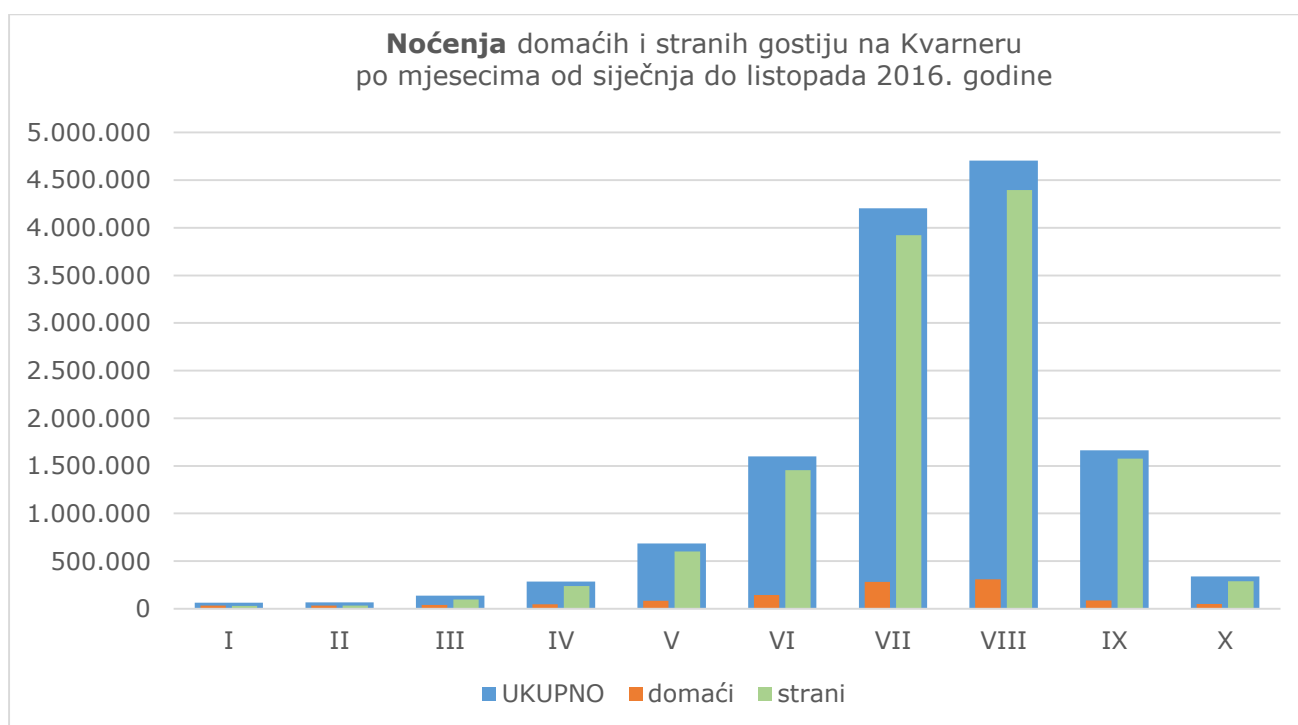
Izvor: eVisitor, stanje na dan 7.11.2016.

Domaći gosti su ostvarili 265.884 dolazaka i 1.076.028 noćenja, a **strani** 2.241.177 dolazaka i 12.627.292 noćenja. Izraženo u postocima, na domaće goste otpada 8% od ukupnog broja noćenja, a na strane 92%.

S obzirom na ukupan broj noćenja u pojedinoj subregiji, domaći gosti su najzastupljeniji u Gorskom kotaru, a najmanje su zastupljeni među gostima na otocima Cresu i Krku.



Izvor: eVisitor, stanje na dan 7.11.2016.



Izvor: eVisitor, stanje na dan 7.11.2016.

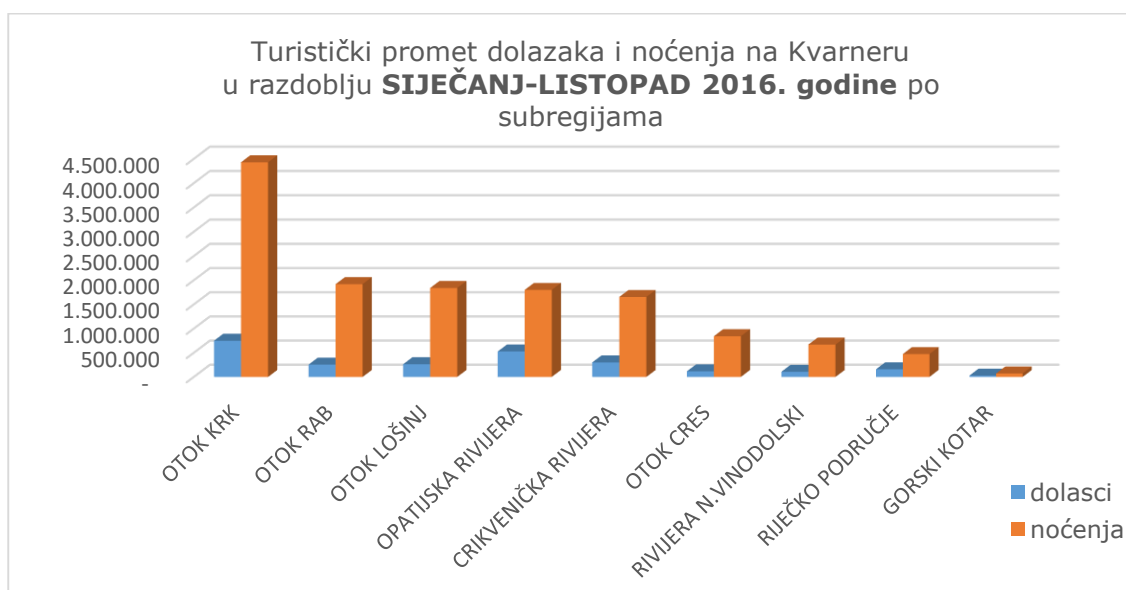
Po subregijama:

- otok Krk je ostvario najveći broj noćenja, 4.429.755, što iznosi 32,33% ukupnog udjela u županijskim noćenjima Kvarnera
- otok Rab: 1.919.939 noćenja; udjel 14,01%
- otok Lošinj: 1.840.614 noćenja; udjel 13,43%
- Opatijska rivijera: 1.800.835 noćenja; udjel 13,13%
- Crikvenička rivijera: 1.654.694 noćenja; udjel 12,08%
- otok Cres: 843.229 noćenja; udjel 6,15%
- rivijera Novi Vinodolski: 669.580 noćenja; udjel 4,89%
- Riječko područje: 473.383 noćenja; udjel 3,45%
- te Gorski kotar: 71.291 noćenja s udjelom od 0,52% u županijskim noćenjima u razdoblju od siječnja do listopada 2016. godine

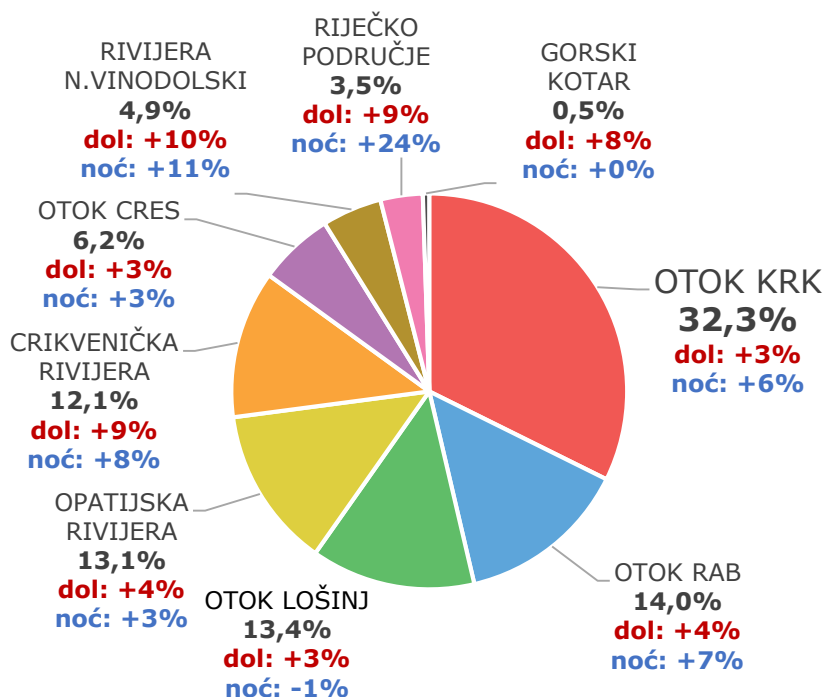
Turistički promet na Kvarneru u razdoblju siječanj-listopad 2016.g. po subregijama

SUBREGIJA	SIJEČANJ-LISTOPAD 2016.					
	DOLASCI			NOĆENJA		
	dolasci	UDJEL dolazaka	INDEKS dolazaka (Ix 16/15)	noćenja	UDJEL noćenja	INDEKS noćenja (Ix 16/15)
OTOK KRK	749.111	29,9%	103	4.429.755	32,3%	106
OTOK RAB	255.861	10,2%	104	1.919.939	14,0%	107
OTOK LOŠINJ	263.355	10,5%	103	1.840.614	13,4%	99
OPATIJSKA RIVIJERA	527.808	21,1%	104	1.800.835	13,1%	103
CRIKVENIČKA RIVIJERA	300.906	12,0%	109	1.654.694	12,1%	108
OTOK CRES	117.162	4,7%	103	843.229	6,2%	103
RIVIJERA N.VINODOLSKI	106.963	4,3%	110	669.580	4,9%	111
RIJEČKO PODRUČJE	158.528	6,3%	109	473.383	3,5%	124
GORSKI KOTAR	27.367	1,1%	108	71.291	0,5%	100
KVARNER	2.507.061	100%	105	13.703.320	100%	106

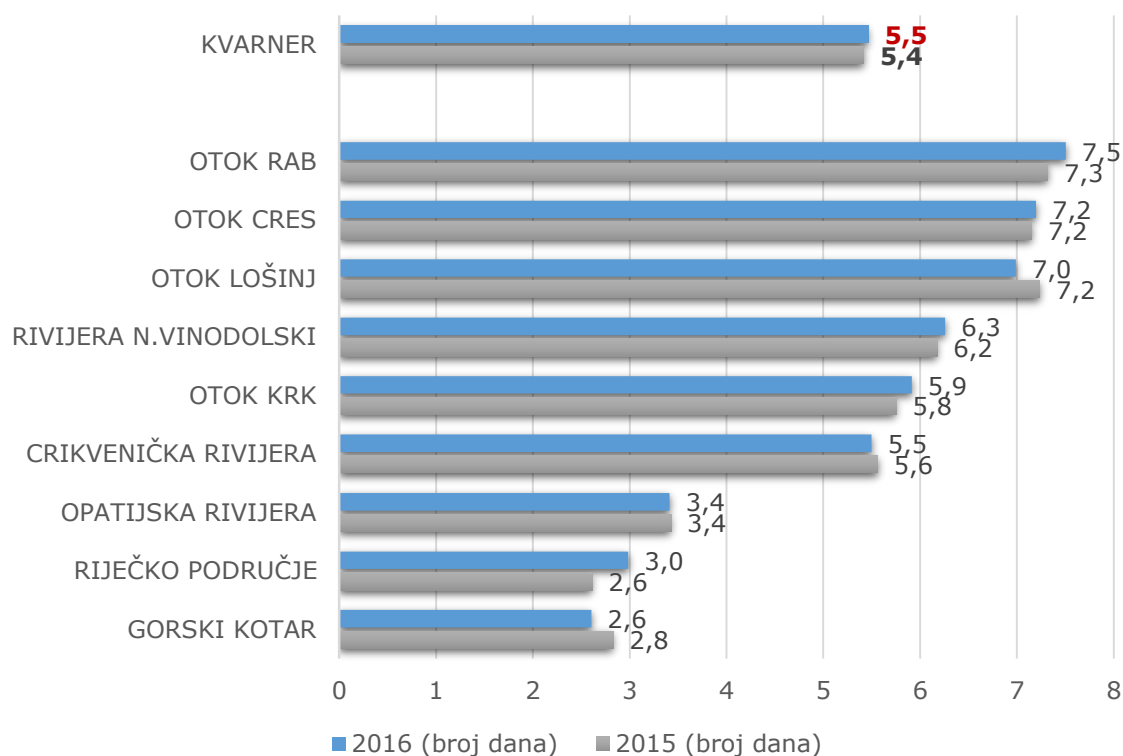
Izvor: I-X 2016.: eVisitor, stanje na dan 7.11.2016.; I-X 2015.: TZ Kvarnera temeljem ankete TZ članica



Udjel noćenja na Kvarneru i postotak rasta/pada turističkog prometa u razdoblju **SIJEČANJ-LISTOPAD 2016. godine** po subregijama



Prosječno trajanje boravka gostiju na Kvarneru u razdoblju **SIJEČANJ-LISTOPAD 2016. godine** po subregijama



Po tržištima: Najveći broj inozemnih noćenja na Kvarneru u razdoblju siječanj-listopad 2016. godine ostvarili su gosti iz Njemačke 31,1% (9% više), Slovenije 13,8% (1% više), Austrije 12,3% (10% više), Italije 9,9% (4% više) te Mađarske 5,5% (13% više).

Turistički promet na Kvarneru u razdoblju siječanj - listopad 2016. godine za prvih 12 emitivnih tržišta

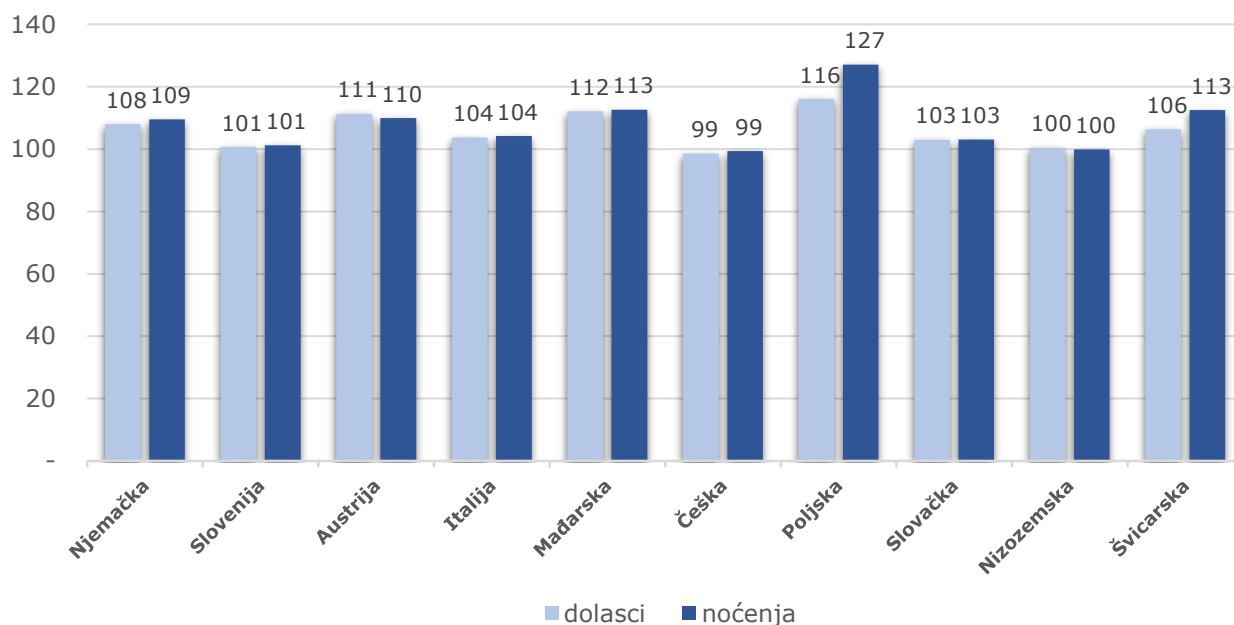
siječanj - listopad 2016.					
Rast/Pad		Turistički promet			
dolasci	noćenja	dolasci	noćenja	udjel u noćenjima	
1. Njemačka	+8%	+9%	520.402	3.923.535	31,1%
2. Slovenija	+1%	+1%	316.805	1.747.583	13,8%
3. Austrija	+11%	+10%	297.990	1.549.941	12,3%
4. Italija	+4%	+4%	252.647	1.245.329	9,9%
5. Mađarska	+12%	+13%	140.988	693.315	5,5%
Ukupni udjel					72,6%
Domaći gosti	+1%	-5%	265.884	1.076.028	7,9%

siječanj - listopad 2016.					
Rast/Pad		Turistički promet			
dolasci	noćenja	dolasci	noćenja	udjel u noćenjima	
6. Češka	-1%	-1%	97.670	647.437	5,1%
7. Poljska	+16%	+27%	88.042	560.964	4,4%
8. Slovačka	+3%	+3%	70.664	445.049	3,5%
9. Nizozemska	0%	0%	46.947	273.891	2,2%
10. Švicarska	+6%	+13%	43.033	183.045	1,4%
11. Švedska	-1%	+2%	25.717	133.813	1,1%
12. Francuska	-6%	-5%	39.456	125.086	1,0%
Ukupni udjel					18,8%

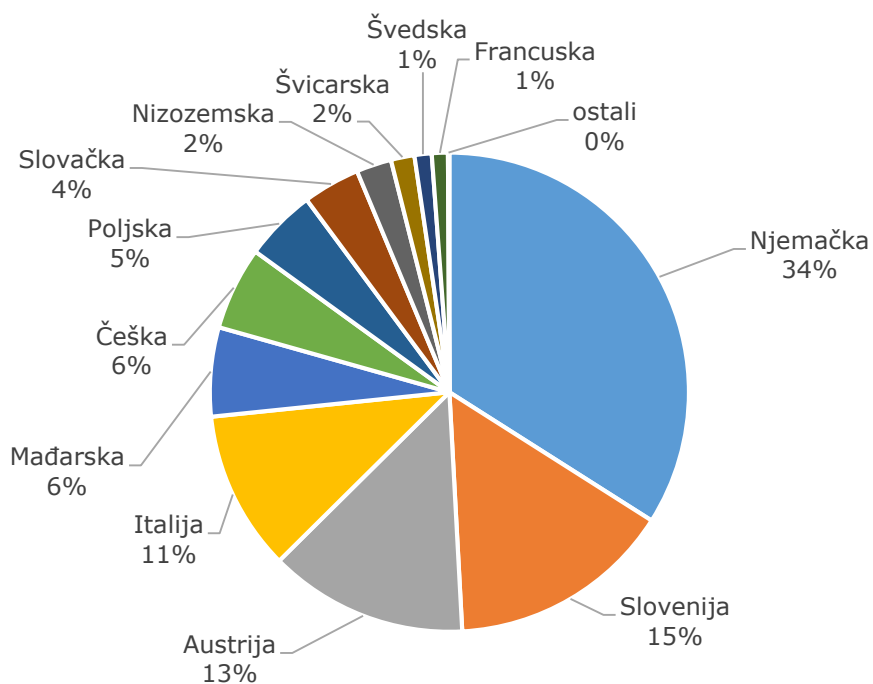
Ukupni udjel 12 TOP zemalja u ino noćenjima 91,4%

Izvor: I-X 2016.: eVisitor, stanje na dan 7.11.2016.; I-X 2015.: TZ Kvarnera temeljem ankete TZ članica

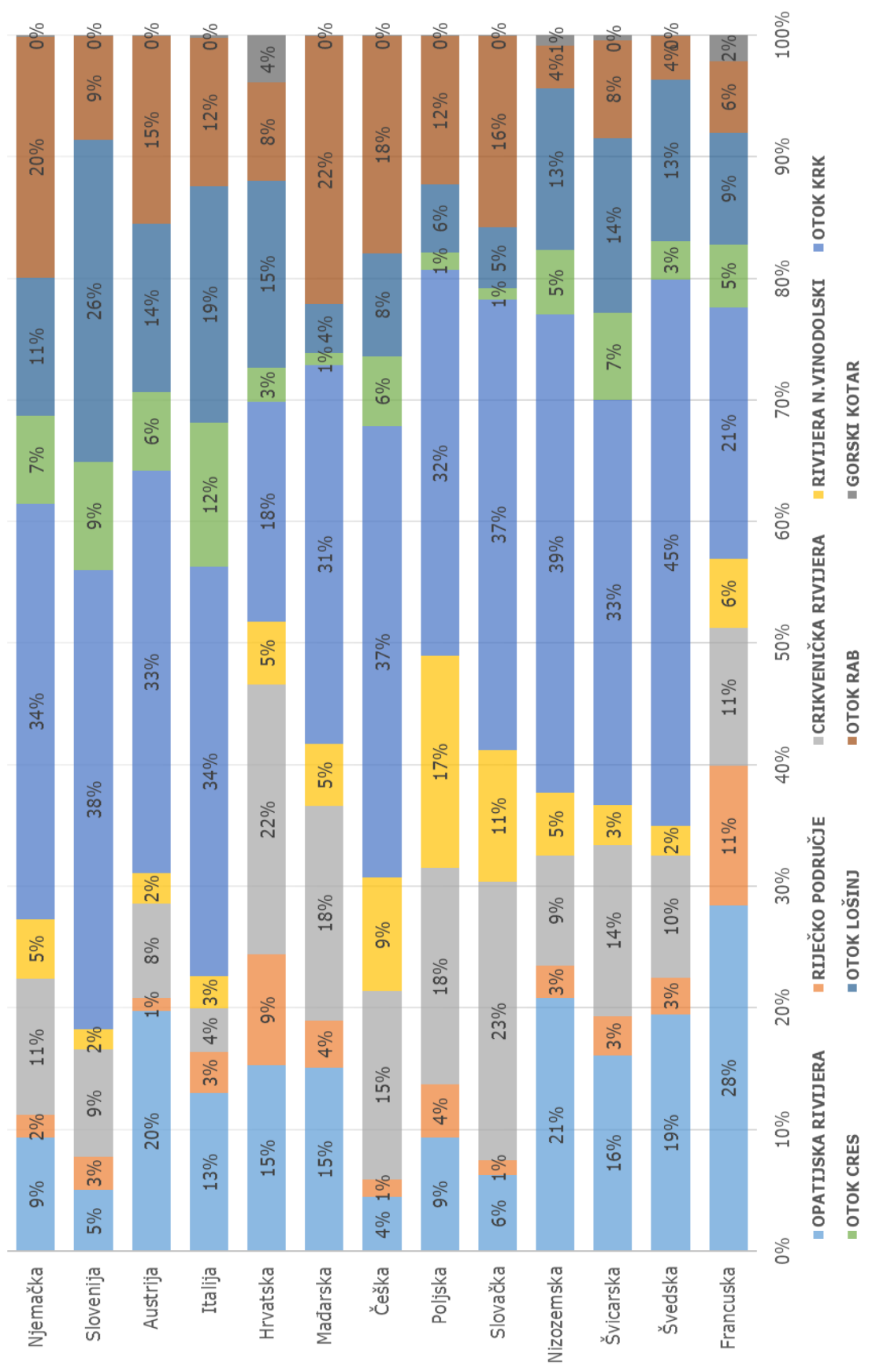
Indeks dolazaka i noćenja na Kvarneru
u razdoblju **SIJEČANJ-LISTOPAD (usporedba 2016. i 2015.)**
za prvih 10 ino tržišta



Udjel u noćenjima na Kvarneru
u razdoblju **SIJEČANJ-LISTOPAD 2016. godine**
za prvih 12 ino tržišta



**UDJEL U NOĆENJIMA GOSTIJU IZ NAVEDENIH TRŽIŠTA PREMA SUBREGIJAMA U
RAZDOBLJU SIJEČANJ-LISTOPAD 2016.**



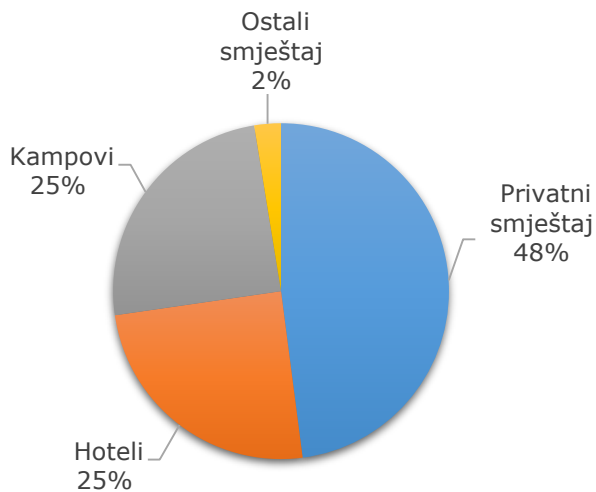
Po smještajnim kapacitetima: Najviše noćenja, 6.570.014 ostvareno je u privatnom smještaju, zatim u hotelima (3.393.150 noćenja) te u kampovima 3.388.243 noćenja.

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

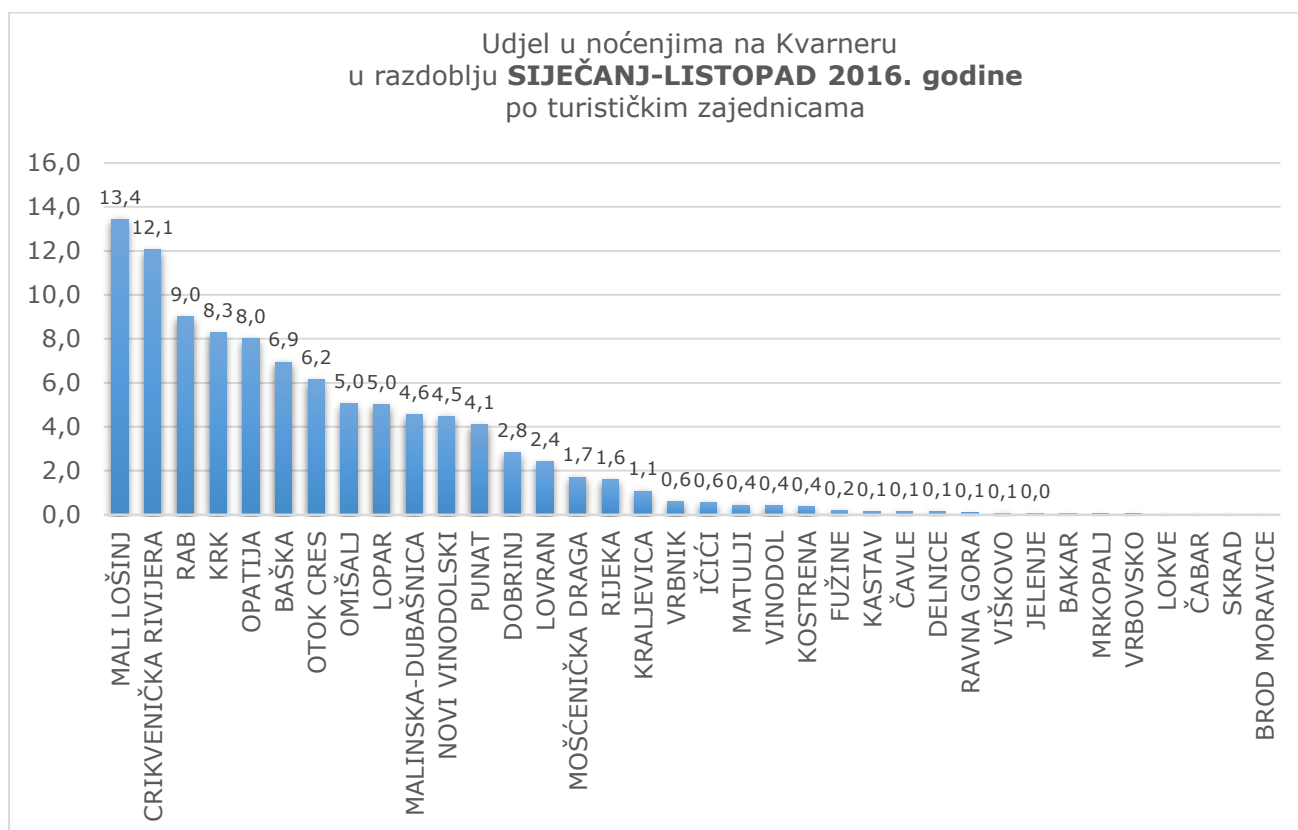
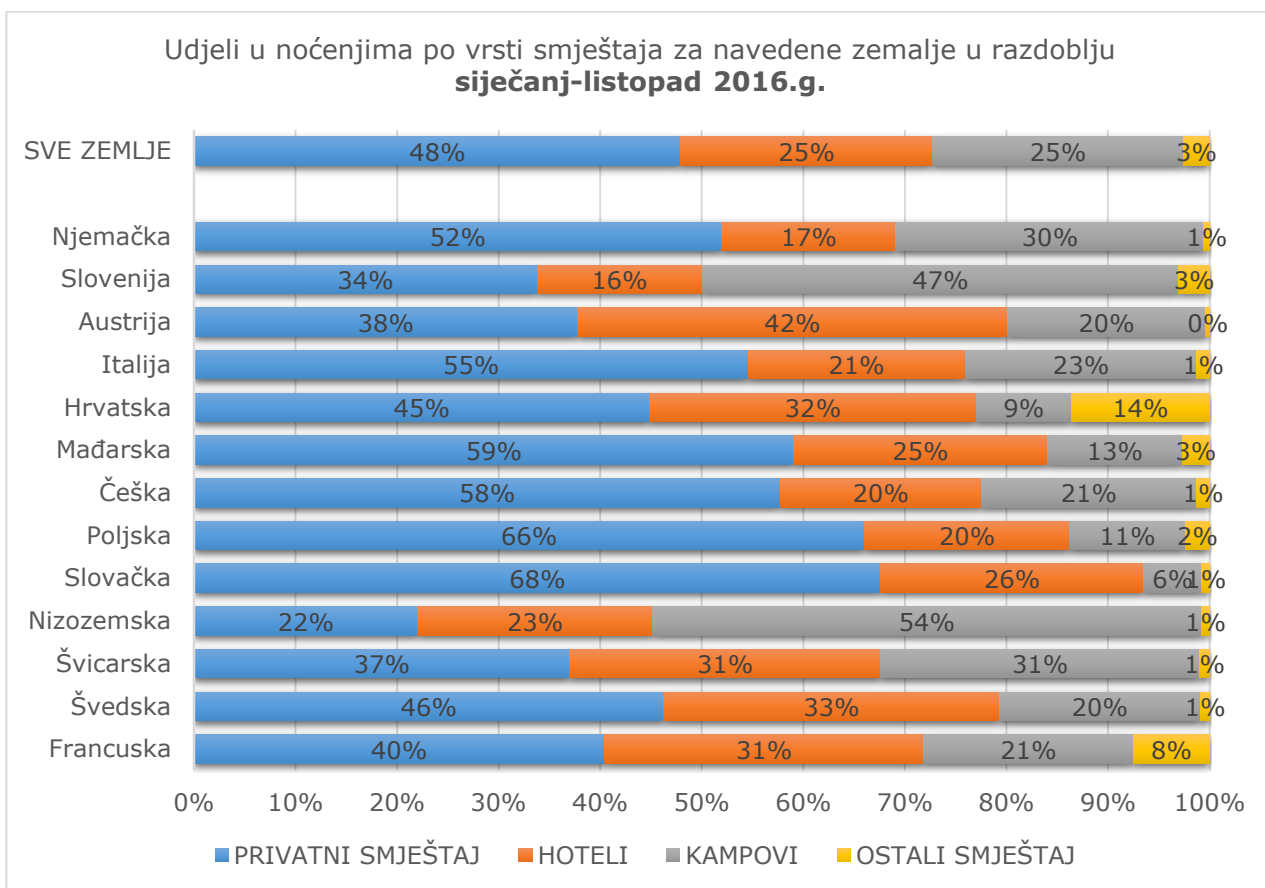
SIJEČANJ-LISTOPAD 2016.

VRSTA SMJEŠTAJA	dolasci	noćenja	UDJEL noćenja
Privatni smještaj	978.139	6.570.014	47,9%
Hoteli	891.290	3.393.150	24,8%
Kampovi	543.384	3.388.243	24,7%
Ostali smještaj	94.248	351.913	2,6%
UKUPNO	2.507.061	13.703.320	100%

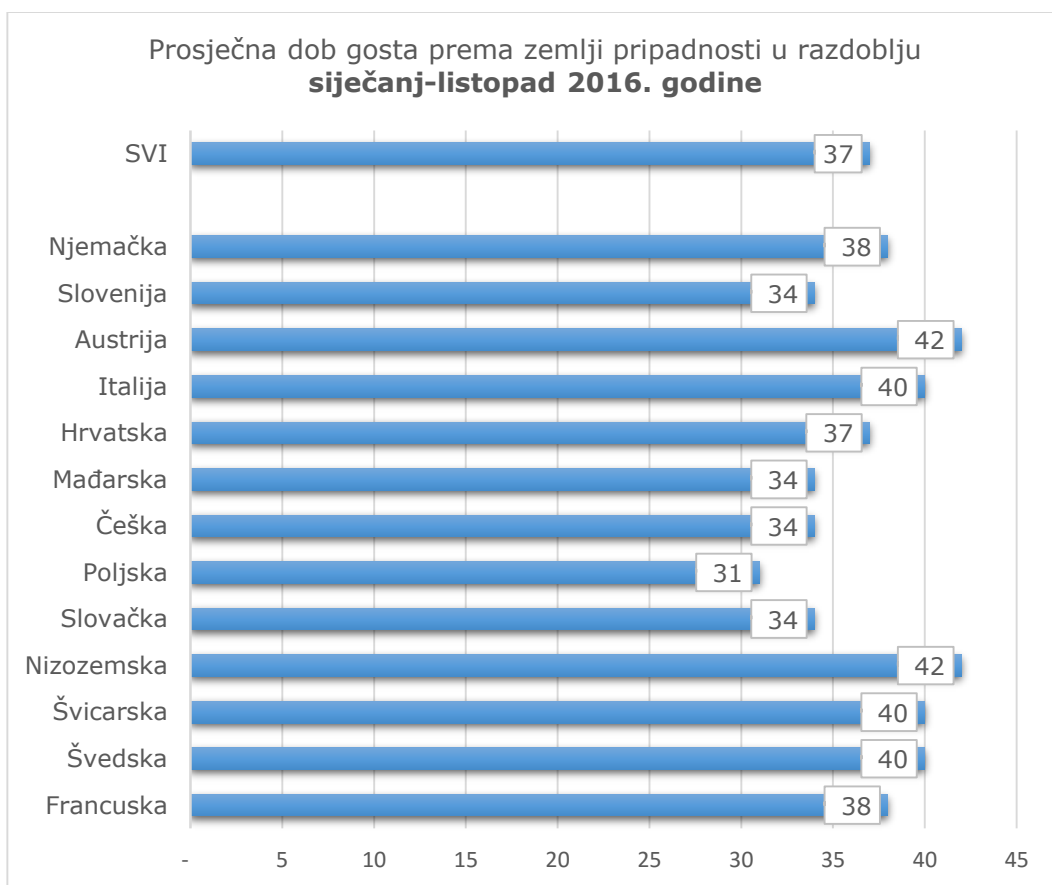
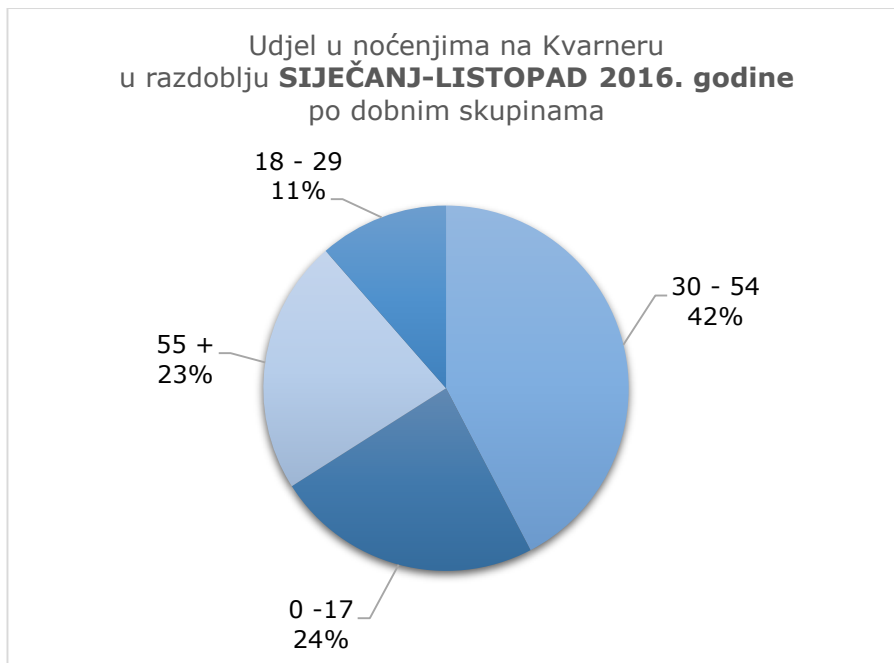
Udjel u noćenjima na Kvarneru
u razdoblju **SIJEČANJ-LISTOPAD 2016. godine**
po vrsti smještaja



Izvor: I-X 2016.: eVisitor, stanje na dan 7.11.2016.



Po dobnim skupinama: Najviše noćenja, 42%, ostvarili su gosti u dobi između 30 i 54 godine. Najmlađa dobna skupina gostiju (0-17 godina) je ostvarila 24% noćenja. Stariji od 55 godina su ostvarili 23% noćenja, a 11% noćenja otpada na goste stare od 18 do 29 godina.



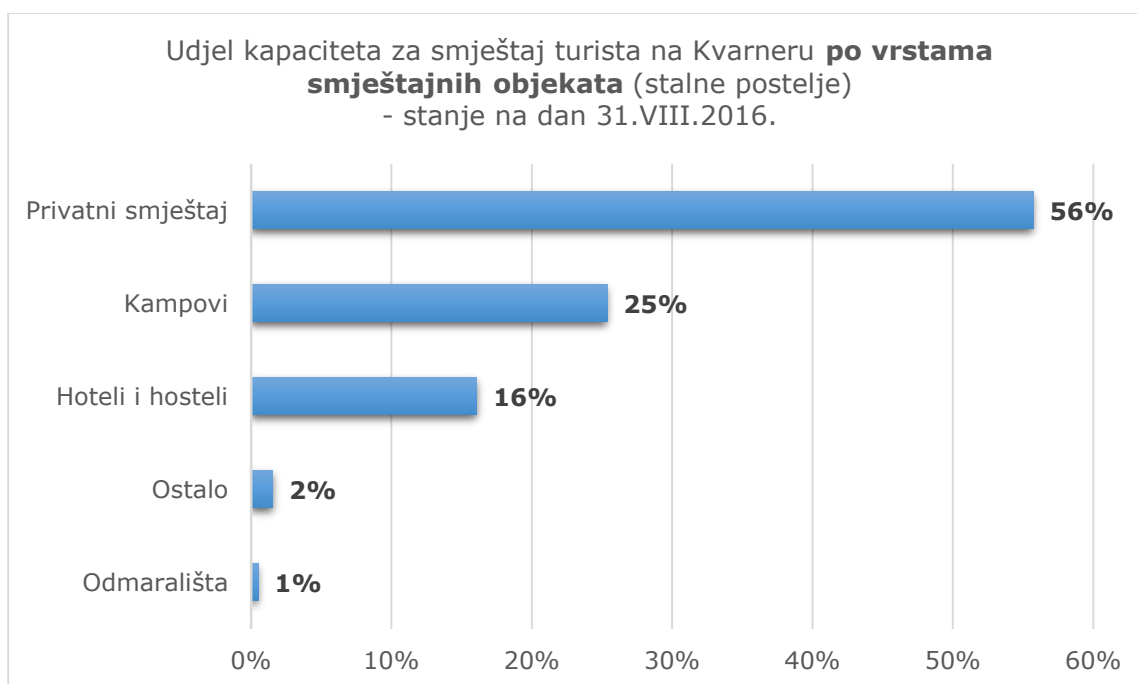
Izvor: I-X 2016.: eVisitor, stanje na dan 7.11.2016.

2.3. Kapaciteti za smještaj turista na Kvarneru – stanje na dan 31.VIII.2016.

Kapaciteti za smještaj turista na Kvarneru po vrstama smještajnih objekata - USPOREDBA stanje na dan 31.VII.2016., 31.VIII.2015. i 31.VIII.2014.

Vrsta smještaja	STALNE postelje					
	2016.	2015.	2014.	INDEKS 2016/2015	INDEKS 2016/2014	UDJEL (za 2016.g.)
Hoteli i hosteli	27.552	27.806	27.447	99,1%	100,4%	16,1%
Privatni smještaj	95.462	88.900	85.863	107,4%	111,2%	55,8%
Kampovi	43.464	42.466	44.217	102,4%	98,3%	25,4%
Odmarališta	872	1.548	1.654	56,3%	52,7%	0,5%
Ostalo	2.660	2.808	2.035	94,7%	130,7%	1,6%
<i>Brodске kabine</i>	<i>1.202</i>	<i>1.202</i>	<i>2.294</i>	<i>74,2%</i>	<i>52,4%</i>	<i>0,7%</i>
<i>prikriveni podaci</i>	<i>0</i>	<i>417</i>				
Kvarner	171.212	165.147	163.510	103,7%	104,7%	100%

Izvor: DZS, stanje na dan 31.VII.2016., 31.VIII.2015. i 31.VIII.2014.



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 djeluje kroz aktivnosti Ureda i Zajednice u skladu sa Zakonom i propisima. Sve aktivnosti TZ Kvarnera proizlaze iz zadaća navedenih u Zakonu o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 152/08) i to:

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

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

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

kotara zatim s Ministarstvom turizma, Primorsko-goranskom županijom i HGK Županijskom komorom Rijeka, Obrtničkom komorom, JLS, Hrvatskom udrugom hotelijera, UHPA, Udrugom hrvatskih marina, Kamping udrugom Hrvatske, ostalim županijskim turističkim zajednicama, hotelskim kućama, turističkim agencijama, jedinicama lokalne samouprave, medijima, PR agencijama, Sveučilištem u Rijeci i drugima te je član međunarodnih turističkih organizacija (Med Cruise – pridruženi član, UNWTO – pridruženi član, Skål Club International) i drugima.

I.2. TIJELA TZ KVARNERA

U razdoblju siječanj-listopad (s anticipacijom za prosinac) 2016. godine održane su:

- ✓ 3 sjednice Skupštine (30.ožujka, 14. listopada, a predstoji sjednica 9.prosinca 2016.)
- ✓ 10 sjednica Turističkog vijeća (24. i 29. veljače, 4. i 31. svibnja, 29. srpnja, 31. kolovoza, 20. rujna, 6 i 21. listopada, te 30. studenoga 2016.)
- ✓ 3 sjednice Nadzornog odbora (24. veljače, 22. srpnja i 30. studenoga 2016.)

Na sjednicama Turističkog vijeća TZ Kvarnera kojih je održano 10, uz rasprave i usvajanje (po fazama) Strateškog plana razvoja turizma sa Strateškim i operativnim marketing planom Kvarnera 2016. – 2020. godine, raspravljalo se i o aktualnim temama, kao što su sufinanciranje i udruživanje sredstava za avio oglašavanje, zatim provođenje istraživanja o učinkovitosti i ostvarenom napretku u jačanju brenda Kvarnera, praćenje tijeka sezone i financijskog poslovanja, plan promocije, razvijanje marketing brendova i dr.

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).

U srpnju 2016 radi potrebe distribucije tiskanog promidžbenog materijala tijekom sezone sa skladišta u Zagrebu povučen je sav materijal i otkazan je najam.

I.4. OPREMA I ODRŽAVANJE TZ KVARNERA

TZ Kvarnera ima ugovoreno redovno mjesečno održavanje uredske informatičke opreme.

I.5. KVARNER INFO – VRATA JADRANA

«**KVARNER INFO – VRATA JADRANA**» - u razdoblju 01.01. – 31.10. 2016. godine, info punkt „Kvarner Info“ posjetilo je **28.034** posjetitelja, što **14% manje** u odnosu na isto razdoblje prošle godine (01.01.2015. – 31.10.2015. 32.559 posjetitelja) od čega su s 46% najviše zastupljeni posjetitelji iz Njemačke i njemačkog govornog područja, posjetitelji iz Italije s 15%, posjetitelji iz Francuske s 10%, posjetitelji iz skupine Ostali kao i domaći posjetitelji sa 7%, posjetitelji iz Engleske sa 6%, posjetitelji iz Češke/Mađarske/Slovačke s 3%, posjetitelji iz Rusije, Španjolske i Slovenije s 2% te posjetitelji iz Nizozemske s 1%.

Ukupno je na Kvarner info punktu podijeljeno preko **30.000** primjeraka tiskanog promo materijala (u izdanju Turističke zajednice Kvarnera podijeljeno je ukupno **20.000** primjeraka tiskanog materijala, u izdanju Hrvatske turističke zajednice 800 primjeraka tiskanog materijala te u izdanju turističkih zajednica članica podijeljeno je **9.200** primjeraka tiskanog materijala Turističkih zajednica članica Primorsko-goranske županije.

II. DIZAJN VRIJEDNOSTI

II.1. POTPORE MANIFESTACIJAMA I PROJEKTIMA

U 2016. godini sredstva za potpore manifestacijama i projektima planski su bila namijenjena za potpore tematskim događanjima od nacionalnog značaja vezanim uz razvojne segmente turističke ponude, kao što je ponuda outdoor aktivnosti, razvoja kulturne ponude, te vezano uz prateće sadržaje u sklopu EU projekta „Mala barka“. Također, u cilju stvaranja prepoznatljivog imidža destinacije, te razvoja sadržaja koji omogućuju produženje turističke sezone, manjim dijelom su sufinancirane tematske manifestacije iz drugih proizvodnih segmenata.

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**

II.2.1. Razvoj marketing brendova

II.2.1.1. Kvarner Family

„KVARNER FAMILY“ je jedan od vodećih projekata povezivanja i unapređenja kvalitete i promocije obiteljskog smještaja na području Hrvatske i primjer dobre prakse kojeg provodi TZ Kvarnera. 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 preko 460 pružatelja smještaja u domaćinstvima s područja Kvarnera, a od toga 55-tak Pet Friendly iznajmljivača, 20 Bike Friendly, 20 Hike Friendly i 20 Kvarner Family agencija od koji su 4 Dog Friendly agencije. 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 u brošuri i posebnom web portalu www.kvarnerfamily.hr. Svako domaćinstvo koje nosi oznaku kvalitete „Kvarner Family“ ima pravo na besplatan upis i posluživanje na web portal „Kvarner Family“ uz postavljanje fotografija i veze prema vlastitim web stranicama.



KVARNER
Family

Oznaka kvalitete
Turističke zajednice Kvarnera

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 preko 460 iznajmljivača smještaja u domaćinstvu.

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

- **web portal Kvarner Family** – TZ Kvarnera postavila je web portal dostupan u pet jezičnih verzija, i to na engleskom, njemačkom, talijanskom, slovenskom i hrvatskom jeziku, a u suradnji s turističkim zajednicama članicama se vrši ažuriranje, dopunjavanje i održavanje. Svaki iznajmljivač predstavljen je početnom stranicom i stranicama smještajnih jedinica. Prikaz obuhvaća informacije o iznajmljivaču, 10 fotografija, pozdravni tekst domaćina, grafički prikaz ponude i sadržaja koje iznajmljivač nudi, udaljenosti od plaže, centra, trajektne luke, zračne luke, ..., stranih jezika koje domaćin koristi, pa sve do dodatnih aktivnosti u blizini (teniski tereni, ribolov, jedrenje, vinske ceste,...). Uz to, omogućeno je i korištenje Google karte s točnom lokacijom odabranog objekta i tražilicom koja omogućuje pretraživanje po mjestu, vrsti smještaja i broju zvjezdica te kalendar popunjenosti (pretraživanje po 3 kriterija: mjesto, vrsta smještaja i broj zvjezdica)
- Facebook fan stranica Kvarner Family i grupa Pet Friendly - pozitivan trend rasta broja posjetitelja, trenutno brojimo oko 3.104 fanova, 1.mjesto Hrvatska, 3. Njemačka i 5. mjesto Austrija. Doseg (Total Reach) dnevnih objava u zadanom periodu je relativno visok s obzirom na relativno malenu bazu fanova i iznosi 138.901
 - Facebook stranica ima interaktivnu Google kartu na kojoj su vidljivi svi Kvarner Family iznajmljivači
 - tijekom edukativnih radionica TZ Kvarnera animirala je i pozvala sve Kvarner Family iznajmljivače da surađuju s nama u promociji smještaja Kvarner Family putem Facebook-a i da dostave fotografije svojih domaćinstava i destinacije te kratke popratne priče o sebi kao domaćinu
 - djeluje i grupa Pet Friendly koja je namijenjena vlasnicima kućnih ljubimaca i Pet Friendly iznajmljivačima - preko 2.700 članova
- **prezentacije** – TZ Kvarnera organizirala je prezentacije na odabranim tržištima i to u okviru sajamskih nastupa TZ Kvarnera, kao i u drugim prigodama, te je promovirana ponuda obiteljskog smještaja s posebnim naglaskom na kapacitete s oznakom kvalitete Kvarner Family
- **tiskovne konferencije, redovito obavještavanje medija o stanju projekta** kao i najava i slanje press informacija nakon svake održane radionice; ostali plaćeni članci, intervjui i oglasi, u emisiji Turistička klasa Đure Tomljenovića napravljen prilog o projektu Kvarner Family
- **organizacija Dana otvorenih vrata Kvarner Family smještaja**
- **oglašavanje portala** putem online oglašavanja i to preko Facebook i Google AdWords alata; i iz toga slijedi da portal www.kvarnerfamily.hr iz mjeseca u mjesec bilježi sve veći broj posjeta s hrvatskog, njemačkog, slovenskog, talijanskog, austrijskog, slovačkog i mađarskog tržišta
 - tijekom svibnja i lipnja bilježi se povećan broj korisnika koji stranicama pristupaju putem mobilnih uređaja

- najveći broj posjetitelja na web stranice dolazi preko Google tražilice, zatim službenog web portala TZ Kvarnera www.kvarner.hr te preko oglasa u sklopu online kampanje TZ Kvarnera
- organizacija **edukativnih radionica** za nositelje kvalitete Kvarner Family
- **nastavak provedbe marketinške akcije „Obiteljski paket** kojom bi se vlasnicima obiteljskog smještaja koji su nositelji oznake kvalitete „Kvarner Family“ pomoglo u povećanju konkurentnosti apartmana s pomoćnim ležajevima tijekom perioda predsezona i posezone.
 - tijekom provedbe Obiteljskog paketa Kvarner Family iznajmljivači koji se uključe u akciju nude svojim gostima pogodnost besplatnog smještaja za djecu do 18 godina na pomoćnim ležajevima u apartmanima, „košaricu dobrodošlice“ (bocu mineralne vode i svježe voće u frižideru) i obiteljski kupon za 10% popusta na ulaznice za neku lokalnu atrakciju (panoramska vožnja brodom, vožnja taxijem, ulaznice za muzej, iznajmljivanje bicikala,...)
 - dana 05. veljače 2016. godine u Novom listu objavljen je Javni poziv za uključenje u akciju Obiteljski paket i to za Kvarner Family iznajmljivače, Kvarner Family agencije i pružatelje turističkih/ugostiteljskih usluga
 - trajanje akcije: u periodu od 15. svibnja do 30. lipnja i od 01. rujna do 15. listopada oznaka „Obiteljski paket“ istaknuta je u svim promotivnim materijalima. Kvarner Family iznajmljivači koji su se u akciju uključili na web portalu www.kvarnerfamily.hr označeni su posebnom ikonom u obliku paketa s mašnom
 - također s agencijama s oznakom kvalitete „Kvarner Family Agency“ dogovoreno je kako će ovu ponudu isticati ako imaju sklopljene ugovore s domaćinstvima koje nude ovakve pakete
 - u akciju je bilo uključeno **17 Kvarner Family iznajmljivača**, zatim **3 Kvarner Family agencija** i **8 pružatelja turističkih/ugostiteljskih usluga s područja Kvarnera** koji na svoje usluge ponudili 10% popusta
 - TZ Kvarnera je ove godine tiskala knjižicu sa svim Kvarner Family iznajmljivačima prijavljenim za Obiteljski paket u kojoj se nalaze vaucher i s popustima za taxi prijevoz, Kvarner Food restorane, iznajmljivanje bicikala, iznajmljivanje plovila, popusti na izlete brodom, popusti za Muzeje Grada Rijeke, Nacionalne parkove, a tu su i Kvarner Family agencije koje nude popust za obiteljski smještaj
 - cilj je promovirati i turističke atrakcije na Kvarneru, te domaća poduzeća koja se bave turističkom djelatnošću
- Kvarner Family iznajmljivači redovito se obavještavaju o svim **novostima i javnim pozivima Ministarstva turizma i ostalih javnih institucija** – npr. sufinanciranje izgradnje bazena, najava nacionalnog Foruma obiteljskog smještaja, razne edukacije ostalih javnih institucija, savjetovanja pri izradi Zakona, informacija i upozorenja o Internet prijevarama kroz oglašavanje obiteljskog smještaja, i ostalo
- **obavještavanje medija o stanju projekta** kao i najava i slanje press informacija nakon svake održane radionice; ostali plaćeni članci, intervju i oglasi

Podbrend projekta „Kvarner Family – Pet Friendly“



Turistička zajednica Kvarnera nastavlja raditi i na razvijanju daljnjih subbrendova projekta „KVARNER FAMILY“. Cilj je segmentirati ponudu smještaja odnosno pružiti upravo onu vrstu smještaja koju gost traži. Trenutno brojimo **55 „Pet Friendly“ iznajmljivača i 4 „Dog Friendly“ agencije, dok su nam partneri na projektu Veterinarska stanica Rijeka, 1 salon za uljepšavanje pasa te hotel za pse „Monty`s Dog Hotel“.**

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

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

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



Turistička zajednica Kvarnera s 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 ovom 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...).

Trenutno brojimo **20-tak „Bike Friendly“ iznajmljivača i 20-tak „Hike Friendly“ iznajmljivača.**

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

Kvarner Family Agency



Još 2013. godine je pokrenut podbrand „Kvarner Family Agency“ oznake kvalitete turističkim agencijama. Trenutno oznaku kvalitete nosi **26 turističkih agencija**. Za oznaku kvalitete „Kvarner Family Agency“ mogu se prijaviti sve turističke agencije koje imaju sklopljena najmanje tri ugovora o posredovanju s domaćinstvima koja nose oznaku kvalitete „Kvarner Family“.

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

Jedan od značajnih kriterija koje trebaju zadovoljiti nositelji kvalitete „KVARNER FAMILY“ je i redovito usavršavanje i permanentna edukacija. U 2016. godini Turistička zajednica Kvarnera organizirala je seriju izuzetno uspješnih i dobro prihvaćenih edukativnih radionica, na području 7 subregija Kvarnera koje je pohađalo oko 500 - tinjak iznajmljivača smještaja u domaćinstvu.

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

Edukativne radionice su realizirane u suradnji s lokalnim turističkim zajednicama uz potporu jedinica lokalne samouprave, Policijske uprave PGŽ, Ureda državne uprave PGŽ, Turističkog inspektorata PGŽ.

Edukativne teme su bile:

Iznajmljivači kao nosioci informacija o destinaciji, najaktualnija tema E-visitor prijava gosta, Kratki podsjetnik Ureda državne uprave na zakonske obaveze pri zahtjevu za kategorizaciju smještajnih objekata, Područje djelovanja turističke inspekcije – Turistička inspekcija Ministarstva turizma, Područje djelovanja carinske inspekcije – Ministarstvo financija, Brend Kvarner Family i kreditni poticaji, Predstavljane turističkih agencija nositelja oznake kvalitete „Kvarner Family Agency“, Marketinška akcija „Obiteljski paket“, Predstavljane podbrendova projekta „Kvarner family“: „Pet Friendly“, „Bike Friendly“, „Hike Friendly“, Sigurnost u turizmu – preventivne mjere sigurnosti za sprečavanje provala i krađa, Facebook stranica Kvarner Family, predstavljane rezervacijske platforme za iznajmljivače.

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

Brošura „Kvarner Family“

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

Novo izdanje tiskane brošure Kvarner Family otisnuto je na 132 stranice na hrvatskom, engleskom i njemačkom jeziku u ukupno 12.000 primjeraka. U brošuru su uključeni svi Kvarner Family iznajmljivači i sve Kvarner Family agencije, te su oni iznajmljivači koji su nositelji dodatnih oznaka kvalitete Pet Friendly, Bike Friendly ili Hike Friendly označeni posebnim ikonama.

Novo izdanje brošure Kvarner Family distribuiralo se na svim ostalima sajmovima, prezentacijama i radionicama na kojima TZ Kvarnera nastupa u okviru svojih promotivnih aktivnosti.

Monitoring projekta „Kvarner Family“

Tijekom održavanja edukativnih radionica Kvarner Family koje su se u organizaciji TZ Kvarnera i lokalnih TZ-a održavale tijekom 2016. godine provedeno je i anketiranje nazočnih sudionika za potrebe provođenja monitoringa projekta od strane Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu iz Opatije.

Istraživanja su za potrebe monitoringa projekta provedena u vrijeme održavanja edukativnih radionica Kvarner Family.

Usluge monitoringa projekta naručio je Upravni odjel za turizam, poduzetništvo i ruralni razvoj Primorsko-goranske županije te ima za cilj metodama anketiranja i osobnog ispitivanja istražiti stavove i mišljenja iznajmljivača o mogućim izmijenjenim uvjetima primjene standarda Kvarner Family. Cilj monitoring projekta je praćenje provedbe standarda Kvarner Family u okvirima obiteljskog smještaja te njena usporedba s prethodnim razdobljima.

Privremeni izvještaj – očekuje se usvajanje na sjednici Povjerenstva za provedbu Projekta „Kvarner Family“.

U Projektu monitoringa se koristi metodologija koja omogućuje benchmarking s rezultatima prethodno provedenih istraživanja:

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

Ukupno je anketirano je 163 iznajmljivača, temeljem prethodno pripremljenog strukturiranog upitnika.

Rezultati monitoringa ukazuju na sljedeće:

- primarni motivi za obavljanje pružanja usluga smještaja u domaćinstvu vezuju uz dodatne prihode (46,00%) i dodatak na mirovinu (31,60%)
- zabilježeno je smanjenje broja iznajmljivača kojima prihodi od pružanja usluga smještaja u domaćinstvu pripadaju kategoriji osnovnih (-11,30%) i dodatnih prihoda (-4,80%)
- temeljni motivi zbog kojih gosti – prema procjeni domaćina, odabiru smještajne objekte u obiteljskom smještaju su obiteljski ugođaj (36,90%), blizina dodatnih sadržaja (16,10%) i ljepota plaža (13,10 %)

- strukture objekata u kojima se pružaju usluge smještaja u domaćinstvu, najveći broj iznajmljivača nudi apartmane (66,10%), nakon čega slijede studio apartmani (20,80%), sobe (17,90 %), kuće za odmor (17,30 %) te naposljetku kampovi u domaćinstvu (0,60 %)
- prodaju vlastitih kapaciteta iznajmljivači u domaćinstvu najvećim dijelom rade samostalno - putem vlastite web stranice i drugih web alata (35,90%)
- gosti koji odabiru obiteljski smještaj za provođenje svog odmora u najvećoj mjeri koriste internet (35,90%) kao izvor informacija o smještajnom objektu, zatim slijede preporuke prijatelja (32,30%)
- polovica ispitanika (49,30%) vrši samostalno čišćenje apartmana te samo 5,6% njih koristi usluge specijaliziranih poduzeća
- u prosjeku je za čišćenje dvokrevetnog apartmana potrebno izdvojiti 106,92 minuta i utrošiti sredstva u vrijednosti od 131,84 kune
- najveći broj iznajmljivača ostvaruje prihod u rasponu od 5.001,00 -10.000,00 € (28,90%) te u rasponu od 10.001,00 -15.000,00 (18,90%) po turističkoj sezoni
- planirana buduća ulaganja iznajmljivača u najvećoj se mjeri vezuju uz podizanje kvalitete unutaršnjeg uređenja smještajnog objekta (26,80 %), povećanje kategorizacije smještajnog objekta (14,30%)

Planirane aktivnosti do konca godine u sklopu projekta:

- organizacija obilaska Povjerenstava Kvarner Family
- ažuriranje podataka popisa nositelja oznake kvalitete „Kvarner Family“ radi pripreme tiskanog izdanja brošure „Kvarner Family“
- najava novog kruga edukativnih radionicama i Dana otvorenih vratiju obiteljskog smještaja
- analiza posjećenosti web portala www.kvarnerfamily.hr i prijedlog unapređenja ovog kanala promocije
- redovito obavještavanje Kvarner Family iznajmljivača o novostima, javnim pozivima Ministarstva turizma, i ostalih institucija
- nastavak provođenja akcije „Obiteljski paket“
- razvoj i osmišljavanje novih podbrendova

⇒ Regionalni Forum obiteljskog smještaja na Kvarneru (Sajam HoReCa), 10.11.-12.11.2016. u Opatiji

Sajam HoReCa Adria održao se u kraljici turizma Opatiji, u sportskoj dvorani Marino Cvetković, s ciljem da po uzoru na najbolju svjetsku praksu na jednome mjestu predstavi ponudu i novitete dobavljača za sektor turizma i ugostiteljstva. Sajam HoReCa Adria je projekt tvrtke Info Lab Mediji i izdavača časopisa Turizam info. Na svečanom otvaranju Sajma u četvrtak, 10. studenog 2016. godine, nazočila je direktorica dr.sc. Irena Peršić Živadinov te je ujedno predstavila novosti u projektu brendiranja obiteljskog smještaja na Kvarneru **Kvarner Family, kreditni program Kvarner Family i rezultate monitoringa projekta** budući da je „Kvarner Family“ jedan od vodećih projekata povezivanja i unapređenja kvalitete i promocije obiteljskog smještaja na području Hrvatske i primjer dobre prakse kojeg provodi TZ Kvarnera.

II.2.1.2. Kvarner Gourmet i Kvarner Food



Turistička zajednica Kvarnera je u 2016. godini nastavila s provođenjem projekta *Kvarner Gourmet i Kvarner Food (pokrenutog još 2012. godine)*, 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.

Tijekom 2015. godine došlo je do korekcije kriterija radi unaprjeđenja projekta, te se sukladno tome nastavilo raditi tijekom 2016. godine. Naime, uvedene su nove kategorije unutar postojećih oznaka kvalitete:

Kvarner Gourmet – dodane su oznake 1 škamp, 2 škampa ili 3 škampa,

Kvarner Food – dodana je oznaka Food Plus (za one s osvojenih 90 do 99 bodova)

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



U 2016 godini važeći kriteriji su:

Kvarner Food (75 - 89 bodova)

Kvarner Food Plus (90 – 100 bodova)

Kvarner Gourmet (1 škamp) – 100 bodova

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

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

Dog Friendly – ugostiteljski objekti koji su prilagođeni za goste sa psima

Po primitku godišnje oznake kvalitete (koncem 2015. godine), 79 restorana istaknulo je standardiziranu ploču s logom projekta na vidno mjesto, i to:

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

Od ukupno 79 restorana njih 57 nosi dodatnu oznaku kvalitete Dog Friendly (i to 11 Kvarner Gourmet restorana, 7 Kvarner Food Plus i 39 Kvarner Food restorana).

Tijekom 2016. godine otisnuta je ažurirana brošura Kvarner Gourmet & Food, na hrvatskom i engleskom jeziku. Podignuta je na Internet stranice TZ Kvarnera, gdje se može i preuzeti, odnosno dostupna je u digitalnom izdanju. Brošura je distribuirana na svim važnijim promidžbenim aktivnostima TZ Kvarnera, od sajmova i prezentacija, do uručivanja novinarima i partnerima koji su posjetili regiju.

Aplikacija za mobilne uređaje Kvarner Gourmet & Food

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

za Iphone

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

za Android

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

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

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

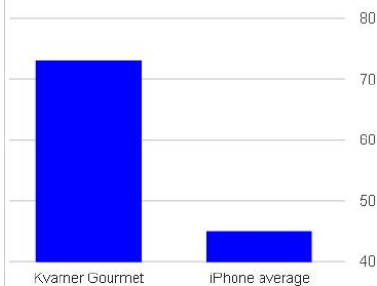
Također, izrađena je anketa u kojoj gosti-korisnici aplikacije mogu ocijeniti Kvarner Gourmet & Food restorane.

Aplikaciju je do sada preuzelo više od 242 tisuće korisnika iz 109 država.



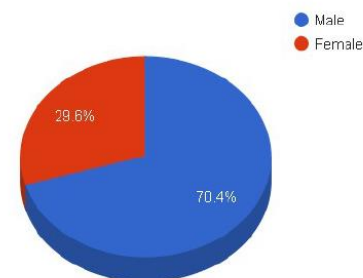
- Ukupan broj downloada mobilnog vodiča: 242.558
- Korisnici iz 109 država
- Europa: 89.0 % korisnika

Trajanje korištenja vodiča u odnosu na prosjek "Travel" aplikacija

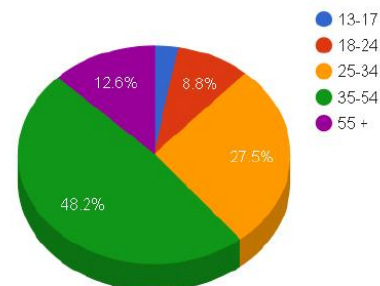
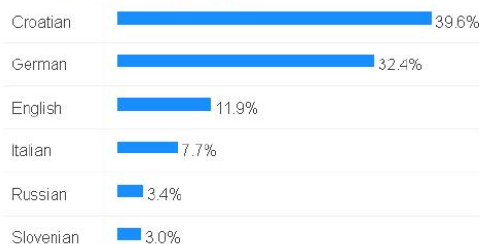


Kvarner Gourmet - mobile guide 12.09. 2016.

Profil korisnika po spolu i dobi



Profil korisnika po jezičnom profilu
(pregled najvećih udjela)



Promidžbene aktivnosti Kvarner Gourmet&Food:

Tijekom promidžbene kampanje za sezonu 2016. TZ Kvarnera je u sklopu serije prezentacija na domaćem i inozemnim tržištima predstavila projekt *Kvarner Gourmet & Food 2016./2017.*, 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. Posebno su imale odjeka prezentacije u prigodi obilježavanja Dana državnosti u Beogradu, te prezentacije u Ljubljani, kao i u Češkoj. TZ Kvarnera podržava pojedinačne akcije restorana nositelja oznake kvalitete Kvarner Gourmet u marketinškim aktivnostima.

Također, gotovo sve studijske grupe realizirane na Kvarneru imale su na programu boravka upoznavanje s gastronomijom na Kvarneru, odnosno s projektom Kvarner Gourmet i Kvarner Food. TZ Kvarnera podržala je u suradnji s PR Artredaktionsteam posjete nezavisnih gourmet novinara, koji su pisali reportaže o našim restoranima i destinaciji s poznatom gastronomskom ponudom.

Suradnja s HSK – Hrvatski Sommelier Klub

- TZ Kvarnera pokrenula je suradnju s HSK, koji na Kvarneru, u Opatiji, organizira 20. Prvenstvo Sommeliera Hrvatske, te je uz ostale aktivnosti, TZ Kvarnera pokrovitelj događaja. U pripremi su edukacije osoblja iz restorana nositelja oznake Kvarner Gourmet i Kvarner Food.

Suradnja s JRE – Jeunes Restaurateurs

– U studenom se na Kvarneru održava godišnja skupština Udruženja Jeunes Restaurateurs, te je TZ Kvarnera sudjelovala u pripremnim aktivnostima i podržati će završni „press-event“ u restoranu Draga di Lovrana, koji je nositelj oznake Kvarner Gourmet, i JRE, na kojem se očekuje dolazak najznačajnijih predstavnika medija koji prate nacionalnu gastronomiju.

Napominjemo da o ukupnoj kvaliteti gastronomske scene na Kvarneru, govori i to da od 27 hrvatskih restorana koji su ušli u prestižni gastronomski vodič GAULT MILLAU za 2017. godinu, čak 9 restorana nosi tu međunarodnu gastronomsku oznaku kvalitete, dok su 2 restorana nositelji međunarodne oznake JRE - Udruženja mladih kuhara Europe – Jeunes Restaurateur d'Europe. Obje oznake stječu se slijedom vrlo strogih međunarodnih kriterija i nenajavljenih inspeksijskih posjeta ocjenjivača.

II.2.1.3. Kvarner Health and Wellbeing



KVARNER
Health and Wellbeing

Oznaka kvalitete
Turističke zajednice Kvarnera

Kvarner destinacija zdravlja

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

Nastavno na projekt Turističke zajednice Kvarnera Kvarner Health&Wellbeing, te Strategije razvoja zdravstvene industrije Primorsko-goranske županije od 2013. do 2020. godine, te uz aktivnosti PGŽ i stručnih dionika u ponudi zdravstvenog turizma, osnovan je koncem 2014. godine

Klaster zdravstvenog turizma na Kvarneru, kojega je TZ Kvarnera članicom, a direktorica dr.sc. Irena Peršić Živadinov je članica Upravnog odbora klastera. Cilj klastera je objedinjavanje ponude i zajednička promocija, apliciranja na javne pozive ministarstava RH i fondova EU, edukacija članova klastera, zajedničko istraživanje i razvoj, te druge aktivnosti. Direktorica Turističke zajednice Kvarnera dr. sc. Irena Peršić Živadinov članica je Znanstvenog vijeća Referentnog centra za zdravstveni turizam i medicinski programirani odmor, te je aktivna u kreiranju strateških aktivnosti i rješavanju problematike u zdravstvenom turizmu Kvarnera.

TZ Kvarnera surađuje s Klasterom zdravstvenog turizma na Kvarneru, te je zdravstveni turizam i nadalje jedan od najvažnijih turističkih proizvoda na Kvarneru. Osim aktivnog sudjelovanja u radu Upravnog odbora Klastera, većina promidžbenih aktivnosti na temu ponude zdravstvenog turizma tijekom 2016. godine organizirana je i odrađena u suradnji s Klasterom zdravstvenog turizma Kvarnera.

- Primjerice, TZ Kvarnera je (17.3.2016.) sudjelovala na radionici zdravstvenog i medicinskog turizma, u prigodi održavanja specijaliziranog sajma zdravstvenog turizma Moscow Medshow u Moskvi. Na radionici i B2B susretima s predstavnicima vodećih specijalističkih zdravstvenih ustanova Ruske Federacije, predstavnicima ruskih agencija te organizatorima zdravstvenog turizma u inozemstvu, u organizaciji Hrvatske gospodarske komore i Predstavništva Hrvatske turističke zajednice u Rusiji i uz sudjelovanje Veleposlanstva RH u Rusiji, predstavljen je projekt brendiranja zdravstvenog turizma na Kvarneru. Naime, u sklopu radionice održana je prezentacije turističke ponude Kvarnera s naglaskom na zdravstveni turizam, a uz TZ Kvarnera sudjelovali su predstavnici i članovi Klastera zdravstvenog turizma Kvarnera: Terme Selce, Specijalna bolnica za opću kirurgiju i ortopediju Dr. Nemeč, Poliklinika Medico, Losinj Hotels&Villas, Dentalni centar Kalmar. Od ruskih partnera prisustvovalo je šezdesetak tvrtki i medija. Termin radionice i susreta usklađen je s održavanjem međunarodnog sajma zdravstvenog i medicinskog turizma MEDSHOW Moskva, na kojem se redovito predstavlja veliki broj stranih klinika, lječilišta i nositelja zdravstvenih programa, a koji se održava u terminu 18.- 19. ožujka, 2016. godine, te su kvarnerski sudionici na sajmu sudjelovali u sklopu štanda Paraolimpijskog Odbora grada Moskve s kojim je dogovorena suradnja i na nekoliko budućih nastupa putem međunarodnog inovacijsko-socijalnog projekta „virtualni izlagač.“
- TZ Kvarnera pokrovitelj je CIHT – Crikvenica International Health Tourism Conference, koja se održava u studenom 2016. godine u Crikvenici, a preuzete su obaveze i napravljeni preliminarni dogovori za domaćinstvo IMTJ (International Medical Travel Journal) – međunarodnoj konferenciji zdravstvenog turizma koji će se održati u Opatiji u travnju 2017. godine. U tu svrhu organiziran je prihvrat predstavnika IMTJ-a na inspekcijskom putovanju po Kvarneru, te snimljen kratak promotivni film u svrhu animiranja potencijalnih sudionika konferencije.
- Po drugi puta Kvarner je bio domaćinom tematske poslovne radionice o zdravstvenom turizmu pod nazivom BUY CROATIA, koja je održana od 10. do 14. svibnja u organizaciji Turističke zajednice Kvarnera i Hrvatske turističke zajednice, u suradnji i uz potporu turističkih zajednica Malog Lošinja, Crikvenice i Opatije. Ova radionica, koja je sastavni dio projekta Turističke zajednice Kvarnera pod nazivom Kvarner Health & Wellbeing, za cilj imala edukaciju inozemnih agenata i partnera kroz četverodnevno studijsko putovanje po

Kvarneru, koje je nakon tog inspekcijskog putovanja završilo poslovnom radionicom u opatijskom hotelu Remisens Premium Hotel Ambassador, u petak 13. svibnja 2016. godine.

- Turistička zajednica Kvarnera sudjelovala je na prezentaciji i B2B za novinare i bloggere iz cijele Njemačke na temu zdravstvenog turizma pod nazivom „Fit und Gesund“, u organizaciji PR Agentur Grafenstein Freizeit- und Tourismuswerbung GmbH, održanoj u Berlinu, 23. travnja 2016. godine.
- TZ Kvarnera i Predstavništvo HTZ-a za Skandinaviju, u suradnji s Veleposlanstvom RH u Norveškoj, organizirali su u Oslu 20.4.2016. prezentaciju turističke ponude s naglaskom na ponudu zdravstvenog turizma.
- Pod kreiranom i usvojenom sintagmom „Kvarner Effekt“ koji govori o zdravstvenom turizmu na Kvarneru, održane su brojne druge prezentacije i aktivnosti oglašavanja.
- U suradnji s Klasterom zdravstvenog turizma Kvarnera, regija Kvarner bila je predstavljena u sklopu sljedećih aktivnosti:

tržište	grad	aktivnost	aktivnost	datum 2016.
Švedska	Göteborg	Sajam	Seniormassan	23.-25. 2.
Švedska	Malmö	Sajam	Seniormassan	26.-28.4.
Švedska	Stockholm	Sajam	Seniormassan	18.-20.10.
Ukrajina	Kijev	Radionica	Sell Croatia	30.3.
Ukrajina	Kijev	Konferencija	International Medical Forum	19. – 21. 4.
Španjolska	Madrid	Konferencija	IMTJ	24. – 26.5.
Austrija	Beč	Konferencija	HTI	03.-05.3.
Slovenija	Ljubljana	Sajam	Festival za 3. životnu dob	28.-30.09.
Švicarska	Lugano	Sajam	Swiss Interntional Holiday Exhibition	30.10.-01.11.
Rusija	Moskva	Radionica	Health tourism	26.1.
Rusija	Moskva	Radionica	Health tourism	17.3.
Hrvatska	Dubrovnik	Konferencija	IUAES	07.-09.5.
Hrvatska	Zagreb	Sajam	Health and beauty	30.9.-2.10.
Hrvatska	Zagreb	Konferencija	G2 meeting - second generation	12.10.

II.2.1.4. Kvarner Culture

Turistička zajednica Kvarnera u cilju produljenja turističke sezone i poboljšanja kvalitete turističke ponude radi na razvoju kulturnog turizma, izrađen katalog kulturne ponude Kvarnera, odnosno katalog materijalnih i nematerijalnih resursa, a u sklopu drugih projekata u kojima je TZ Kvarnera partner ili pokrovitelj sustavno se razvijaju pojedini segmenti ponude kulturnog turizma. Tematska brošura „Lica kulturnog identiteta“ u izdanju TZ Kvarnera nalazi se na Internet stranici TZ Kvarnera, odnosno dostupna je u digitalnom izdanju u više jezičnih varijanti.

U 2016. godini se slijedom projekta „Mala barka“ (sufinanciranog iz EU fondova) posebna pažnja posvećivala maritimnoj baštini Kvarnera, što ostaje trajnim zadatkom. U sklopu tog projekta kreirana je i tiskana monografija na temu maritima baština na Kvarneru.

TZ Kvarnera sudjelovala je u pripremnim konzultacijama vezanim uz međunarodnu konferenciju na temu industrijske baštine posvećene 150. obljetnici izuma riječkog torpeda, kojoj je TZ Kvarnera bila pokroviteljem. Tom prigodom u organizaciji TZ Kvarnera i Udruge Pro Torpedo Rijeka održan je u Rijeci, u prostoru Muzeja grada Rijeke, 18. 5. 2016. godine

Forum kulturnog turizma industrijske baštine

U organizaciji Turističke zajednica Kvarnera i Udruge Pro Torpedo Rijeka u Muzeju Grada Rijeke održan FORUM KULTURNOG TURIZMA na temu „Industrijska baština i turizam - Izazovi i mogućnosti uključivanja u Europske rute industrijske baštine“. Forum je organiziran kao uvod VII. međunarodnoj konferenciji o industrijskoj baštini, koja je Rijeci održana (19. – 21. 5. 2016. godine) i kojom je obilježeno 150. godina izuma riječkog torpeda, prvog na svijetu. Forumu kulturnog turizma prisustvovali su predstavnici turističkih zajednica s područja Kvarnera, djelatnici iz područja kulture i kulturnog turizma, kao i članovi Udruge Pro Torpedo Rijeka. Također, Forumu su prisustvovali nasljednici obitelji industrijalca Roberta Whitehead-a, izumitelja torpeda, koji danas žive u SAD-u. Veliko zanimanje pokazali su i gosti iz Norveške, predstavnici Univerziteta za znanost i tehnologiju iz Trondheima, koji se bave izumom torpeda, odnosno tehničkim dostignućima koja je izum omogućio. Predavanje je održao Drs. Hildebrand de Boer iz Nizozemske, koji je direktor HollandRoute Foundation, te je na prezentaciji podijelio iskustva i prikazao primjere dobre prakse. Sudionici su po završetku imali priliku za pitanja i odgovore o utjecaju industrijske baštine na formiranje turističke ponude u Nizozemskoj i utjecaju te ponude na odluku potencijalnih posjetitelja za odabir destinacije.

U svim promidžbenim aktivnostima tijekom 2016. godine isticane su kulturne atrakcije, a gosti, novinari i partneri upoznavani s kulturnim identitetom Kvarnera, što je značajan motiv dolaska u destinaciju. Cijelu godinu obilježila su dva najznačajnija događaj iz područja kulturnog turizma na Kvarneru, a to je

- Otvorenje Muzeja Apoksiomena u Malom Lošinj (30.4.2016.) - nakon devet godina velikog putovanja u sklopu kojeg je privremeno boravio u Arheološkom muzeju u Zagrebu i Osijeku, muzeju antičkog stakla u Zadru, Pomorskom i povijesnom muzeju Hrvatskog primorja u Rijeci, Etnografskom muzeju Split, Muzeju i galeriji Grada Ljubljane, palači Riccardi u Firenzi, Musee de Louvre u Parizu, British Museumu u Londonu, a zatim i Paul Getty muzeju u Los Angelesu, grčki je kip vraćen u Mali Lošinj, gdje je glavni i jedini originalni element arheološkog postava u Muzeju Apoksiomena
- Proglašenje Rijeke Europskom prijestolnicom kulture 2020. godine – TZ Kvarnera sudjeluje u mnogim aktivnostima projekta, vezanim uz povezivanje projekta u cilju turističke promidžbe

Nastavno na 29.4.2016. završen EU projekt „Mala barka“, 1.10.2016. započeo je nastavak tog projekta pod nazivom „Mala barka 2“, gdje se u suradnji ukupno 8 partnera, 4 sa slovenske, 4 s hrvatske strane, nastavlja s revitalizacijom pomorske, ribarske i brodograđevne baštine Sjevernog Jadrana, što držimo od iznimne važnosti za očuvanje identiteta i za stvaranje atrakcija kulturnog turizma.

Uz sve navedeno, TZ Kvarnera prijavljena je kao partner u dva projekta iz domene kulturnog turizma za koje je tijekom 2016. godine u suradnji s partnerima obavljen niz pripremnih aktivnosti te se očekuje odobrenje projekata

- 1) Kulturno–turistička ruta „Putevima Frankopana“ - iz programa Operativni program Konkurentnost i kohezija „Priprema i provedba integriranih razvojnih programa temeljenih na obnovi kulturne baštine“
- 2) Claustra Plus - Jedan od osnovnih ciljeva projekta je definiranje i oživljavanje nove kulturno-turističke destinacije temeljene na ostacima kasnorimskog unutarnjeg obrambenog sustava – iz programa Interreg Slovenija – Hrvatska.

II.2.1.5. Kvarner Outdoor



KVARNER
Biking Trails



KVARNER
Hiking Trails

Turistička zajednica Kvarnera nastavila je s razvojem projekta Kvarner Outdoor, cilj kojeg je objediniti Kvarner putem biciklističkih i pješačkih staza, pa je tako na „Program suradnje INTERREG V-A Slovenija – Hrvatska“ kandidiran projekt Cross Outdoor pod nazivom „Očuvanje i održivo korištenje prirodnih i kulturnih resursa kroz turističku valorizaciju“. Projekt je usredotočen na promociju aktivne zaštite prirodne i kulturne baštine koja se temelji na stvaranju pametne ravnoteže između očuvanja i mobilizacije za razvoj održivog turizma. Poseban naglasak je stavljen na pokretanje te održivo i atraktivno korištenje baštine, dopunjeno poticanjem stvaranja zelenih radnih mjesta. Projekt kroz ciljeve i aktivnosti razvija i promovira prepoznatljivu zajedničku prekograničnu destinaciju održivog aktivnog turizma. Glavni rezultat projekta je kulturna i turistička valorizacija i promocija objekata prirodne i kulturne baštine kroz održivi turizam (biciklizam i pješčenje), što će dugoročno očuvati objekte prirodne i kulturne baštine te valorizacijom i promocijom na održivi način povećati broj posjetitelja kulturnih i prirodnih odredišta baštine, što će direktno pozitivno utjecati na programski pokazatelj specifičnih rezultata, koji je povećanje broja posjetitelja kulturnih i prirodnih odredišta baštine u programskom području.

U sklopu projekta, posebna pažnja posvećena je pružanju potpora manifestacijama, koje uvelike brendiraju Kvarner kao cikloturističku destinaciju. Tako je potpora pružena 2. međunarodnoj biciklističkoj utrci „Tour of Croatia“, koja je održana od 19. do 24. travnja 2016. godine, u 6 etapa, a na ovogodišnjem izdanju nastupili su timovi iz najvišeg ranga klasifikacije Svjetske biciklističke organizacije (UCI), kao i neke od trenutno najvećih svjetskih biciklističkih zvijezda. Na Kvarneru se odvijala Kraljevska etapa i to dana 22.04.2016. godine, sa startom u Crikvenici, preko Novog Vinodolskog, Bribira, Kraljevice, Gornjeg Jelenja, Rijeke, Opatije i ciljem na Vojaku, vrhu Učke.

Dana 22. travnja 2016. po završetku kvarnerske etape, na vrhu Vojak upriličena je dodjela nagrada, koje su uručili i predstavnici Turističke zajednice Kvarnera. Nastupila je 21 profesionalna ekipa, uključujući 5 World Tour biciklističke momčadi (s World Tour licencom).

Rezultati medijske analize pokazuju povećanje u odnosu na 2015. godinu, te činjenicu da je dostignuta vrlo visoka razina praćenosti projekta, što naravno dokazuje povezanost publike, potencijalnih korisnika i vrhunskog biciklizma. Ostvarene su:

- 1.143 objave u periodu od 09.02.- 19.05.2016. (slobodna procjena prije početka projekta bila je 300 objava).
 - 229 objava u tiskanim medijima - porast od 59% u odnosu na 2015. godinu
 - 431 objava na domaćim Internet medijima - porast od 35% u odnosu na 2015. godinu
 - 139 objava na stranim Internet medijima
 - 162 emitiranja na radio postajama
 - 12 emitiranja na inozemnim TV postajama
 - 44 emitiranja na domaćim TV postajama – porast od 300% u odnosu na 2015. godinu
- 173.213.581,23 kn - ukupno ostvarena komercijalna vrijednost objava
- 425.318.554,24 kn ukupno ostvarena PR (Corrected Weighted Media Cost)
- 2.455,54% ROI u odnosu na uložena sredstva, odnosno na 1 uloženu kunu, povrat ulaganja iznosi 24 kune
- Prosječno ostvarena PR vrijednost za gradove domaćine cilja i starta u 2016. godini je čak 4.500.000 kn

Nadalje, pružena je i potpora drugom izdanju jedinstvene etapne brdsko rekreativne biciklističke utrke „4 islands MTB stage race 2016.“, koja se odvijala na kvarnerskim otocima – Krku, Cresu, Lošinju i Rabu, 13.4. do 16.4.2016. godine. Na utrci je sudjelovalo 420 biciklista iz 25 zemalja: Njemačka, Austrija, Češka, Slovačka, Mađarska, Poljska, Južnoafrička Republika, Novi Zeland, Francuska, Srbija, Rumunjska, Slovačka, Rusija, Belgija, UK, USA, Kanada, Mexico, Italija, Nizozemska, Danska, Bosna i Hercegovina, Hrvatska, Slovenija, Švicarska. Tijekom četiri dana biciklisti su prošli preko 270 km zahtjevnih i raznolikih staza te upoznali ljepote kvarnerskih otoka. Ukupno je utrka dovela oko 700 gostiju koji su ostvarali oko 3.500 noćenja. Novinar Mark Blewitt iz "Marathon MTB" magazina rekao je: "Hrvatska postaje više nego samo destinacija za ljetni godišnji odmor - postaje destinacija za brdski biciklizam." Prema impresijama sudionika ovogodišnja utrka bila je najbolje organizirana utrka brdskog biciklizma u Europi. Mediji su dobro popratili utrku, te je objavljeno 120 članaka medijima.

Također, pružena je i potpora trail running utrkama (Učka trail, Risnjak trail, Hahlići trail, 5 islands trail running utrke), koje tijekom pred i posezone dovode sve veći broj trkača, koji utrke spajaju s godišnjim odmorom.

Na prijedlog Veleposlanstva RH u Kini, te na poziv udruženja „International Mountain Tourism Alliance“, TZ Kvarnera je postala jedan od ukupno 100 osnivača iz 26 zemalja i regija organizacije IMTA-e (udruženje International Mountain Tourism Alliance). Generalna Skupština i konferencija (International Mountain Tourism Conference) održana je u Xingyi, Guizhou Province, 19.-26.09.2016. godine, a TZ Kvarnera je u sklopu konferencije koje je održana 22. rujna 2016. godine, održala prezentaciju kroz koju je predstavila turističku ponudu Kvarnera i Hrvatske. Na osnivačkoj Skupštini usvojen je Statut organizacije kao i Deklaracija o osnivanju, izabrano je Vijeće na čelu s predsjednikom i dopredsjednikom te glavni tajnik organizacije.

Glavni cilj IMTA-e je zaštita gorskih/planinskih resursa i promocija održivog razvoja turizma u gorskim i planinskim krajevima.

U segmentu promocije ronilačkog turizma, TZ Kvarnera nastupila je na sajmu u Bologni na specijaliziranom sajmu Eudishow u Bologni, namijenjenom ronilačkom turizmu, u suradnji s udrugom „Kvarner Diving“ (4. – 6.3.2016. godine). Upravo se kvarnerski zaljev ističe atrakcijama i ponudom za ronioce i može odgovoriti na brojna pitanja i zahtjeve za tu nišu turističke potražnje. Olupine brodova, morske špilje, grebeni pod morem, katedrale odnosno velike podvodne pećine, izuzetno bogat podvodni svijet ribama i jastozima uz predivne gorgonije, arheološka nalazišta i druge lokacije, bit će istaknuti kao mamac za još brojnije turiste kojima je ronjenje glavni motiv dolaska na Kvarner tijekom čitave godine. Ronjenje je postalo zanimljivim oblikom aktivnog odmora, te ne postoji mjesto uz obalu Kvarnera, a da nema ozbiljan profesionalni centar u kojem je osnovno zanimanje učenje i ronilački izleti na sve poznate ronilačke destinacije u županiji.

Regionalni sportsko rekreacijski i turistički centar Platak

Na prijedlog UO za turizam, poduzetništvo i ruralni razvoj PGŽ, TZ Kvarnera uključena je u aktivnosti promocije RSC Platak, kako bi investicija u turističku infrastrukturu od strane PGŽ i niz aktivnosti zaživjele na turističkom tržištu, te kako bi se SRC Platak počeo cjelogodišnje eksploatirati kao turističko-izletnička destinacija.

II.2.2. Cruising

U 2016. 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 započela je s intenziviranjem i usmjeravanjem aktivnosti promocije Kvarnera i Rijeke kao cruising destinacije, obraćajući se direktno brodarima, te nudeći Rijeku kao moguću luku sidrenja ili privezišta, a Kvarner kao izletničku destinaciju. Rezultat višegodišnjih intenzivnih aktivnosti (od nastupa na specijaliziranim sajmovima, izdavanja brošure namijenjene isključivo brodarima, učlanjenjem u asocijaciju „MedCruise“, prisustvovanje Generalnim Skupštinama MedCruisa, održavanje B2B sastanaka, direktnog kontaktiranja brodara i dr.) jest ticanje **četrnaest kruzera u Rijeku u 2016. godini od kojih čak osam kompanija (brodovi Thomson Celebration, Silversea Cruises, Braemar, Voyager, Minerva, Saga Sapphire i Pacific Princess) bilježi prvi dolazak u riječku luku.** Kao što je već bilo uobičajeno pri pristanku brodova, upriličena je dobrodošlica kao i informativni pult kako bi gosti s broda odmah dobili sve informacije vezane uz regiju Kvarner i Rijeku. Rezultat je to zajedničkih aktivnosti Lučke uprave Rijeka, Grada Rijeke, Turističke zajednice grada Rijeke i Turističke zajednice Kvarnera, te je tako gostima kruzera prezentirana raznolika turistička ponuda regije kao destinacije za kružna putovanja. Nadalje, kako bi se regija Kvarner što bolje predstavila kao ključna destinacija za izlete putnika sa brodova za kružna putovanja koji pristaju u riječkoj luci, TZ Kvarnera nastupila je, u sklopu nastupa Lučke uprave Rijeka, i na sajmu Seatrade Cruise Global u Fort Lauderdale-u (USA) od 14. do 17. ožujka 2016. godine, najvećem svjetskom sajmu koji okuplja kruzine brodare i predstavnike luka i destinacija. U suradnji s LU Rijeka na sajmu je održan niz sastanaka sa brodarima i specijaliziranim novinarima te je podijeljen promotivni materijal.

II.2.3. Suradnja s Ministarstvom turizma i GU HTZ-a

Tijekom 2016. 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.

II.2.4. Suradnja s PU PG Rijeka

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

- **Priručnik o sigurnosti u turizmu**

Tijekom 2015. godine je otisnut dovoljna naklada priručnika 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. Dosad je Facebook stranicu Visit Kvarner „polajkalo“ više od 35.000 posjetitelja, od kojih je 25% između 35 i 44 godine, a 24% između 45 i 54 godine, i to iz Italije, Austrije i Njemačke, Hrvatske, pa Švedske, Nizozemske, Slovenije.

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, a dostupan je na hrvatskoj, engleskoj, njemačkoj i talijanskoj verziji, a za 9 jezičnih mutacija dostupne su uvodne stranice.

U razdoblju od 1. siječnja do 31. listopada 2016. godine web portal www.kvarner.hr je imao 257.281 posjeta i 210.953 posjetitelja od čega 80,9% čine posjetitelji koji su stranice posjetili prvi put, a 19,1% posjetitelja je već pregledavalo sadržaj web stranica.

Najposjećenija jezična verzija je stranica na hrvatskom jeziku (35%), slijedi engleska jezična verzija koja je zastupljena s 21%, potom njemačka s 13%, a 10% od ukupne posjećenosti ostvareno je na talijanskoj jezičnoj verziji. Udjel od preostalih 21% otpada na sve ostale jezične mutacije. Iako se sadržaji na web stranicama svakodnevno ažuriraju, postojeće web stranice Turističke zajednica Kvarnera je potrebno osuvremeniti tako da ih se redizajnira u skladu s trendovima da bi dugoročno bile učinkovite i služile svojoj svrsi. Tijekom 2016. godine započelo je planiranje koje će ujedno biti temelj za izradu prototipa web stranica u skladnim s novim strateškim dokumentima, te će se do konca 2016. godine osigurati potrebna tehnička/informatička infrastruktura. Cilj je stvoriti jednostavne, funkcionalne i pouzdane web stranice koje kod krajnjeg korisnika stvaraju dojam sigurnosti, brzine učitavanja, intuitivnosti, dostupnosti, točnosti i pouzdanosti izvora; a kojima je moguće upravljati putem kvalitetnog, pouzdanog i preglednog CMS-a (engl. Content Management System) koji omogućuje ažuriranje svih relevantnih elementa brzo i jednostavno s naglaskom na mogućnost upravljanje s više povezanih portala samo s jednog mjesta.

III.2. OFFLINE KOMUNIKACIJE

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

Javni poziv za oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora za 2016. godinu je Hrvatska turistička zajednica objavila u kolovozu 2015. godine. Javni poziv je bio otvoren do sredine listopada, kada je donesena odluka da je Javni poziv poništen, te će novi tek biti objavljen. Novi poziv objavljen je koncem listopada i bio je otvoren do sredine studenoga, a odluka je donesena u ožujku 2016. godine. Time je za 2016. godinu bilo onemogućeno kvalitetno pripremiti i odraditi marketinšku kampanju, s obzirom na to da se veliki dio medijske kampanje ostvaruje baš u razdoblju od siječnja do lipnja. Za regiju Kvarner je odobren udio sredstava GU HTZ-a od 6.016.000,00 kn za sve modele oglašavanja.

Model I a (media plan lokalnih TZ-a i TZ Kvarnera) – ukupna vrijednost odobrene kampanje – oko 3,8 mln kn / udjel lokalnih TZ-a i TZ Kvarnera 1,9 mln kn / udjel HTZ-a 1,9 mln kn. O media planu TZ Kvarnera više pod III.2.2.

Model I c (udruživanje s nositeljima smještajne ponude) – ukupna vrijednost odobrene kampanje – oko 10,4 mln kn / udjel TZ Kvarnera 310.000 kn; udjel tvrtki oko 6,3 mln kn, lokalnih TZ-a oko 1,4 mln kn, te 2,4 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 na to 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 I d (oglašavanje s avio prijevoznicima) – ukupna vrijednost – oko 4,1 mln kn / udružena sredstva na Kvarneru (PGŽ, TZ, JLS, ZL Rijeka) – oko 2,75 mln kn, te 1,35 mln HTZ. Važno je napomenuti da je za 2016. 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 31.10.2016. godine, na ZL Rijeka pristiglo je ukupno 69.535 što je na razini ostvarenja u istom razdoblju 2015. godine.

Promotivna kampanja s avio prijevoznikom odrađena je u sklopu destinacijskih mrežnih podstranica na www.ryanair.com/en/flights-to-rijeka. Oglašavanje na početnim mrežnim stranicama Ryanaira tržišta s kojima je Zračna luka Rijeka povezana je sa podstranicama Švedske, Belgije, Norveške i Velike Britanije. Oglašavanje se realizira i s poveznicom i informacijom na početnoj stranici navedenih tržišta. Uz to, odrađena je i kampanja oglašavanja s Croatia Airlines-om, Novaturas-om i Air Baltic-om.

Model I d (oglašavanje destinacijskih programa) – ukupna vrijednost – 550.000 kn / udružena sredstva na Kvarneru 275.000 kn / HTZ 275.000 kn

III.2.2. Opće oglašavanje

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

TZ Kvarnera je u 2016. godini, u suradnji s agencijom KG Media odradila vlastiti media plan destinacije te tako 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 Austriji, Njemačkoj, Danskoj, Norveškoj, Švedskoj, Italiji, Nizozemskoj i Sloveniji. Ovogodišnja kampanja odrađena je u razdoblju pred i posezone.

Cjelokupna ovogodišnja kampanja je generirala:

- o impresija (prikazivanja oglasa): 142.996.082
- o klikova na oglase: 111.895
- o konverzija: 17.343

Iskazani rezultati kampanje ubrajaju i one sa stranice kvarner.hr i sa stranice kvarnerfamily.hr, kao i rezultate oglašavanja na Facebooku. Na nivou cjelokupne kampanje, može se zaključiti da je prosječni CPM bio samo 0,37 € dok je prosječni CPC iznosio samo 0,47 €, što su odlični parametri.

U usporedbi s rezultatima iz 2015. godine, ostvaren je, po segmentima kako slijedi:

Pretraživačke (search) kampanje:

- 41,06% veći CTR (omjer klikova i impresija)
- 19,40% veći CPC (cijena po kliku)
- 2015. godine su se oglasi pojavljivali na prosječnoj poziciji 2,6 dok se ove godine pojavljuju na prosječnoj poziciji 2,0 što je promjena od 23,45%

Prikazivačke (GDN) kampanje:

- 11,57% niži CTR (omjer klikova i impresija)
- 8,93% viši CPC (cijena po kliku),

Prikazivačke (GDN) remarketing kampanje:

- 9,98% viši CTR (omjer klikova i impresija)
- 15,78% niži CPC (cijena po kliku)

Pretraživačke (search) kampanje generirale su:

- 3.712 klikova na oglase
- 99.390 pojavljivanja oglasa
- CTR (omjer klikova i impresija) od 3,73%,
- CPC (cijena po kliku) od 0,81€,
- Prosječna pozicija na kojoj se prikazuju oglasi: 2,0.

Pretraživačke kampanje zabilježile su vrlo dobre rezultate. Po relativno niskoj cijeni po kliku od 0,81€ oglasi su se prikazivali na najvišim pozicijama na Google tražilici kao rezultat pretraga za relevantne pojmove.

Prikazivačke (GDN) kampanje ostvarile su:

- 57.733 klikova na oglase
- 34.922.747 pojavljivanja oglasa
- CTR (omjer klikova i impresija) od 0,17%
- CPC (cijena po kliku) od 0,35€.

Prikazivačke (GDN) kampanje ostvarile su odlične rezultate. Visokih 34.922.747 pojavljivanja banneri i 57.733 klikova uz niski CPC od 0,35€.

Prikazivačke (GDN) remarketing kampanje ostvarile su:

- 1.586 klikova na oglase
- 405.364 pojavljivanja oglasa
- CTR (omjer klikova i impresija) od 0,39%,
- CPC (cijena po kliku) od 0,24€.

Prikazivačke (GDN) remarketing kampanje ostvarile su izvrsne rezultate. GDN remarketing kampanje bile su usmjerene na korisnike koju su prethodno posjetili web stranice, a je cilj bio vratiti iste korisnike kako bi nastavili s izvršavanjem mikrokonverzija. U usporedbi s GDN kampanjama, GDN remarketing kampanje bilježe viši CTR koji iznosi 0,39% te niži CPC koji iznosi 0,24€.

Uz online kampanju, TZ Kvarnera se predstavila i u dnevnim novinama, tiskovina kao što su Munchener Merkur magazin (Njemačka), Alpe Adria magazin (Austrija), Sub (Italija, specijaliziran mjesečnik za ronioce) Dnevnik (Slovenija), zatim na kanalu TV Vaš kanal Novo Mesto (Slovenija), u gastronomskom vodiču Juneau Restaurants de Europe i dr.

III.2.3. Odnosi s javnošću i newsletter

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

Redoviti newsletter

Priprema, oblikovanje i distribucija skupnih „newslettera“ na različite teme, koji se šalju krajnjim korisnicima (cca. 17.300 adresa) i odabranim, prvoklasnim novinarima/medijima (cca.1.500-2.000 kontakata), 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 2016

11.01.2016: Mummenschanz und Glockentanz – Karneval im Kvarner

14.01.2016: Neu: attraktives KVARNER MAGAZIN 2016 mit vielen Tipps für Ihre Ferienplan

20.01.2016: „Designhotel Navis“ unter den „Top 10-HOTELS AM MEER in Europa 2016

Ožujak 2016

07.03.2016: Per Wasserflugzeug zu den kroatischen Inselparadiesen

Travanj 2016

11.04.2016: Spargelfest auf der Insel Rab, 24.-30. April 2016

18.04.2016: Neu: Aquapark auf der Insel Losinj

22.04.2016: Erdbeerfest 2016 and der Crikvenica-Riviera

22.04.2016: Kirschenfest 2016 in Lovran

Svibanj 2016

12.05.2016: Apoxyomenos – Kroatiens antiker Frauenschwärm

23.05.2016: Familienferien mit Sandstrand an der kroatischen Adria/Crikvenica Riviera

Lipanj 2016

02.06.2016: Mittelalterliche Zeitreise auf der mediterranen Adria-Insel Rab

Srpanj 2016

18.07.2016: Adrenalin pur: die neue Zipline über dem Meer

Kolovoz 2016

16.08.2016: Bei Badetemperaturen zur Weinernte an die Adria

Rujan 2016

06.09.2016: Auf Winnetous Spuren

Listopad 2016

31.10.2016: Schokoladenfestival Opatija

Pojedinačna putovanja u 2016. godini – na prijedlog PR agencije za njemačko govorno područje

Termin	Ime	Medij	Mjesto i tema
18.03.2016	Doris Maier	Hotel & GV Praxis	Navis
20.-24.03.2016	Heinz Grötschnig	Alpe Adria Magazin	Navis
17.-24.04.2016	Peter Schönlaub	Motorrad Magazin	Miramara, Rab, Krk, Cres, Losinj,
16.-23.04.2016	Klaus Simon	Der Feinschmecker	Villa Astoria, Villa Kapetanovic, Bevanda, Navis, Kukuriku, Villa Astra, Draga di Lovrana, Johnson
20.-27.04.2016	Michael Bernleitner	Moto Mobil	Miramara, Navis
28.04.-01.05.2016	Elisabeth Brandlmaier	Woman	Villa Astra
28.04.-01.05.2016	Wolfgang Tropf	Travel4news	Rab

Termin	Ime	Medij	Mjesto i tema
28.04.-03.05.2016	Barbara Hutter	freie Journalistin & Autorin für das KVARNER MAGAZIN	Draga di Lovrana, Navis, Miramar
29.04.-01.05.2016	Catrin Neumayer	Cooking Catrin	Miramar
17.-18.05.2016	Karin Hauenstein	freie Journalistin & Autorin für das KVARNER MAGAZIN	Mali Losinj
18.-24.05.2016	Veronika Zickendraht	Freie Journalistin	Kvarner Palace, Miramar, Navis
23.-26.05.2016	Ankica Nikolic	Kurier Immo	Navis
27.-30.05.2016	Thomas Breitling	ACE Lenkrad	Losinj
02.-04.06.2016	Harald Kopeter	Magazin VIA	Navis
03.06.2016	Claudia Diemar	Freie Journalistin	Losinj
03.-05.06.2016	Katharina Prügger	Weekend Magazin	Navis
10.-12.06.2016	Bernd Affenzeller	Report	Navis
12.-17.06.2016	Gudrun Bayer	Magazin am Wochenende und Gute Reise von Nürnberger Nachrichten und Nürnberger Zeitung	Cres, Villa Astra, Miramar
18.06.-01.07.2016	Michael Ölkens	Hifi stars	Kvarner Palace, Rab, Rovinj
21.-23.06.2016	Thomas Cernak	Freier Journalist	Losinj
28.-30.06.2016	Friederike Brauneck	Wanderlust	Gorski Kotar
02.-04.07.2016	Doris Barbier-Neumeister	Die Presse, Wienerin, Luna Magazin, Tios for Kids	Kvarner Palace
24.07.-03.08.2016	Michael Juhran	Freier Journalist	Rab, Kvarner Palace, Miramar
24.-28.07.2016	Lilo Solcher	Freie Journalistin	Rab
25.-28.07.2016	Andreas Lesti	Freier Journalist	Rab
09.-15.09.2016	Sabine Mattern	Freie Journalistin	Krk, Losinj
12.-17.09.2016	Nicole Ullmann	Tobeyutiful.com	Kvarner Palace, Navis
14.-18.09.2016	Stephanie Humm	Urlaubsguru.at	Kvarner Palace, Rab
14.-21.09.2016	Lucia Prokasky	Reise Motorrad	Gorski Kotar, Kvarner Palace, Rab, Krk, Cres, Losinj

Ukupno je posredstvom PR agencije prihvaćeno 29 novinara iz Njemačke i Austrije.

Posebne PR aktivnosti 2016.

a) lobiranja i kontakti s novinarima

U cilju održavanja kontakata i održavanja dobrih poslovnih odnosa s nizom novinara, te u cilju redovitog informiranja o novostima na Kvarneru i jačanja medijskog doživljaja regije, predstavnici A.R.T. RedaktionsTeama u suradnji s TZ Kvarnera novinare animiraju na razne teme, održavaju sastanke, tj. posjećuju ih u njihovim redakcijama (npr. Beč, München, Berlin, Hamburg). Dodatno lobiranje za regiju Kvarner ostvaruje se prilikom

svih ostalih razgovora s novinarima. Cilj tih razgovora je brend Kvarner trajno etablirati u svijesti novinara da bi se medijsko poimanje ove regije pojačalo.

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

S velikim angažmanom A.R.T. RedaktionsTeam podržao je izradu posebnih visokotiražnih reportaža. Posebice kod odgovaranja na pojedinačna pitanja novinara A.R.T. je kompetentan sugovornik te daje potrebne podatke radi što intenzivnije komunikacije brenda Kvarnera.

c) **Lobiranje na ITB u Berlinu od 9. do 13. 3. 2016:**

A.R.T. RedaktionsTeam zastupao je regiju Kvarner u razgovoru s novinarima na ITB u Berlinu tijekom trajanja cijelog sajma.

Izdvojeni press-razgovori tijekom godine:

15.02.2016: poslovni press ručak u Hamburgu

16.02.2016: poslovni press ručak u Berlinu

25.04.2016: press razgovori u BMW-Welt München

20.5.2016: individuelle razgovoru u okviru godišnjeg skupa na Food Editor Clubs (njemački gourmet novinari)

28.06.2016: razgovori u okviru prezentacije knjiga „111 Orte in Istrien und an der Opatija-Riviera, die man gesehen haben muss“ u Beču

29.06. 2016: press razgovori u Beču

28.09.2016: individualni razgovori prilikom prezentacije Guide Gault Millau 2017

06. – 08.10.2016: individualni razgovori u okviru godišnje skupštine udruge njemačkih putnih novinara u Bad Wörishofen

10.10.2016: press razgovori tijekom poslovnog press ručka u Hamburgu (18 novinara)

pojedinačni razgovori s novinarima u uredu A.R.T.-a tijekom cijele godine

d) **Dodatne reportaže**

Uz PR aktivnosti za Adria-Relax-Resort Miramar, Hotel Kvarner Palace i Designhotel Navis, kao i u kooperaciji sa Schlosshotels & Herrenhäuser (Villa Astra) nastale su dodatne reportaže o regiji Kvarner. Studijska putovanja novinara u hotelu Miramar, Navis i Villa Astra gotovo su uvijek rezultirale atraktivnim izvještajima o Opatiji i opatijskoj rivijeri.

Reportaže o hotelu Kvarner Palace privlače značajnu pozornost na crikveničku rivijeru i otok Krk (Vrbnik)

Uz to za Jadranke

e) **Kvarner-Magazin**

Kvarner Magazin, objavljen po prvi puta u 2015. godini, stvorio je ključnu osnovu za sveukupni rad prema novinarima i za PR aktivnosti. Tiskani magazin s integriranom kartom destinacije omogućio je direktan i nekomplikirani način informiranja novinara o raznolikosti regije. Od 2016 sastavni dio Kvarner magazina je popis hotela, hostela i kampova na Kvarneru. Izdanje Kvarner magazina i dalje prima samo pohvale svih korisnika kojima je došao u ruke, od samih gostiju koji su ga razgrabili na sajmovima

i prezentacijama, novinara kojima se nudio u svim važnijim press centrima i dostavljao na kućne adrese, pa do partnera touroperatora i Predstavništava HTZ-a. Cilj Kvarner Magazina je isticanje Kvarnera kao privlačne, raznolike i cjelogodišnje turističke destinacije, potaknuti goste i novinare na osobni dolazak u destinaciju te na objavu autentičnih reportaža i priloga, koji se uobičajenim oglašavanjem ne mogu financirati.

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

TZ Kvarnera petu 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. Posebno su, također u mjesečnim newsletterima obrađene teme ronjenja na Kvarneru, kvarnerskih otoka, razlozi za dolazak na Kvarner u rujnu i listopadu, ljetna događanja, Advent u Opatiji i Rijeci i drugo.

Za istaknuti je animacija, dovođenje i obrada inspekcijskog studijskog putovanja agenata touroperatora Prestige Holidays iz Velike Britanije, a s ciljem upoznavanja kapaciteta i proizvoda Kvarner Gourmet & Food, Kvarner Outdoor. Također, na Kvarneru su posredstvom PR-a boravili novinari Mail on Sunday, Daily Mirror-a, Dive Magazine-a, Guardian-a. Do sada realizirane objave imaju vrijednost preko 1 mil. EUR-a, uz doseg od više od 8 mil. čitatelja.

III.2.3.3. Suradnja s PR Agencijom Sincro Plus Ljubljana – slovensko govorno područje

Redoviti newsletter

Priprema tekstova i fotografija, prijevod, oblikovanje i distribucija skupnih „newslettera“ na različite teme, koji se šalju krajnjim korisnicima (cca. 5.300 adresa) i odabranim, prvoklasnim novinarima/medijima (cca.600 kontakata svih medija u Sloveniji), 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 2016

Zakupljen software za distribuciju newslettera i distribuiran prvi newsletter na slovenskom jeziku, na sljedeće teme:

Maškare na Kvarneru

Kvarner Gourmet

Kvarner

Veljača 2016

Pripremljen, oblikovan i distribuiran newsletter, u dogovoru s TZŽ Kvarnera, na sljedeće teme:

Bodi, kar si želiš in pridi na reški karneval

Karneval v Opatiji

Crikveniške maškare

Kvarnerska kulinarika

Ožujak 2016

Pripremljen, oblikovan i distribuiran newsletter, u dogovoru s TZŽ Kvarnera, na sljedeće teme:

Marec v Opatiji – oaza wellnessa
Goranski pjat - Fužine
Sedem korakov do spomladi - Opatija
Velika noč na Kvarnerju
Novosti na Kvarnerju

Travanj 2016

Pripremljen, oblikovan i distribuiran newsletter, u dogovoru s TZŽ Kvarnera, na sljedeće teme:

Tour of Croatia – 4. etapa na Kvarnerju
4 islands MTB Race
Teden špargljev na Kvarnerju
Festival cvjetja in Photo Hike - Baška
Novosti na Kvarnerju

Svibanj 2016

Pripremljen, oblikovan i distribuiran newsletter, u dogovoru s TZŽ Kvarnera, na sljedeće teme:

Apoksiomen se je vrnil domov
Krki spring bike adventure
Gourmet zgodba Opatije in Reke
KrEKO fešta od jagnjetine Omišalj
Festival jagod – Crikvenica
Novosti na Kvarnerju

Lipanj 2016

Pripremljen, oblikovan i distribuiran newsletter, u dogovoru s TZŽ Kvarnera, na sljedeće teme:

Teden plave ribe - Crikvenica
Creska ovca - Loznati
Gourmet zgodba opatije in Reke
Fešta od šurlic - Punat
Fešta od tune - Jadranovo
Novosti na Kvarnerju

Srpanj 2016

Pripremljen, oblikovan i distribuiran newsletter, u dogovoru s TZŽ Kvarnera, na sljedeće teme:

Rabska fjera - Rab
Margaretino leto - Bakar
Kastafsko kulturno leto - Kastav
Ljeto na ljetnoj - Opatija
Ljetne priredbe - Krk
Novosti na Kvarnerju

Kolovoz 2016

Pripremljen, oblikovan i distribuiran newsletter, u dogovoru s TZŽ Kvarnera, na sljedeće teme:

Ružica Vinodola – Novi Vinodolski
Ribarski dani - Punat
Malinska craft beer fest -Malinska
Krčka jadra - Krk
Liburnia Film Festival - Opatija
Novosti na Kvarnerju

Rujan 2016

Pripremljen, oblikovan i distribuiran newsletter, u dogovoru s TZŽ Kvarnera, na sljedeće teme:

Nerezinska rega ta - Nerezine
Bečki tjedan - Opatija
Cres&Lošinj trail weekend
Festival gljiva i jesenskih plodova – Ravna Gora
Festival Kvarner - Opatija
Novosti na Kvarnerju

Listopad 2016

Pripremljen, oblikovan i distribuiran newsletter, u dogovoru s TZŽ Kvarnera, na sljedeće teme:

Baška Outdoor festival - Baška
Jazz ex tempore - Opatija
Marunada u Lovranu
Novosti na Kvarnerju

Blog „SPOZNAJMO KVARNER“

Otvorena i zakupljena domena na Wordpressu pod imenom www.spoznajmokvarner.com. U dogovoru s TZŽ Kvarnera biraju se teme koje mogu biti motivirajuće za dolazak slovenskih gostiju. Osobni odlazak na destinaciju, priprema tekstova i fotografija, prijevod, oblikovanje i distribucija blog priča o Kvarneru. Priče se objavljuju na FB Visit Kvarner, kao i na društvenim mrežama portala Objemi Hrvaško.

Siječanj 2016

Zakupljena domena, postavljena stranica, fotografije i uvodni tekstovi

Travanj 2016

*Objavljena priča – **Vabljeni na Kvarner** - uvodni interview s direktoricom TZŽ Kvarnera – objavljen u elektronskoj reviji Potnik.si
Realiziran boost posta blog priče na FB Objemi Hrvaško – doseg 11.149 pogleda, 275 like-ova, kao i 95.000 čitatelja revije Potnik.si*

Svibanj 2016

*Objavljena priča – **Kvarner – raj za aktivne** – distribuiran na dr. mrežama objemi Hrvaško i Visit Kvarner*

Lipanj 2016

Objavljena priča –**Crikvenica prebuja svojo ribiško tradicijo** – distribuiran na dr. mrežama objemi Hrvaško i Visit Kvarner

Srpanj 2016

Objavljena priča –**Vrbnik, mesto tradicije, žlahtine in prijaznih ljudi** – distribuiran na dr. mrežama objemi Hrvaško i Visit Kvarner

Listopad 2016

Objavljena priča –**Punat živi z oljkami** – distribuiran na dr. mrežama objemi Hrvaško i Visit Kvarner

U pripremi – **ADVENTNA OPATIJA**

Administriranje društvene mreže Facebook Page Visit Kvarner na slovenskom jeziku/ vlastita mreža Objemi Hrvaško – Facebook, Instagram, Twitter, Google Plus

Od glavnog administratora preuzeto administriranje slovenskog govornog područja, na kojem se objavljuju aktualnosti u kvarnerskoj turističkoj ponudi, priprema, oblikovanje, prijevod tekstova i postiranje. Uključeno kreiranje video-slide show-a i video klipova s ponudom Kvarnera, kao i priprema objava za najvećeg slovenskog touroperatora Kompas Ljubljana (35.000) te objave na mrežama Objemi Hrvaško (cca 5.000):

Veljača – 13 FB post objava

Ožujak – 14 post objava

Travanj – 7 objava Visit Kvarner, 8 objave Objemi Hrvaško

Svibanj – 8 objava Visit Kvarner, 8 objave Objemi Hrvaško, 5 objava Kompas FB

Lipanj – 10 objava Visit Kvarner, 12 objava Objemi Hrvaško

Srpanj – 10 objava Visit Kvarner, 13 objava Objemi Hrvaško

Kolovoz – 11 objava Visit Kvarner, 14 objava Objemi Hrvaško

Rujan – 11 objava Visit Kvarner, 12 objava Objemi Hrvaško

Listopad – 8 objava visit Kvarner, 14 objava Objemi Hrvaško

Press Clipping na slovenskom tržištu

Prikupljanje, obrada i distribucija svih napisa o Kvarneru na slovenskom tržištu – on-line i off-line, na ključne riječi Kvarner, kvarnerski otoci, Opatija, Rijeka, Reka, Crikvenica, Vinodol, Lošinj, Krk, Cres, Rab, Gorski kotar, kvarnerska rivijera, opatijska rivijera, crikvenička rivijera, turizam na Kvarneru

Siječanj – distribuiran prvi press clipping za razdoblje IX-XII 2015.

Veljača – 15 dnevnih clippinga s ključnim riječima

Ožujak – 17 dnevnih clippinga s ključnim riječima

Travanj – 15 dnevnih clippinga s ključnim riječima

Svibanj – 16 dnevnih clippinga s ključnim riječima

Lipanj – 18 dnevnih clippinga s ključnim riječima

Srpanj – 17 dnevnih clippinga s ključnim riječima

Kolovoz – 18 dnevnih clippinga s ključnim riječima

Rujan – 16 dnevnih clippinga s ključnim riječima

Listopad – 16 dnevnih clippinga s ključnim riječima

Komunikacija sa slovenskim medijima, lobiranje za uključenje tematike Kvarnera i priprema te prijevod materijala

Radi održavanja visokog nivoa prisutnosti TZŽ Kvarnera radi se kontinuirano na održavanju kontakata i održavanja dobrih poslovnih odnosa s nizom novinara, održavaju se sastanci i međusobni susreti te posjete u njihovim redakcijama.

Isto vrijedi i za najveće touroperatore i agencije na slovenskom tržištu koje se snabdijeva s informacijama, fotografijama i tekstovima o turističkoj ponudi Kvarnera.

- Priprema i obrada te uključenje velikog intervjua sa direktoricom TZŽ Kvarnera u najvećem dnevnom časopisu „Dnevnik“ Ljubljana, urednik turizma – Vito Avguštin
- Priprema i obrada te uključenje velikog autorskog članka u Niki, izdanju Dnevnika, na temu Kvarnerska kulinarika – Gourmet, recepti i fotografije – urednica Vesna Levičnik
- Realiziran mailing na bazu Kompas stranaka od 120.000 primatelja – izbor najboljih plaža na Kvarneru, priprema tekstova, obrada fotografija i distribucija
- Realizirana nagradna igra za građenje e-mailing baze, sponzori h. Omorika i Vila Ariston – distribucija na 40.000 primatelja, pridobiveno 1.800 novih e mail adresa
- U suradnji s TZŽ Kvarnera realiziran posjet slovenskog novinara i gastro kritičara Mihe Štamcara kvarnerskim gourmet restoranima, koji je rezultirao njegovim objavama u Dnevnik-u Ljubljana

III.2.4. Brošure i info materijali

Naglasak u 2016. godini:

- Kvarner Magazin
- Nova hotelska brošura Kvarnera

III.2.4.1. Kvarner Magazin

Pripremljen 2015. godine, otisnut 2016. godine u nakladi od 20.000 primjeraka, u formatu A4, 64 stranica knjižnog bloka + 4 stranice omota, ukupno 68 stranica, na njemačkom jeziku, a premijerno predstavljen na sajmu CMT 2016 u Stuttgartu.

III.2.4.2. Hotelska brošura „Kvarner Hotels & Boutique Hotels, Villas, Apartments, Pansions, Hostels“

Izdana prvi puta u 2016. godini i premijerno predstavljena na sajmu „f.re.e.“ u Münchenu u formatu A5, opsega 120 stranica (knjižni blok + omot) u ukupnoj nakladi od 5.000 primjeraka na njemačkom (2.000 komada) i engleskom jeziku (3.000 komada) po prvi puta daje detaljan prikaz kvarnerskih hotela, butik-hotela, villa, apartmana, pansiona i hostela.

III.2.4.3. Kalendar događanja – Otkrij Kvarner

Kalendar događanja „Otkrij Kvarner 2016“ tiskan je u nakladi od 70.000 primjeraka na 5 jezika (hrvatski, engleski, njemački, talijanski i slovenski) u formatu (A5). Distribuiran je na lokalne turističke zajednice, turističke informativne centre i mrežu info punktova.

III.2.4.4. Suveniri i ostali promo materijal

Tijekom 2016. godine TZ Kvarnera sukladno potrebama dala je izraditi vrećice lavande s logom TZ Kvarnera, te razne roll-up-ove sukladno proizvodnom portfelju TZ Kvarnera.

Ostali promo materijal:

- TZ Kvarnera ugovorila je snimanje promidžbenog filma o nautičkoj ponudi Kvarnera za Nautical Channel jedini je specijalizirani kanal posvećen nautičkom turizmu i putovanjima (emitiranje programa 24 sata dnevno, 7 dana tjedno, na engleskom, njemačkom, francuskom i ruskom jeziku, s dosegom od 40-ak zemalja svijeta i 100-ak milijuna gledatelja). Snimljene su 2 polusatne emisije, a preporučeni termin prikazivanja je kraj 2016. ili početak 2017. kao uvod u sezonu 2017. godine. TZ Kvarnera u posjedu je video materijala te će ih koristiti u daljnjoj promidžbi nautičke ponude.

III.2.4.5. Dotisak i tisak info i promo materijala

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

- Katalog smještaja Gorskog kotara, ažurirano izdanje, dotisak, naklada 5.000 komada, na engleskom jeziku (vidi više pod V.2.2.)
- Bike brošura Gorski kotar – dotisak, dvojezično izdanje (hrvatski/engleski), 5.000 komada
- Bike karta Gorski kotar – dotisak, dvojezično izdanje (hrvatski/engleski), 5.000 komada
- Kalendar događanja „Gorski kotar 2016/2017“, prvo izdanje, hrvatski jezik, 5.000 komada (vidi više pod V.2.2.)
- Kvarner Family – treće izdanje (2016), 3 jezika (hrvatski, engleski i njemački), 12.000 primjeraka
Kvarner Family – Obiteljski paket – knjižica s vaucherima , 150 komada
- E visitor letak (Obveznik - prijava i odjava turista, Obveznik - uređivanje objekta, Obveznik - poništavanje / izmjena, Obveznik – financije), 2.000 komada
- Kvarner Gourmet&Food - izdanje za 2016/2017, 2 jezika (hrvatski i engleski), 5.000 primjeraka

U pripremi:

- Kvarner Magazin – treće izdanje, realizira se s ugovornom PR agencijom za njemačko govorno područje, A.R.T. Redaktionsteamom. Tiskat će se do konca 2016. godine u nakladi od 20.000 primjeraka, u formatu A4, 64 stranica knjižnog bloka + 4 stranice omota, ukupno 68 stranica, a prva distribucija bit će na sajmu CMT 2016 u Stuttgartu od 14. do 22.1.2017. godine
Od ukupno 68 stranica, na 8 stranica predstaviti će se 8 subregija: Opatija i Opatijska rivijera, Rijeka i Riječki prsten, Crikvenica i Novi Vinodolski sa zaleđem, Krk, Lošinj, Cres, Rab i Gorski kotar. Distribucija se vrši prema odabranim novinarima posredstvom PR

agencije (1.500 primjeraka) i predstavništava HTZ-a u Njemačkoj, Austriji i Švicarskoj (2.500), na odabranim turističkim sajmovima u Njemačkoj, Austriji i Švicarskoj (3.000). Turističkoj zajednici Kvarnera i turističkim zajednicama Kvarnera dostavlja se 13.000 primjeraka za daljnju distribuciju

- Kvarner Family četvrto izdanje (2016), 3 jezika (hrvatski, engleski i njemački), 12.000 primjeraka

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

Info punkt „Kvarner Info - Zračna luka Rijeka“

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

Ponedjeljak	07:00 – 19:00
Utorak	08:00 – 19:00
Srijeda	08:00 – 19:00
Četvrtak	08:00 – 19:00
Petak	08:00 – 19:00
Subota	14:00 – 22:00
Nedjelja	07:00 – 14:00

- Ukupno je u razdoblju **1.04.2016. do 31.10.2016.** Info punkt «Zračna luka Rijeka» posjetilo **22.821** posjetitelja i to po zemljama kako slijedi:
- Iz Njemačke i zemalja njemačkog govornog područja **6.469** posjetitelja, odnosno **28,35%**
- Iz Hrvatske **4.323** posjetitelja, odnosno **18,94%**
- Iz Skandinavije **3.189** posjetitelja odnosno **13,97%**
- Iz Velike Britanije **1.945** posjetitelja, odnosno **8,52%**
- Iz Latvije **1.000** posjetitelja, odnosno **4,38%**
- Iz Izraela **928** posjetitelja, odnosno **4,07%**
- Iz Belgije/Francuske **900** posjetitelja, odnosno **4,07%**

U usporedbi s istim razdobljem prošle godine, kada je info punkt posjetilo 24.906 posjetitelja uočava se smanjenje za 8%.

III.2.6. Turistička signalizacija

Turistička zajednica Kvarnera organizirala je demontažu pozdravno – oproštajnih ploča na 12 lokacija zbog dotrajalosti istih. U 2016. objavljen je nov Pravilnik o turističkoj i ostaloj signalizaciji na cestama (NN 64/16) i u suradnji s resornim odjelima PGŽ utvrđeno je da nov Pravilnik ne omogućava udruženo prikazivanje loga i naziva županije i županijske turističke zajednice.

Za samostalno postavljanje nove signalizacije na 12 lokacija za svaku zasebno potreban je

- najam cestovnog zemljišta za reklamne ploče po m² iznosi 37,00 kn mjesečno (PDV uključen) za ukupno 36,5 m² odn. 16.206,00 kn/godišnje
- izrada prometnog elaborata za vjetrovite lokacije potrebna je izrada studije utjecaja vjetra i statike
- podnijeti zahtjev za postavljanje reklamnih ili turističkih ploča na našu adresu
- trošak očevida (po prijeđenim kilometrima vozila i utrošenom vremenu na očevidu) i izdavanja Suglasnosti(187,50 kn)
- izrada grafičkog rješenja
- izrada ploča

Stoga TZ Kvarnera ovu aktivnost obavlja u suradnji s PGŽ.

IV. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI

IV.1. NASTUPI NA TURISTIČKIM SAJMOVIMA

Turistička zajednica Kvarnera je u razdoblju siječanj-listopad 2016. godine sudjelovala na **43 sajma, na 20 inozemnih i domaćem tržištu**, od toga je većina nastupa realizirana u sklopu nastupa HTZ-a, zatim u suradnji s partnerima, a najvažniji sajmovi realizirani su pojačanim nastupom u organizaciji TZ Kvarnera.

Sukladno Programu rada s financijskim planom za 2016. godinu Turistička zajednica Kvarnera odradila je promotivne aktivnosti, od kojih su sajamski nastupi i poslovne radionice najintenzivniji bili u prvom dijelu godine (dobrim dijelom pripremljeni još u prethodnoj godini), kao i prezentacije.

Osim na samostalnim sajamskim nastupima, Kvarner je predstavljen

- a) u sklopu sajмова Hrvatske turističke zajednice, a to su u 2016 godini bili: New York, Utrecht, Beč, Stuttgart, Madrid, Leeuwarden, Düsseldorf, Herning, Ljubljana, Bratislava, Zürich, Bruxelles, München, Milano, Beograd, Prag, Nürnberg, Essen, Tulln, Berlin, Pariz, Moskva, Stockholm, Dubai, te u studenom London
- b) u sklopu nastupa Klastera zdravstvenog turizma Kvarnera tijekom 2016. godine Kvarner je predstavljen kao destinacija zdravlja na raznim nastupima u Gothenburgu, Malmo-u, Stockholmu, Kijevu, Madridu, Beču, Ljubljani, Luganu i Moskvi, kao i u Dubrovniku te Zagrebu.

Sajamski nastupi TZ Kvarnera:

⇒ **New York – NY Times Travel Show** - 8. – 10. 1. 2016. – u suradnji s Predstavništvom HTZ-a New York

U New Yorku je, u konferencijskom centru Javits od 8. do 10. siječnja održan trinaesti po redu New York Times Travel Show, najveći turistički sajam na istočnoj obali SAD-a, na kojem je među više od 500 izlagača iz 150 zemalja svijeta svoju turističku ponudu predstavila i Hrvatska, a TZ Kvarnera bila je suizlagač, uz hotelsku kuću Lošinj Hotels & Villas, turističku agenciju Katarina Line, te uz turističke zajednice Grada Zagreba, Dubrovačko-neretvanske županije i Grada Dubrovnika. Ponuda Kvarnera kao atraktivne mediteranske destinacije predstavljena je i na posebnoj prezentaciji u sklopu interaktivne radionice „Meet the Experts“, a u sklopu nagradne igre dodijeljen je nagradni boravak u „Lošinj Hotels&Villas“.

⇒ **Stuttgart – CMT** – 16. – 24. 1. 2016. – štand Kvarnera sa 6 suizlagača

TZ Kvarnera imala je vrlo zapažen nastup na sajmu CMT u Stuttgartu, koji je posjetilo 220.000 posjetitelja u potrazi za atraktivnim destinacijama. Sajam CMT u Stuttgartu drži svjetski rekord najposjećenijeg turističkog sajma.) Stoga je i ovogodišnji nastup pripremljen kao vrlo zahtjevan projekt, zakupljena su dva štanda u 2 različite hale, a Kvarner je predstavljen i na trećoj sajamskoj lokaciji u još jednoj hali, na velikom štandu HTZ-a. Angažirani su stručni informatori, suizlagači i pripremljene aktivnosti tijekom 9-dnevnog izlaganja. Također, proveden je natječaj

za odabir izvođača štanda te je odabrana ponuda za najfunkcionalnije i najatraktivnije uređenje štanda.

Naime, Turistička zajednica Kvarnera koja kao nositelj nastupa predstavlja ponudu cijelog Kvarnera, predložila je turističkim zajednicama i predstavnicima gospodarstva, prvenstveno kampova, da se uključe u zajednički nastup, i tako racionalizirati sredstva, povećati zajedničku promidžbu i maksimalno iskoristi mogućnosti promocije.

Na poziv TZ Kvarnera odazvali su se sljedeći subjekti, koji su na štandu Kvarnera imali svoj izlagački/radni prostor, obilježen prepoznatljivostima svoje destinacije, a to su:

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

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

→ **Jadranka Kampovi d.o.o.**

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

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

(Kamp Rapoća, Kamp Lopari)

→ **Cresanka d.d., Cres**

(Autokamp Kovačine, Kamp Zdovice)

→ **Imperial d.d., Rab**

(Autokamp San Marino – Lopar, Autokamp Padova III)

→ **TZ Grada Crikvenice**

Da bi gostima kampistima na pregledan način prikazali cjelokupnu kamping ponudu Kvarnera, TZ Kvarnera izdala je brošuru „Kvarner Camping“ u kojoj je detaljno prikazano 36 kvarnerskih kampova i 14 mini-kampova, a bila je to jedna od najtraženijih brošura na specijaliziranim kamping i turističkim sajmovima u 2016. godine, na kojima je nastupila TZ Kvarnera.

Također, TZ Kvarnera sudjelovala je na tradicionalnom susretu s bloggerima, na kojem se predstavljaju aktualnosti iz turističke ponude destinacije i iz branše uopće.

U sklopu nastupa Kvarnera na sajmu CMT u Stuttgartu Gorski kotar posebno predstavljen kao destinacija za aktivni odmor

Posebna prilika bilo je i predstavljanje na dvodnevnom sajamskom „eventu“, na temu aktivnog odmora pod nazivom „Fahrrad-& Erlebnis Reisen 2016“, koji CMT organizira u hali u kojoj se predstavlja ponuda bicikala i biciklističke opreme. Na štandu Kvarnera suizlagači su bili agencija Katarina line, te Gorski kotar kao destinacija aktivnog odmora. Naime, u organizaciji Turističke zajednice Kvarnera, odnosno Koordinacije turističkih zajednica Gorskog kotara, po prvi puta se objedinjeno predstavlja Gorski kotar na njemačkom tržištu, što je rezultat udruženih zajedničkih aktivnosti goranskih destinacija, koje koordinira TZ Kvarnera. Turistička zajednica Kvarnera i ovom aktivnošću želi prezentirati i pozicionirati potencijal Gorskog kotara na svjetskoj turističkoj outdoor ponudi. Za tu prigodu izrađeni su posebni vizuali s motivima Gorskog kotara, kojima je štand označen i dekoriran, a posjetiteljima se dijeli image brošura Gorskog kotara, turistička karta Gorskog kotara, te biciklistička karta „Goranska biciklistička transverzala“. Za potrebe promidžbe na ovom i ostalim sajmovima, web adresa www.gorskikotarbike.com prevedena je na njemački jezik. No, uz Gorski kotar i ponudu specijalizirane agencije kao suizlagača, na kvarnerskom štandu predstavljene su outdoor aktivnosti cijele destinacije Kvarner. Na prvom mjestu su biciklizam i pješačenje, što uz samu aktivnost u prirodi, podrazumijeva i ponudu za smještaj prilagođenu

potrebama tih gostiju sa specijalnim interesom. Tu do izražaja dolazi ponuda obiteljskog smještaja s oznakom „Kvarner Family“, koji su svoju ponudu prilagodili te im je Turistička zajednica Kvarnera dodijelila dodatne oznake kvalitete „Bike Friendly“ i „Hike Friendly“. Direktori turističkih zajednica iz Gorskog kotara su u organizaciji TZ Kvarnera posjetili sajam i sudjelovali u prezentaciji Gorskog kotara te se upoznali s trendovima u ponudi tog rastućeg segmenta turističke ponude. Naglasak prezentacije bio je na zajedničkom projektu „Gorski kotar bike“ – 400 km biciklističkih staza koja povezuje biciklistički sport, turističke, kulturne, prirodne i zabavne sadržaje u Gorskom kotaru. Mobilna aplikacija „Gorski kotar bike“ također je nadopunjena je regionalnom biciklističkom kartom i brošurama Gorskog kotara i prevedenom web stranicom www.gorskikotarbike.com na njemački jezik.

Zanimljivost o kojoj je razgovarano na sajmu:

Remake TV filma „Winnetou“, snimljen prema njemačkom istoimenom bestselleru i stoga iznimno popularan i omiljen u Njemačkoj, snimao se na lokacijama u Gorskom kotaru i zaleđu Novog Vinodolskog, a emitirat će se na njemačkom RTL-u u vrijeme Božića 2016. godine. Turistička zajednica Kvarnera započela je planiranje zajedničke promocije u 2017. godini s poznatim njemačkim glumcem Wotanom Wilke Moehringom („Tatort“, „Hindenburg“ i dr.), koji u remake-u „Winnetou“-a glumi jedan od glavnih likova - kauboja Old Shatterhand-a.

Najtraženiji promidžbeni materijal Kvarnera na sajmu u Stuttgartu i drugim sajmovima **Nagrađivani KVARNER MAGAZIN**

„Kvarner Magazin“ najuspješniji je promidžbeni materijal u izdanju Turističke zajednice Kvarnera, premijerno je bio predstavljen na prošlogodišnjem CMT-u u Stuttgartu (2015.) i od tada je najtraženiji ne samo na sajmovima, nego i tijekom cijele godine, jer gostima njemačkog govornog područja služi kao najbolji vodič po destinaciji. Osim kvalitetnog tiskanog izdanja, dostupan je i na internetu na web stranici Turističke zajednice Kvarnera. I ovogodišnje izdanje ponovno potvrđuje zašto je Kvarner Magazin 2015. osvojio prestižno priznanje - fantastično 5. mjesto u kategoriji „Katalog & Prospekt destinacije“, koje je Kvarner Magazinu dodijelila struka na internacionalnom, vrlo strogom i složenom natjecanju za turistička marketinška komunikacijska sredstva, T.A.I. Marketing Grand Prix u Beču. Priznanje je tim značajnije kada se zna da je Kvarner Magazin bio „newcomer“ među čak 268 kandidatura i gdje su redoviti favoriti luksuzni hoteli, renomirana skijališta i svjetski poznati brendovi nacionalnih avioprijevoznika.

Ovogodišnji Kvarner Magazin povećan je za 12 stranica više nego izdanje 2015. godine, te na ukupno 68 stranica sadrži i popis hotela, hostela i kampova što je izuzetno dobro prihvaćeno kod publike. Štandovi TZ Kvarnera bili su opskrbljeni najrazličitijim promidžbenim materijalom cijele destinacije, a najviše su tražene tematska brošura „Kamping na Kvarneru“, karte biciklističkih staza i šetnica, tematska brošura s ponudom obiteljskog smještaja „Kvarner Family“ (uključuje, uz sve Kvarner Family iznajmljivače, i sve Kvarner Family agencije, nositelji dodatnih oznaka kvalitete Pet Friendly, Bike Friendly ili Hike Friendly označeni su posebnim ikonama), zatim brošure kvarnerskih destinacija, image brošura Kvarnera, ali je **apsolutno najtraženiji materijal „Kvarner Magazin“** (novootisnuto izdanje za 2016. godinu) s ponudom svih kvarnerskih subregija.

KVARNER JEDINA HRVATSKA REGIJA UVRŠTENA U VODIČ „EUROPA MIT DEM WOHNMOBIL – VOM NORDKAP BIS ZUM GIBALTAR“

Također, na štandu Kvarnera priređen je susret s autorom vodiča „Kroatien mit dem Wohnmobil“, Thomasom Cernakom, koji je Kvarneru posvetio opis rute po kvarnerskim otocima. Štand

posjećuju novinari vodećih njemačkih kamping časopisa te se dogovara daljnja suradnja u 2016. godini. Regija Kvarner dobila je iznimno veliku pažnju uvrštenjem Kvarnera kao jedine hrvatske destinacije u knjigu/vodič „Europa mit dem Wohnmobil – Vom Nordkap bis zum Gibraltar“ (izdavač: Bruckmann Verlag), koju je izdavač premijerno predstavio na sajmu CMT.

U sklopu sajamskog nastupa na štandu Kvarnera odvijale su se i brojne druge aktivnosti, koje su uključivale:

- nagradnu igru za posjetitelje, koji su ispunjavali upitnik s pitanjima o poznavanju destinacije Kvarner
- osim prepoznatljivih motiva kojima je uređen štand, na displayu su kontinuirano prikazivani filmovi Kvarnera i kvarnerskih destinacija
- za novinare i partnere priređene su degustacije autohtonih proizvoda i Vrbničke žlahtine
- TZ Kvarnera zakupila je tzv. „Pressefach“ koji se nalazi u presscentru sajma, te se dnevno dopunjavao promidžbenim materijalom za novinare
- uz materijal dijeljeni su i suveniri, primjerice tzv. „biciklističke bočice“ s utisnutom web adresom www.gorskikotarbike.com, te „bookmark“ s motivima i kontaktima TZ Kvarnera

⇒ München - F.re.e., 10. – 14. 2. 2016.

Ukratko:

- organiziran štand TZ Kvarnera i 5 suizlagača s područja Kvarnera
- odrađene ukupno 22 tematske prezentacije – svakodnevno, na tematskim binama za zdravstveni turizam i wellness, outdoor – ponudu aktivnog odmora, biciklizam, ronjenje, te za kino projekcije
- TZ Kvarnera sudjelovala na radionici s bloggerima
- kampanja oglašavanja:
 - pripremljeno i odrađeno oglašavanje u najvećim dnevnim bavarskim novinama „Münchner Merkure“
 - dodatno objavljena 3 oglasa u „Münchner Merkure“ po završetku sajma na temu odabranih segmenata turističke ponude Kvarnera
- održane 2 prezentacije Kvarnera u suradnji s bavarskom televizijom (Bayerischer Rundfunk) koje su uživo emitirane sa sajma s njihove stacionarne bine
- TZ Kvarnera, odnosno štand Kvarnera bio uključen u sajamsku manifestaciju kroz 3 tematska dana u organizaciji sajma: „Genusstour“, gdje je prezentiran Kvarner kao gastro-destinacija i „Family“, gdje je Kvarner prezentiran sa svojom ponudom za obiteljski odmor, te „Free Solo“ s ponudom za samce
- po završetku sajma (18. veljače) TZ Kvarnera će na posebnom eventuu „Münchner Merkura“ imati prezentaciju ponude destinacije pred mnogobrojnim uzvanicima i čitateljima
- premijerno je predstavljena nova tematska brošura u izdanju TZ Kvarnera – katalog hotelskog smještaja s popisom hotela, boutique hotela, hostela i hotelskih apartmana na Kvarneru, koja je izdana na njemačkom jeziku

U organizaciji Turističke zajednice Kvarnera na sajmu F.re.e. u Münchenu od 10. – 14. 2. 2016. godine na štandu Kvarnera predstavljena je ponuda cijele regije Kvarner, dok su suizlagači na štandu pojačano predstavili ponudu svojih destinacija i to TZ Otoka Krka, TZG Crikvenice, Imperial

Rab, Jadranka Kampovi te turistička agencija Katarina Line sa svojom specijalnom ponudom krstarenja i drugih tematskih programa.

Kao jedna od promidžbenih aktivnosti koja prethodi samom sajamskom nastupu, navodimo kao primjer kampanju oglašavanja provedenu u najvećim dnevnim bavarskim novinama Münchner Merkur u nakladi od 430.000 primjeraka, u kojima objavljen oglas preko cijele stranice (dimenzije A3) s pozivom čitateljima da posjete štand Kvarnera na sajmu F.re.e. Uslijedit će još 3 oglasa nakon sajma, kao podsjetnik na regiju Kvarner kao idealnu destinaciju za odmor. Također, u suradnji s organizatorima sajma tiskano je dodatnih 10.000 primjeraka novina Münchner Merkur, u kojima je objavljen oglas Kvarnera, koje su se dijele posjetiteljima sajma na ulazu. Naime, ovu kampanju oglašavanja TZ Kvarnera organizirala je zahvaljujući suradnji sa specijaliziranim tour-operatorom za Hrvatsku u Münchenu, ID Riva Toursom.

⇒ **Los Angeles – 27. – 28. 2. 2016. - Los Angeles Travel and Adventure Show**

U sklopu nastupa HTZ-a, Kvarner je, uz Zagreb i Dubrovnik, predstavljen na najvećem američkom B2C turističkom sajmu u SAD-u, dvanaestom po redu, „Los Angeles Travel and Adventure Show“, održanom u konferencijskom centru Long Beach Convention Center. Izlagači su bili predstavnici turističkih organizacija i putničkih kompanija iz cijelog svijeta - turoperatori, turističke agencije, krusing kompanije, hotelijeri, turističke zajednice te je posjećen od velikog broja novinara, blogera i produkcijskih kompanija. Dva dana prije početka sajma, 25. veljače 2016. godine, održana je stručna radionica Sell Croatia s ciljem povećanja prepoznatljivosti i prodaje Hrvatske na zapadnoj obali SAD-a, s naglaskom na Kaliforniju koja predstavlja jednog od najvećih generatora turističke potražnje za Europu, gdje je Turistička zajednica Kvarnera predstavila ponudu i potencijale regije.

⇒ **Utrecht - 20. – 21.2. 2016. –sajam Fiets en Wandelbeurs – specijalizirani sajam za aktivni odmor, odnosno outdoor aktivnosti**

Na specijaliziranom sajmu za aktivni odmor, odnosno outdoor aktivnosti - Turistička zajednica Kvarnera na samostalnom štandu predstavila je ponudu cijele regije, a kako već tradicionalno Nizozemci interes imaju za Gorski kotar, predstavljen je projekt TZ Kvarnera i koordinacije Turističkih zajednica Gorskog kotara pod nazivom „Gorski kotar bike“, bike brošura i karta Gorskog kotara, web stranica www.gorskikotarbike.com te mobilna aplikacija, koja pruža sve potrebne informacije i podršku biciklistima. Također, tematska brošura u izdanju TZ Kvarnera „Zaštićena prirodna baština“ na nizozemskom jeziku bila je posebno tražena. Uz interes za aktivnosti u prirodu, Nizozemci su poznati po interesu za kamping ponudu.

⇒ **Nürnberg – Freizeit - 24. – 28. 2. 2016.**

U isto vrijeme u dvije Njemačke pokrajine održavaju se regionalno najjači turistički sajmovi: „Reise&Camping“ u Essenu i „Freizeit“ u Nürnbergu.

TZ Kvarnera u Nürnbergu je u suradnji s predstavništvom HTZ-a organizirala nastup Kvarnera sa suizlagačima Cresanka, hotelji Njivice, camping Glavotok, Imperial Rab i TZG Crikvenice. Također, svaki dan su na centralnoj sajamskoj bini održavane polusatne prezentacije Kvarnera i Crikvenice, uz nagradne igre i prikazivanje filmova za posjetitelje.

⇒ **Essen – Reise & Camping – 24. – 28. 2. 2016.**

TZ Kvarnera u Essenu je pripremila samostalan regionalni nastup sa suizlagačima Imperial Rab, Losinia i TZ otoka Krka, te je održano 5 polusatnih prezentacija na bini za posjetitelje (bilo ih je više od 90.000), na temu „Mediterrane Vielfalt an der kroatischen Adria“ s prikazivanjem promidžbenog filma o Kvarneru.

⇒ **Bologna – Eudishow – 4. – 6. 3. 2016.**

Turistička zajednica Kvarnera nastupila je na specijaliziranom sajmu Eudishow u Bologni namijenjenom ronilačkom turizmu, u suradnji s udrugom „Kvarner Diving“, te talijanskim gostima, strastvenim ronionicima, predstavila prirodne ljepote kvarnerskog podmorja.

⇒ **Berlin - ITB - 9.-13.3.2016.**

Turistička zajednica Kvarnera na najvećoj svjetskoj turističkoj burzi u Berlinu redovito predstavlja turističku ponudu regije, a u 2016. godini po drugi puta Kvarner je predstavljen na samostalnom štandu u suradnji s lokalnim turističkim zajednicama i gospodarstvom, koji su bili suizlagači na štandu Kvarnera. Tako su se uz ukupnu turističku ponudu Kvarnera, posebno predstavili TZ Otoka Krka, TZG Crikvenice, Imperial Rab, Jadranka hoteli – Lošinj.

TZ Kvarnera je održala prezentaciju pod nazivom „Kvarner Effekt; Luft holen und lebendig fühlen“ u kojoj je povezana ponuda zdravstvenog turizma u 3 kvarnerske destinacije zdravlja; Opatija, Crikvenicu i Mali Lošinj. Prezentacija je bila priređena u sklopu sajamskog događaja – foruma za medije pod nazivom „Themenrouten Summit“, na temu raznih tematskih ruta. Kroz prezentaciju je ukazano na utjecaj boravka na Kvarneru na opće zdravlje turista, kao i na mogućnosti za razne tretmane, od korištenja klimatskih pogodnosti u tretmanima thalassoterapijama, aromaterapijama, plućnim rehabilitacijama i utjecaju na astmatična stanja i drugo, te o medicinskim tretmanima u klinikama, prvenstveno članicama Klastera zdravstvenog turizma Kvarnera.

Također, TZ Kvarnera je održala će prezentaciju na susretu partnera i medija u četvrtak 10. ožujka 2016. Koji je održan u organizaciji HTZ-a.

⇒ **Fort Lauderdale - Seatrade Cruise Global – 14.-17.3.2016.**

U sklopu nastupa Lučke uprave Rijeka TZ Kvarnera je u cilju predstavljanja potencijala regije Kvarner kao ključne destinacije za izlete putnika s brodova za kružna putovanja koji pristaju u riječkoj luci, nastupila je na najvećem svjetskom sajmu koji okuplja kruzine brodare i predstavnike luka i destinacija „Seatrade Cruise Global“ u Fort Lauderdale-u (USA). U suradnji s LU Rijeka na sajmu je održan niz sastanaka s brodarima i specijaliziranim novinarima te je podijeljen promotivni materijal.

⇒ **Köln - RDA, 5. – 7. 7. 2016.**

Turistička zajednica Kvarnera sudjelovala je na najvećoj burzi autobusera u Kölnu na inicijativu suizlagača, a to su hotelske tvrtke Imperial – Rab, Hoteli Njivice, Jadran – Crikvenica, Hoteli Krk, te putnička agencija Kralj iz Malinske. Na posebnom, prepoznatljivom štandu Kvarnera veličine 60 m² održano je trodnevno predstavljanje Kvarnera kao poželjne, sigurne turističke destinacije s izvrsnom infrastrukturom i ponudom za upravo ovu vrstu turizma.

⇒ **Friedrichshafen - 03.-04.9.2016. – sajam EUROBIKE - Holiday on bike**

Turistička zajednica Kvarnera kao bike friendly destinacija nastupila je na najvećem biciklističkom sajmu u svijetu Eurobike - Holiday on bike koji je ove godine obilježavao 25. obljetnicu i tim povodom je sajam bio otvoren širokoj publici u trajanju od dva dana. Ovogodišnji Eurobike – Holiday on Bike sajam bio je u znaku novog trenda u biciklizmu - e-bicikala, a posebno MTB e-bicikala, odnosno nove inteligentne, ekonomične i ekološki senzibilne forme mobilnosti.

Holiday on Bike privukao je 53 izlagača iz 13 zemalja gdje su predstavljene najatraktivnije bike regije, hoteli te programi putovanja napravljeni po mjeri „bike“ turista.

Na zakupljenom štandu Turističke zajednice Kvarnera, stručno osoblje predstavilo je mogućnosti aktivnog odmora na Kvarneru, no najzanimljivije za posjetitelje sajma zasigurno su bile kvarnerske bike destinacije: Gorski Kotar, Kvarnerski otoci, Crikveničko–vinodolska rivijera, Opatijska rivijera, Riječki prsten i druge, kao i mogućnost boravka u specijaliziranom Kvarner Family obiteljskom smještaju s oznakom kvalitete Bike Friendly koji je prilagođen upravo potrebama gostiju koji se bave biciklizmom.

⇒ **Rimini - 13. – 15.10. 2016. – sajam/burza TTG**

Turistička zajednica Kvarnera nastupila je u sklopu štanda HTZ-a na najvažnijem poslovnom sajmu u Italiji, specijaliziranom za profesionalce (isključivo B2B) s ponudom za 2017. godinu. Na ovogodišnjem, 53. izdanju ovog sajma bilo je gotovo 70.000 posjetitelja (10% više u odnosu na 2015. godinu), preko 3.000 izlagača koji su predstavljali 130 destinacija te upoznali nove klijente, učvrstili svoju poziciju na tržištu i predstavili novitete, a sve je to popraćeno sa 700 akreditiranih novinara i 300 blogera, te niz drugih turističkih subjekata i operatera.

Uz Turističku zajednicu Kvarnera, na štandu HTZ-a predstavili su se kvarnerski suizlagači Jadran hoteli d.d. iz Crikvenice, Imperial – Rab, te turističke agencija Aronda Adriana Travel d.o.o. iz Opatije.

IV.2. STUDIJSKA PUTOVANJA NOVINARA I AGENATA

U razdoblju siječanj – listopad 2016. godine na području Kvarnera **realizirana su 73 studijska putovanja** sa sveukupno **345 sudionika (157 novinara i 188 agenata)**, koji su stigli iz više od 20 **zemalja** (Austrija, Belgija, Češka, Danska, Finska, Francuska, Italija, Nizozemska, Njemačka, Norveška, Poljska, Portugal, Rusija, Ukrajina, Velika Britanija, Slovenija, Slovačka, Španjolska, Švedska, Estonija, Litva, Latvija, Latvija, Kanada, SAD...).

Svakako treba istaknuti posjete novinara svjetski renomiranih magazina, novina i TV kuca kao npr. The Guardian, Mail on Sunday, Le Figaro, Stuttgarter Nachrichten i Stuttgarter Zeitung, Die Welt, Spiegel, TV Rete4, National Geographic Traveller, DIVE Magazine...

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

blagodati klime, kretanje i sportovi uopće, mogućnosti smještaja, od kampova do luksuznih hotela. TZ Kvarnera, uspjela je predstaviti raznolikost turističke ponude na Kvarneru, s naglaskom na brendirane proizvode Kvarnera. Naklade tiskanih medija mjere se u milijunskim brojkama, sa stotinama tisuća prodanih primjeraka i više desetaka milijuna čitatelja, a isto se odnosi na gledanost TV emisija i slušanost radio emisija, kao i na posjete web stranicama i društvenim mrežama, te se radi o vrlo velikoj realiziranoj marketinškoj vrijednosti.

Za istaknuti je:

- The Guardian – UK –novinar Kevin Rushby koji je boravio na Kvarneru u dva navrata. U prvom posjetu obradio je temu aktivnog odmora i gastronomske ponude Kvarnera, a drugi posjet bio je posvećen otocima Krku, Cresu i Rabu i njihovoj bogatoj kulturnoj baštini.
- The Guardian – UK –novinar James Antony Hopkins, tema; grad Rijeka – EPK, kulturni turizam, lifestyle, eno-gastro ponuda, održivi turizam. The Guardian izlazi u tiraži od milijun tiskanih primjeraka, te ima online gledanost od 100 milijuna širom cijelog svijeta.
- Le Figaro – francuski novinar J. L Tremblais i fotograf Eric Martin; tema: upoznavanje Lošinjskog arhipelaga (Lošinj, Cres, Susak) i njegovih specifičnosti. Po završetku putovanja objavljena je reportaža na 11 stranica u Le Figaro-u koji bilježi prodaju više od 400.000 primjeraka, s publikom od 1,8 milijuna čitatelja.
- Stuttgarter Zeitung i Stuttgarter Nachrichten – njemačka novinarka Christine Neubauer posvetila se zdravstvenom turizmu, aktivnom odmoru i lokacijama gdje je sniman kulturni njemački film Winnetou. Posjetila je Crikveničko-vinodolsku i Opatijsku rivijeru te Gorski kotar. Stuttgarter Zeitung glavne su regionalne novine savezne pokrajine Baden Württemberg, s velikim utjecajem i izvan regije, odnosno s čitateljskom publikom cijele južne Njemacke. Važno je naglasiti, da je ovo studijsko putovanje nastalo kao rezultat održavanja dobrih odnosa i kontakata sa sajma CMT u Stuttgartu, gdje je 2015. godine, kada je Kvarner bio regija partner dobivena velika medijska pozornost.
- National Geographic Traveller – nizozemske novinarke Yvonne Dudock i Nicole Franken istraživale su mogućnosti aktivnog odmora te upoznale prirodne ljepote Gorskog kotara.
- Mail on Sunday – UK novinari J. Stapelton i L. F. Wood, posjetili su otok Lošinj i Opatiju te istražili raznolikost ponude za turiste više platežne moći i lifestylea.

Posebno je važno istaknuti da je svjetski trend već nekoliko godina da je teško reći gdje je granica između tiskanih medija i on-line, budući da se gotovo sve što je izvorno rađeno radi tiskanog medija, prenosi i na on-line izdanja, a pogotovo se širi društvenim mrežama, kako samih novinara, tako i čitatelja, te je zapravo nemoguće odrediti dohvat jedne reportaže.

IV.3. „BUY CROATIA“ RADIONICE

IV.3.1. Druga tematska poslovna radionica Buy Croatia zdravstveni turizam na Kvarneru, 10.5. – 14.5.2016.

Po drugi puta Kvarner je bio domaćinom tematske poslovne radionice o zdravstvenom turizmu pod nazivom BUY CROATIA, koja je održana od 10. do 14. svibnja u organizaciji Turističke zajednice Kvarnera i Hrvatske turističke zajednice, u suradnji i uz potporu turističkih zajednica Malog Lošinja, Crikvenice i Opatije. Ova radionica, koja je sastavni dio projekta Turističke

zajednice Kvarnera pod nazivom Kvarner Health & Wellbeing, za cilj imala edukaciju inozemnih agenata i partnera kroz četverodnevno studijsko putovanje po Kvarneru, koje je nakon tog inspekcijskog putovanja završilo poslovnom radionicom u opatijskom hotelu Remisens Premium Hotel Ambassador, u petak 13. svibnja 2016. godine.

Gotovo 20 subjekata iz Hrvatske, među kojima su bili hotelijeri, turističke agencije, zdravstvene ustanove, klinike, terme, ponudili su inozemnim sudionicima pakete turističkih i zdravstvenih usluga, čime je zdravstveni turizam, kao jedan od najvažnijih segmenata ponude za produženje turističke sezone, ponovno bio istaknut kao jedna od najznačajnijih okosnica daljnjeg razvoja turizma. Inozemni sudionici su bili specijalizirani agenti za zdravstveni turizam, predstavnici turističkih agencija, kao i Udruga pacijenata i rehabilitacijskih centara iz Velike Britanije, Rusije, Italije, Danske i Finske, a upoznali su se s ponudom, tradicijom i raznovrsnošću zdravstvenog turizma na Kvarneru i u Hrvatskoj.

Na studijskom obilasku posjećene su zdravstvene ustanove i klinike na području Opatije, Rijeke, Crikvenice i otoka Lošinja, gdje su se sudionici susreli s ravnateljima, liječnicima specijalistima i managerima tih ustanova. Tako su na licu mjesta imali prilike uvjeriti se u kvalitetu medicinske infrastrukture i usluga, ali i upoznati ljepote Kvarnera kao turističke destinacije.

IV.3.2. Tematska poslovna radionica Buy Croatia nautički turizam na Kvarneru, 26.9. -30.9.2016.

U organizaciji GU HTZ i TZ Kvarnera organizirano je studijsko putovanje i poslovna radionica na temu nautičkog turizma. Studijsko putovanje je obuhvatilo područje Istre i Kvarnera, marine i nautičke centre te destinacije: Punat, Vrbnik, Cres, Opatiju, Bale, Rovinj, Novigrad, Pulu, Fažanu i NP Brijuni te Brtoniglu, dok je Buy Croatia radionica između hrvatskih i inozemnih agenata održana 27. rujna 2016. u Marini Punat, na otoku Krku. Sudjelovalo je četrnaest inozemnih agenata sa sedam tržišta: Austrije, Njemačke, Švedske, Finske, Francuske, Slovačke i Češke, dok je s hrvatske strane sudjelovalo 16 agenata. Poslovna radionica na temu nautike polučila je odličan interes hrvatskih subjekata budući da je zabilježeno dvostruko više sudionika nego prošle godine.

Učinci poslovnih radionica Buy Croatia su kvalitetnije povezivanje hrvatskih turističkih gospodarskih subjekata s najznačajnijim inozemnim turističkim agencijama i turoperatorima, upoznavanje s novim proizvodima, a s naglaskom na odabrani segment turističke ponude u destinacijama kao i jačanja prisutnosti hrvatskog turizma na emitivnim turističkim tržištima.

IV.4. PREZENTACIJE

IV.4.1. Presentacije i press konferencije u organizaciji TZ Kvarnera i u suradnji s predstavništvima HTZ-a u inozemstvu i/ili Veleposlanstvima RH te drugim subjektima

NJEMAČKA

- ⇒ **München** – fr.e.e. – u prigodi održavanja sajma - **20 prezentacija** - press konferencija s gastroprezentacijom, te prezentacije na 3 tematske bine i u posebnom kono-prostoru „Urlaubskino“:
 - 1) Wellness i ponuda zdravstvenog turizma, 2) biciklizam, 3) aktivni odmor, 4) bina za ponudu ronilačkog turizma
- ⇒ **München** – Münchner Merkur Press Event - 18. 2. 2016.
 - TZ Kvarnera po završetku sjajnog sajamskog nastupa na sajmu F.re.e. u Munchenu, prezentirala je ponudu destinacije na eventu Münchner Merkura pred više od 200 uzvanika i čitateljima Münchner Merkura – degustirala se vrbnička žlahtina, krčki pršut i drugi specialiteti s Kvarnera
 - zahvaljujući suradnji sa specijaliziranom tour-operatorom za Hrvatsku u Munchenu, ID Riva toursom, TZ Kvarnera pripremila je posebnu prezentaciju sa najvećim bavarskim novinama Münchner Merkurom, a nastavno na prošlogodišnju promidžbenu kampanju, originalno osmišljeno kroz akciju „Kinderreporter“
 - cijela akcija popraćena je i nizom drugih promidžbenih aktivnosti s Münchner Merkurom u njihovim novinama koja se tiska u nakladi od 430.000 primjeraka
 - Objava velike reportaže u subotu 27. 2. 2016. koincidirala je s održavanjem sajamskih nastupa u Essenu i Nurnbergu i dodatno potaknula interes za Kvarner, pogotovo u obliznjem Nürnbergu
- ⇒ **Berlin – prezentacija zdravstvenog turizma i B2B - 28. travnja 2016.**

Turistička zajednica Kvarnera sudjelovala je na prezentaciji i B2B za novinare i bloggere iz cijele Njemačke na temu zdravstvenog turizma pod nazivom „Fit und Gesund“, u organizaciji PR Agentur Grafenstein Freizeit- und Tourismuswerbung GmbH, održanoj u Berlinu, 23. travnja 2016. godine. Kvarner kao destinacija zdravlja predstavljena je u konkurenciji s još 7 destinacija, i to Izrael, Kina, Češka – Marienbad, Njemačka - Die Nordsee, Indija - Athreya Ayurvedic Resort, ID Riva Tours, te Njemačka – Mediplus – konsulting za zdravstveni turizam.

TZ Kvarnera predstavila je turističku ponudu cijelog Kvarnera s naglaskom na zdravstveni turizam, nakon čega su uslijedili B2B razgovori. Glavne teme prezentacije bile su:

- Kvarner efekt – cisti zrak koji ima pozitivan efekt na zdravlje samim prisustvom i udisanjem kvarnerskog zraka.
- Klimatska lječilišta Kvarnera – spoj tradicije i moderne medicine (rehabilitacija dišnih puteva, thalassotherapie)
- Suvremeni medicinski tretmani (fizioterapija, ortopedija...)

Po završetku prezentacije prikazan je film o Kvarneru, nakon čega je uslijedio „speeddating“ sa novinarima i bloggerima. Na događaju je prisustvovalo 40-tak predstavnika 23 redakcijske kuće iz cijele Njemačke, a na prezentacijskom stolu bili su izloženi promidžbeni materijali i suveniri.

SLOVENIJA

- ⇒ **Ljubljana** – 7. 4. 2016. - u prostoru Predstavništva HTZ-a održana je zajednička press konferencija i prezentacija TZ otoka Krka i TZ Kvarnera u suradnji s Predstavništvom HTZ u Sloveniji. Najavljeni su predstojeći najvažniji događaji po proizvodnim segmentima i premijerno prikazan spot MALA BARKA. Restoran Rivica iz Njivica (nositelj oznake kvalitete Kvarner Gourmet) i Kuća krčkog pršuta Žužić iz Krka (nositelj oznake kvalitete Kvarner Food) prezentirali su otočke gastro delicije
- ⇒ **Novo Mesto** - TV- Vaš kanal- 23. svibanj 2016. - sudjelovanje u promocijskoj TV emisiji uživo prezentacija turističke ponude Kvarnera s naglaskom na ponudu aktivnog odmora i manifestacije
- ⇒ **Ljubljana** – 28. rujna 2016. - U ljubljanskom Grand hotelu Union TZ Kvarnera održala je prezentaciju za sudionike konferencije „Green Destination“ i predstavnike medija

ITALIJA

- ⇒ **Rimini** u prigodi nastupa na poslovnom sajmu TTG u Riminiu održana je prezentacija, a predstavnik TZ Kvarnera sudjelovao je na radionici
- ⇒ **Specijalno izdanje emisija Ricette all'italiana – ricette croate talijanske televizije Rete4 (snimanje: travanj 2016. / emitiranje: svibanj i srpanj 2016.)**

Turistička zajednica Kvarnera promovirala je ponudu Kvarnera na talijanskom tržištu, s naglaskom na vrhunskoj eno i gastro ponudi regije Kvarner, kroz projekt brendiranja - Kvarner Gourmet & Food, kao nezaobilazne gastro destinacije. Tako je zahvaljujući Turističkoj zajednici Kvarnera u našoj regiji boravila popularna televizijska ekipa grupe Mediaset – kanale Rete4 kako bi realizirala specijalno izdanje emisija "Ricette all'Italiana" - Ricette Croate (Hrvatski recepti). Emisija "Ricette all'Italiana" istražuje i prikazuje recepte talijanske kuhinje, te destinacije i ostale zanimljivosti Italije, a jednom godišnje TV ekipa posjećuje zemlje u okolini i predstavlja njihovu gastronomiju i turističku ponudu. U 2016. godini je ta čast pripala Hrvatskoj, odnosno kvarnerskoj i istarskoj regiji, dobro poznatima talijanskom tržištu kao omiljenim destinacijama za vrhunske gastronomske užitke.

Glavni koordinator programa na području Kvarnera bila je Turistička zajednica Kvarnera, u suradnji sa lokalnim turističkim zajednicama i gospodarskim subjektima.

Ekipa televizije „Rete 4“ prikupila je materijale za realizaciju ukupno 6 emisija posvećenih promociji Hrvatske, odnosno u 3 emisije bio je zastupljen Kvarner, a u ostale 3 Istra. U 3 emisije promovirala se samo regija Kvarner i raznovrsna ponuda kulturne, prirodne i povijesne baštine, umjetnosti, aktivnog, zdravstvenog turizma... i naravno, nezaobilazne i jedinstvene eno-gastro ponude... Uz stalnu asistenciju Turističke zajednice Kvarnera, TV ekipa upoznala je raznolikost turističke ponude Kvarnera. Tako je snimanje recepata i „cooking show“ uslijedilo u Kastvu, što je izazvalo i veliki interes ne samo domaćeg stanovništva i publike, nego i stranih gostiju koji su se boravili u Kastvu, a kroz snimljene priloge predstavljena je i Opatija, Rijeka, otok Krk – Vrbnik, Nacionalni park Risnjak te Fužine. Na taj način je ekipa Rete4 mogla uživati i uvjeriti se u raznolikost ponude obale, otoka i gorja, kao i u različitost gastronomske ponude.

„Nadamo se da je ovo samo početak jedne uspješne i dugogodišnje suradnje sa talijanskom Prva emitiranja bila su u ponedjeljak, 02. svibnja, a zatim su uslijedile emisije u srijedu, 04. i petak, 06. svibnja 2016. godine s početkom u 10.50 sati. Reprize su bile 11., 13. i 15. srpnja. Emisiju u trajanju od 30 do 40 minuta dnevno prati preko 250.000 gledatelja u prosječnoj dobnoj skupini od 35 do 65 godina te obzirom na doseg gledateljstva, zasigurno imaju značajan promocijski učinak.

AUSTRIJA

⇒ Road show prezentacija Kvarnera – SAB tours, 01. – 05.02.2016.

U suradnji i na preporuku Predstavništva HTZ-a u Austriji, TZ Kvarnera od 1. – 5. veljače održala je prezentacije u pet austrijskih gradova (Kirchdorf, Ried, Linz, Wels i Rohrbach), na kojima se predstavila raznolikost ponude Kvarnera kao i novi katalog SAB toursa s ponudom za 2016. godinu. Ukupni broj posjetitelja, njih oko 1.000 nadmašio je očekivanja organizatora. Roadshow prezentacija u organizaciji SAB-Toursa održavala se kao cjelovečernji program podijeljen u nekoliko segmenata: prezentacija eno i gastro ponude Istre i Kvarnera i pružanje informacija prije i poslije glavnog programa na pozornici.

Glavni program na pozornici sastojao se od predstavljanja sudionika rodshow prezentacije, prikazivanja filmova o destinacijama / regijama kao i od interaktivnog dijela sa pitanjima i odgovorima o destinaciji, ponudi... gdje se najčešće predstavljala ponuda Kvarnera u predsezoni i posezoni, saobraćajna povezanost i ostale zanimljivosti, te se naglašavala važnost austrijskih gostiju za Hrvatsku i Kvarner.

Mnogi uzvanici već su posjećivali Kvarner i Hrvatsku te su rado dijelili prethodno stečena lijepa iskustva o Kvarneru. Stoga se potražnja uglavnom bazirala na informacijama o novostima u smještaju, ponudi i saobraćajnoj povezanosti.

⇒ Road show prezentacija Kvarnera – s touroperatorom FTI – 14.-17.11.2016

U suradnji i na preporuku Predstavništva HTZ-a u Austriji, TZ Kvarnera od 14. – 17. 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 2017. godinu.

ČEŠKA

⇒ Gastro prezentacija Kvarnera u Češkoj – Velike Pavlovce, 09. i 10. travnja 2016.

Na inicijativu Gourmet restorana Kukuriku, Turistička zajednica Kvarnera sudjelovala je u prezentaciji regije Kvarner s naglaskom na gastronomsku ponudu u mjestu Velike Pavlovce (u blizini grada Brna, Češka) u vinogradarskoj regiji, na čuvenom imanju u restoranu Vinařský penzion André.

Restoran Kukuriku je tijekom večere u subotu (09. travnja) te ručka u nedjelju (10. travnja) pripremao kvarnerske specijalitete za medije i uzvanike iz javnog i poslovnog života grada Brna, a stručno osoblje Turističke zajednice Kvarnera bilo je zaduženo za informiranje posjetitelja i predstavljanje raznolike ponude kvarnerske obale, otoka i Gorskog kotara. Profil posjetitelja činili su mlađa generacija posjetitelja, zatim obitelji s djecom, posjetitelji srednjih godina te nešto starija generacija.

Češki gosti su vrlo dobro prihvatili prezentaciju i informirali se o ponudi Kvarnera.

SKANDINAVIJA / NORVEŠKA

⇒ Oslo, 21.4.2016.

Turistička zajednica Kvarnera i Hrvatska turistička zajednica – Predstavništvo za Skandinaviju, u suradnji s Veleposlanstvom RH u Norveškoj, organizirali su u Oslu, u četvrtak 20. travnja 2016. godine prezentaciju zdravstvenog turizma na koju su pozvani brojni partneri s norveške strane, među kojima su specijalizirane turističke agencije, osiguravajuća društva, udruge pacijenata i predstavnici javnog života i medija. Na prezentaciji se uzvanicima obratio gospodin Zlatko Komadina, župan Primorsko-goranske županije i predsjednik Turističke zajednice Kvarnera te je naglasio važnost ove prezentacije za daljnji razvoj poslovnih odnosa između Norveške i regije Kvarner kao atraktivne turističke destinacije. Veleposlanik RH U Norveškoj, gospodin Hrvoje Marušić pozdravo je uzvanike, a

direktor Predstavništva HTZ-a za Skandinaviju, gospodin Paul Šikić govorio je o image-u Hrvatske kao turističke destinacije na norveškom tržištu i o pozitivnom trendu turističkog prometa, dok je dr. Vladimir Mozetič, predsjednik Klastera zdravstvenog turizma Kvarnera predstavio ponudu zdravstvenog turizma. Direktorica TZ Kvarnera, dr.sc. Irena Peršić Živadinov održala je prezentaciju kojom je predstavila turističku ponudu cijelog Kvarnera s naglaskom na zdravstveni turizam, te pojedinačno predstavila sve sudionike s Kvarnera, nakon čega su uslijedili B2B razgovori.

Kvarner su uz Turističku zajednicu Kvarnera predstavljali najistaknutiji nositelji ponude zdravstvenog turizma: Poliklinika Terme Selce, Poliklinika Medico, Klaster zdravstvenog turizma Kvarnera, Thalassotherapia Opatija, Thalassotherapia Crikvenica, Dentalni centar Kalmar, Lošinj Hotels&Villas. Institucije predstavljaju istaknuti stručnjaci, liječnici i manageri.

Ovoj prezentaciji prethodio je inspekcijski, studijski posjet predstavnika agencije „Kroatiahelsereiser“, specijalizirane za zdravstveni turizam, koja je u vlasništvu nekoliko udruga pacijenata, te za nacionalnu agenciju Helsereise pokriva Hrvatsku, a u organizaciji TZ Kvarnera posjetili su najvažnije atrakcije na Kvarneru.

⇒ **Oslo, press workshop 21.4.2016.**

TZ Kvarnera sudjelovala je na press workshopu i prezentaciji za novinare i blogere koji je organizirala udruga svih inozemnih turističkih nacionalnih predstavništava u Norveškoj – ANTOR - udruženja stranih turističkih predstavništava u Norveškoj

RUSIJA

⇒ **Moskva - Prezentacija i poslovna radionica 27.1. 2016. 11. 16.**

Turistička zajednica Kvarnera sudjelovala je na poslovnoj radionici u Moskvi, zajedno sa kvarnerskim hotelijerima i agencijama te Klasterom zdravstvenog turizma, odnosno ukupno 50-tak hrvatskih turističkih tvrtki i stotinjak ruskih partnera, uglavnom touroperatora i agencija. Organiziranjem poslovne radionice u Moskvi službeno je počela ovogodišnja sezona promocije Hrvatske, ali i regije Kvarner, kao turističke destinacije u Ruskoj Federaciji. S obzirom da je radionica privukla rekordan broj sudionika, optimizam za ovu godinu s tog tržišta se i dodatno pojačava. Radionici je prethodila konferencija za novinare koja je okupila 70-ak predstavnika ruskih medija, kojima je također predstavljena turistička ponude Hrvatske s novim krovnim komunikacijskim konceptom "Hrvatska, puna života" i aktualna situacija u pogledu viznog režima. Pokazalo se da je interes za ponudu Kvarnera velik, posebno za ponudu zdravstvenog turizma, te za ponudu zaobitelji s djecom.

⇒ **Moskva, Radionica zdravstvenog i medicinskog turizma, 17.3.2016. i specijalizirani sajam zdravstvenog turizma Moscow Medshow 18. – 19. 3. 2016.**

- TZ Kvarnera sudjelovala je na radionici i B2B susretima s predstavnicima vodećih specijalističkih zdravstvenih ustanova Ruske Federacije, predstavnicima ruskih agencija te organizatorima zdravstvenog turizma u inozemstvu, u organizaciji Hrvatske gospodarske komore i Predstavništva Hrvatske turističke zajednice u Rusiji i uz sudjelovanje Veleposlanstva RH u Rusiji
- u sklopu radionice održana je prezentacije turističke ponude Kvarnera s naglaskom na zdravstveni turizam, a uz TZ Kvarnera sudjelovali su predstavnici i članovi Klastera zdravstvenog turizma Kvarnera: Terme Selce, Specijalna bolnica za opću kirurgiju i

ortopediju Dr. Nemeč, Poliklinika Medico, Losinj Hotels&Villas, Dentalni centar Kalmar. Od ruskih partnera prisustvovalo je šesdesetak tvrtki i medija.

- termin radionice i susreta usklađen je s održavanjem međunarodnog sajma zdravstvenog i medicinskog turizma MEDSHOW Moskva, na kojem se redovito predstavlja veliki broj stranih klinika, lječilišta i nositelja zdravstvenih programa, a koji se održava u terminu 18.- 19. ožujka, 2016. godine, te su kvarnerski sudionici na sajmu sudjelovali u sklopu štanda Paraolimpijskog Odbora grada Moskve s kojim je dogovorena suradnja i na nekoliko budućih nastupa putem međunarodnog inovacijsko-socijalnog projekta „virtualni izlagač.“

⇒ **St. Petersburg – prezentacija i press konferencija - 16.5.2016.**

Vezano na novouvedenu redovnu, direktnu, zrakoplovnu liniju Zagreb > St. Petersburg > Zagreb s vezama za Pulu, Zadar, Split i Dubrovnik, koju od 02.06. – 23.10.2016. godine, četvrtkom i nedjeljom ima Croatia Airlines, a na poziv ruskog touroperatora Atlantis Travel iz Moskve, TZ Kvarnera sudjeluje u prezentaciji i radionici u ST. Petersburgu 16. 5. 2016. Naime, dug period letenja daje mogućnost dovođenja većeg broja ruskih turista iz St. Petersburga. St. Petersburg je drugi po veličini u Ruskoj Federaciji i sjedište ruskog plinskog diva GAZPROM, čiji predstavnici će biti na prezentaciji i radionici. Workshop je namjenjen Turističkim zajednicama, hotelijerima, klasterima zdravstvenog turizma, medicinskim klinikama, zračnim lukama. Uz predstavnike Croatia Airlines-a i TZG Zagreba, s područja Kvarnera sudjelovale su hotelske kuće Jadran Crikvenica, Losinj Hotels & Villas. TZ Kvarnera imala je prezentaciju i prezentacijski stol (s promidzbenim materijalom, suvenirima i obilježjima Kvarnera) te su obavljani brojni razgovori s partnerima i medijima.

VELIKA BRITANIJA

- ⇒ **London** – Veleposlanstvo RH - 6. 10. 2016. – Prezentacija Kvarnera i TZG Rijeke, u suradnji s TZG Zagreba i Predstavništvom HTZ-a, za medije i partnere predstavljeni su adventski programi kao potencijalni motiv dolaska gostiju iz Velike Britanije, ali i za podizanje imidža i ugleda regije Kvarner kao cjelogodišnje destinacije.

SRBIJA

- ⇒ **Beograd, 21.6.2016.** - na poziv Veleposlanstva RH u Srbiji i u suradnji s PGŽ, TZ Kvarnera održala je prezentaciju turističke ponude u prigodi proslave Dana državnosti RH u Beogradu. Na proslavi u hotelu Crown Plaza sudjelovalo je oko 900 uzvanika među kojima predstavnici diplomatskog kora u Beogradu te predstavnici poslovnog i medijskog svijeta. Prezentacija je uključivala gastro degustacije tipičnih jela s Kvarnera, kao što su pršut i sir, te vrbnička žlahtina, uz nastup klape „Nevera“ i uz pomoć hostesa u stiliziranim narodnim nošnjama.
- ⇒ **Beograd – 28. rujna 2016. – prezentacija na** 6. Biznis konferenciji „Turističko tržište Jugoistočne Europe – SEET 2016“
- NAGRADA BRAND LEADER AWARD 2016 dodijeljena je TURISTIČKOJ ZAJEDNICI KVARNERA KAO NAJBOLJOJ TURISTIČKOJ ORGANIZACIJI JUGOISTOČNE EUROPE
- Slijedom u lipnju održane velike prezentacije Kvarnera u sklopu svečane proslave Dana državnosti Republike Hrvatske u organizaciji Veleposlanstva RH u Srbiji, na kojoj je prisustvovalo oko 800-tinjak uzvanika, kao i drugih uspješnih i prepoznatih marketinških aktivnosti u Beogradu i regiji, Turistička zajednica Kvarnera i Primorsko-goranska županija bili su pozvani na 6. Biznis konferenciju „Turističko tržište Jugoistočne Europe – SEET

2016". Konferencija je održana u Beogradu 28. rujna 2016., a u sklopu konferencije održana je prezentacija turističke ponude Kvarnera. Prezentacija Kvarnera pod nazivom „Turizam kao industrija doživljaja“ uključivala je priču o brendiranju turističkih proizvoda Kvarnera i njihovom značaju za stvaranje i pružanje osnove za doživljaje koje turisti na Kvarneru traže. Turistička destinacija Kvarner predstavljena je i na štandu s promotivnim materijalima, te oglasom u službenoj publikaciji konferencije. Na B2B susretu organiziranom također u sklopu konferencije sudjelovali su i predstavnici hotelskih kuća Jadran d.d. iz Crikvenice i Losinj Hotels&Villas. **Sudionici konferencije bili su** predstavnici raznih strukovnih udruženja, kao i turoperatora iz EU, Rusije, Kine, SAD, UAE, Turske, zatim vodeći međunarodni stručnjaci za održivi razvoj i poslovanje u turizmu, donosioci odluka u najvećim kompanijama iz sektora turizma, avio i cestovnog prometa, turističkih agencija, predstavnici državnih i lokalnih uprava, obrazovnih i javnih institucija, predstavnici financijskih institucija i vodeći regionalni mediji.

Na završnom dijelu konferencije, odnosno na svečanoj ceremoniji, Turističkoj zajednici Kvarnera dodijeljena je nagrada Brand Leader Award 2016 kao najboljoj turističkoj organizaciji jugoistočne Europe. Kriteriji po kojima je nagrada dodijeljena podrazumijevaju inovativnost, visok stupanj tržišne prepoznatljivosti i pozicioniranja autentičnog proizvoda, kao i za unaprijedjenje tržišta, doprinos popularizaciji gospodarskog potencijala i kreiranju konkurentnog image-a područja jugoistočne Europe. Tim više je nagrada znak posebnog priznanja i prepoznatljivosti kvalitete Kvarnera kao izuzetno atraktivne turističke destinacije.

SAD

- ⇒ **Los Angeles** – Vezano uz sajamski nastup HTZ-a, Kvarnera TZG Zagreba i Dubrovnika na najvećem američkom B2C turističkom sajmu u SAD-u Los Angeles Travel and Adventure Show, održana je 25.2.2016. i stručna radionica Sell Croatia s ciljem povećanja prepoznatljivosti i prodaje Hrvatske na zapadnoj obali SAD-a, s naglaskom na Kaliforniju koja predstavlja jednog od najvećih generatora turističke potražnje za Europu. Poslovna radionica održala se u hotelu «Sofitel Beverly Hills» te je okupila 13 hrvatskih i 36 američkih partnera iz Los Angelesa, među kojima je Kvarner istaknut sudjelovanjem i dodjelom nagradnih boravaka na Kvarneru, kao i prezentacijom ukupne turističke ponude Kvarnera i interakcijom s partnerima i posjetiteljima.
- ⇒ **VIRTUOSO / webinar** – kampanja oglašavanja u SAD - Slijedom prezentacije u Los Angelesu dogovorena je i dodatna prezentacija putem webinar kanala, koja je održana 5. 5. 2016. godine na način direktnog uključivanja i prezentacije putem interneta.

Naime, TZ Kvarnera je u suradnji s HTZ iskoristila mogućnost za promidžbu putem američke mreže Virtuoso, te su uslijedile zajedničke marketinške aktivnosti. Virtuoso je jedna od vodećih međunarodnih mreža putničkih posrednika za organizaciju luksuznih putovanja koja uz turooperatore, turističke agencije, putničke savjetnike, zrakoplovne kompanije, krizing kompanije, prestižne hotele i hotelske lance okuplja i nacionalne turističke organizacije. Godišnji promet od više od 14 milijardi američkih dolara čini Virtuoso najznačajnijom organizacijom u industriji luksuznih putovanja. Bitno je naglasiti da su turističke zajednice nekih europskih zemalja poput Austrije, Njemačke, Švicarske, itd. dugogodišnji partneri Virtuosa što se pokazalo kao vrlo isplativa marketinška investicija, a Hrvatska je članicom postala 2015. godine, te se od tada aktivno se angažirala u različitim edukacijskim (prezentacije, webinar) i promotivnim aktivnostima Virtuosa (online i offline oglašavanje, interaktivna webstranica i Virtuoso Composer) uključujući i nastup na Virtuoso Travel Weeku, godišnjem okupljanju Virtuoso članova koje služi

kao platforma za upoznavanje turističkih posrednika (TA, TO, savjetnici) i ostalih turističkih kompanija te direktno dogovaranje buduće suradnje odnosno poboljšanje postojeće, te aktivnu promociju i prodaju Hrvatske kao turističke destinacije. Na poziv i prijedlog Hrvatske turističke zajednice TZ Kvarnera dobila je priliku za prezentaciju regije Kvarner i to kroz dokumentarni film o Hrvatskoj te kroz prezentaciju koja je TZ Kvarnera 05. svibnja 2016. godine održala online putem, vođena je direktno iz ureda TZ Kvarnera; sudjelovalo 88 agenata članova Virtuoso mreže putničkih agencija.

Usljedilo je inspeksijsko putovanje predstavnika Virtuosa, gdje su se na putovanju Kvarnerom uvjerali u kvalitetu ponude, a zatim je uslijedio dolazak 13 agenata Virtuosa na studijsko putovanje u Opatiju i na Mali Lošinj. Tijekom cijelog putovanja sniman je dokumentarni film, koji će se koristiti u daljnjim edukacijama Virtuoso agenata (seminari, webinar i radionice za Virtuoso agente) i promociju Hrvatske I Kvarnera putem Virtuoso web stranice te ostalih interaktivnih medija i kanala.

⇒ **New York** – vezano uz sajamski nastup na NY Times Travel Show (8.-10. siječnja 2016.) održana je prezentacija Kvarnera. Naime, ponuda Kvarnera kao atraktivne mediteranske destinacije predstavljena je i na posebnoj prezentaciji u sklopu interaktivne radionice „Meet the Experts“, a u sklopu nagradne igre dodijeljen je nagradni boravak u „Lošinj Hotels&Villas“.

OSTALE PREZENTACIJE NA SVJETSKOM TRŽIŠTU

UAE

⇒ **DUBAI, 16. – 26. 1. 2016.**

Na poziv NK Rijeka, TZ Kvarnera i Primorsko-goranska županija odazvali su se gostovanju u Dubaiju i iskoristili priliku za turističku prezentaciju Kvarnera, Hrvatske, ali i prezentaciju investicijskih projekata. Naime, u sklopu zimskih priprema Hrvatskog nogometnog kluba Rijeka u Dubaiju, od 16. do 26. 1. 2016. godine, Turistička zajednica Kvarnera predstavila je potencijale turističke destinacije iz koje klub dolazi. Osim predstavljanja i prezentacija regije Kvarner koju je TZ Kvarnera odradila u suradnji s NK Rijeka, prethodno je, još u svibnju 2015. godine TZ Kvarnera sudjelovala u sklopu štanda HTZ-a na sajmu Arabian Travel Market (ATM) te je održala brojne prezentacije i susrete s partnerima i medijima. Kvarner je tada po prvi puta predstavljen na zajedničkom štandu Hrvatske turističke zajednice, Turističke zajednice grada Zagreb te Centra za certificiranje halal kvalitete. Kompanija Flydubay uvela je direktne letove na relaciji Zagreb-Dubai tri puta tjedno. Važno je naglasiti kako TZ Kvarnera surađuje i sa Centrom za certificiranje halal kvalitete pri Islamskoj zajednici u Hrvatskoj, te je u studenom 2016. godine organiziran World Halal Day u Opatiji. Pri tome posebno se ističu pregovori s aviokompanijom Fly Dubai, koja ima interes ne samo za jačanje postojeće, nego i otvaranje novih avio linija iz Perzijskog zaljeva. Na nizu sastanaka direktorica TZ Kvarnera dr.sc. Irena Peršić Živadinov održala je prezentacije čelnicima Fly Dubaija, a tijekom cijelog trajanja sportskih priprema i boravka kluba u Dubaiju TZ Kvarnera imala je promidžbeni štand s informacijama o destinaciji u sklopu Rijeka Cornera.

Nastavno na prezentaciju u Dubai-u TZ Kvarnera je tijekom veljače i ožujka **obavila kampanju oglašavanja u Ujedinjenim Arapskim Emiratima** kroz posebne reportaže u **TRAVEL TRENDZ magazinu**, koji je dostupan diljem Ujedinjenih Arapskih Emirata u top hotelima, turističkim atrakcijama, restoranima i golf klubovima.

AZERBAJDŽAN

⇒ **BAKU –7. – 9. 4. 2016. - prezentacija i sajam AITF –**

U suradnji s TZG Zagreba i turističke agencije Atlantis Travel, kao i nekoliko hrvatskih turističkih tvrtki, u organizaciji Ureda MVP u Baku-u, TZ KVARNERA predstavljena je kroz PP prezentaciju i prikazivanje promidžbenog filma, kao i u sklopu zajedničkog štanda hrvatskih sudionika na sajmu AITF. Prezentacija i nastup Kvarnera imao je za cilj popotpuru avio prijevozniku SILK WAY koji je izrazio ozbiljan interes za letove na ZL Rijeka. Također, cilj je bio predstavljane regije Kvarner u sklopu nacionalne prezentacije na tržištu s velikim potencijalom.

KINA

⇒ **Xingyi, Guizhou Province** - 1st General Assembly of the International Mountain Tourism Alliance (IMTA) i 2016 International Mountain Tourism Conference, 19.-26.09.2016.

TZ Kvarnera, je na prvoj osnivačkoj sjednici Skupštine koja je održana 21. rujna 2016. godine, postala je jedan od ukupno 100 osnivača iz 26 zemalja i regija organizacije IMTA-e (International Mountain Tourism Alliance). Na osnivačkoj Skupštini usvojen je Statut organizacije kao i Deklaracija o osnivanju, izabrarano je Vijeće na čelu s predsjednikom i dopredsjednikom te glavni tajnik organizacije.

Glavni cilj IMTA-e je zaštita gorskih/planinskih resursa i promocija održivog razvoja turizma u gorskim i planinskim krajevima.

Direktorica dr.sc. Irena Peršić Živadinov je, u sklopu konferencije koje je održana 22. rujna 2016. godine, držala prezentaciju kroz koju je predstavila turističku ponudu Kvarnera i Hrvatske.

HRVATSKA

⇒ **Opatija** – FEC 2016, Hotel Royal, 02.-03.06.2016. – štand TZ Kvarnera u suradnji s HGK – Županijska komora Rijeka – sudjelovanje / prezentacija Kvarnera na sajmu franšiza, financijskih i konzultatskih usluga (Franchising Exhibition Croatia) -

⇒ **Zagreb** – Godišnja Skupština ITF-a (International Tennis Federation), 20.-24.6.2016.

ITF svake godine u drugoj zemlji organizira AGM i ovo je sjajna prilika za promociju. U ogromnoj konkurenciji Hrvatska je izabrana bude domaćin ITF AGM-a koji će se održati u Zagrebu od 20.6. do 24.6.2016. godine.

ITF broji 205 članova, a delegati su obično predsjednici teniskih federacija ili članovi najviših tijela teniskih saveza država iz kojih dolaze, najčešće političari ili svjetski poznati teniski stručnjaci.

U razgovoru sa delegatima i vodstvom ITF-a zaključeno je da gotovo svi žele iskoristiti dolazak u Hrvatsku, te uz grad Zagreb, posjetiti i ostale destinacije u Hrvatskoj na način da provedu dodatno još jedan tjedan na godišnjem odmoru.

TZ Kvarnera iskoristila je ovu jedinstvenu priliku kako bi delegatima i članovima predstavila regiju i privukla ih da nakon konferencije posjete Kvarner i ovdje provedu svoj godišnji odmor. Tako je u suradnji s gospodarstvom pripremljeno niz posebnih ponuda namijenjene ITF AGM delegatima koje se prezentiraju na posebnom letku i web stranici koji su namijenjeni delegatima, i to primjerice: krstarenje po Kvarneru, smještaj u butik hotelima, gastro i eno ponuda.

Nakon održane Godišnje Skupštine, jedan od delegata koji su posjetili Kvarner, bio je i gospodin Steve Healy, predsjednik Teniskog saveza Australije.

⇒ **Varaždin** – sudjelovanje/prezentacija na manifestaciji Špancirfest, 19.-28.8.2016.

Koordinacija Turističkih zajednica Gorskog kotara predstavila se na 18. Festivalu dobrih emocija - Špancirfestu u Varaždinu koji se od 19. do 28. kolovoza 2016. godine održavao u Varaždinu. Na posebnom i prepoznatljivom štandu, mnogobrojnim posjetiocima manifestacije predstavila se turistička ponuda Gorskog kotara, Regionalnog sportsko-rekreacijskog i turističkog centra Platak, a cilj je domaću publiku upoznati s mogućnostima za aktivan odmor tijekom cijele godine u neposrednoj blizini.

⇒ **Zadar** – prezentacija Kvarnera na polufinalu DAVIS CUP-a, 16.-18.09.2016.

TZ Kvarnera je tijekom održavanja polufinalnog susreta teniskih reprezentacija Hrvatske i Francuske Zadru predstavila turističku ponudu regije Kvarner. U promociji pomogli su i naši tenisači – na štandu TZ Kvarnera hrvatska teniska reprezentacija potpisivala je majice Hrvatske turističke zajednice. Polufinalno natjecanje ovog prestižnog teniskog događaja okupilo je velik broj najznačajnijih predstavnika svjetskog tenisa kao i velik broj uglednika iz Francuske. Direktorica TZ Kvarnera dr.sc. Irena Peršić Živadinov imala je priliku razgovarati s predsjednikom Roland-Garros turnira i predsjednikom Francuske teniske federacije - gospodinom Jean Gachassin-om. Regija Kvarner raspolaže s odličnom teniskom infrastrukturom koja može postati motiv dolaska gostiju u pred i posezoni – samo na području grada Mali Lošinj trenutno postoji čak 28 teniskih terena najvišeg standarda. Opatijska rivijera odigrala je veliku povijesnu ulogu u razvoju hrvatskog tenisa. Plasmanom Hrvatske u finale Davis Cup-u, u Zagrebu je u mjesecu studenom zakazan finalni susret tenisača Hrvatske i Argentine – i tu priliku TZ Kvarnera iskoristit će za promociju, pa su tako u tijeku pripreme za još jednu prezentaciju.

Napomena:

Na domaćem tržištu održane su brojne prezentacije u najrazličitijim prilikama, od različitih predavanja i prezentacija pa do održavanja raznih kongresa na našoj destinaciji.

IV.4.2. Poslovne radionice (workshopovi) u organizaciji predstavništava HTZ-a u inozemstvu

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

V. INTERNI MARKETING

V.1. EDUKACIJA

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

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

V.1.2. Edukacija

Održane razne edukacijske radionice sukladno proizvodnom portfelju TZ Kvarnera.

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

V.2.1. Koordinacija s turističkim zajednicama s područja Kvarnera

2016. godine održano je više sastanaka koordinacije i to s direktorima turističkih zajednica, s predstavnicima gospodarskih subjekata – nositelja smještajne ponude, te s HTZ-om na teme: organizacija upravljanja destinacijom, udruživanje sredstava, zajedničke promotivne aktivnosti, zajedničko predstavljanje na sajamskim nastupima, planiranje i praćenje fizičkog turističkog prometa, praćenje naplate boravišne pristojbe, praćenje implementacije strateških dokumenata, marketing brendovi, pružanje stručne i svake druge pomoći i dr. Posebna pažnja posvećena je i uvođenju nove informatičke platforme od strane HTZ-a „eVisitor“, te je na tu temu održano također više sastanaka i dogovora radi usuglašavanja i rješavanja problema koji su se stvarali tijekom upisivanja gostiju koji borave na Kvarner.

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, izvršava se nadzor donošenja prijedloga programa rada za 2017. godinu, odnosno, programskim zadaća lokalnih turističkih zajednica za sljedeću godinu.

V.2.2. Koordinacija turističkih zajednica Gorskog kotara

TZ Kvarnera pruža potporu projektima razvoja turizma na područjima koja nisu turistički razvijena, koja su velik potencijal u daljnjem obogaćivanju ukupne turističke ponude Kvarnera. Temeljem odluke Turističkog vijeća TZ Kvarnera od 23. ožujka 2012. godine pokrenut je pilot projekt upravljanja destinacijom Gorskog kotara te od tada redovito djeluje koordinacija turističkih zajednica Gorskog kotara.

Zahvaljujući upravo novom modelu suradnje i funkcioniranja, turističke zajednice Gorskog kotara na razne načine aplicirale su zajedničke i samostalne projekte na javne pozive Ministarstva turizma, Hrvatske turističke zajednice, Turističke zajednice Kvarnera i Primorsko-goranske županije su u 2016. godini ostvarile financijsku potporu za razne projekte u ukupnom iznosu od 254.000 kn, što je potpomoglo razvoju projekata.



Kalendar događanja - TZ Gorskog kotara je u 2016. godini poduprijela događanja koja su od interesa za promidžbu Gorskog kotara, njegovih sadržaja i kulture te je u suradnji s Udrugama i Društva koja djeluju na području Gorskog kotara, uskladila i posložila u godišnji plan događanja za Gorski kotar koji je objavljen na službenim web stranicama Gorskog kotara, Turističkih zajednica Gorskog kotara, Turističke zajednice Kvarnera te u tiskanom izdanju TZ Kvarnera „Kalendar događanja – Iz dana u dan“. Kalendara događanja dostavlja se na sve relevantne institucije u turizmu (MINT, HTZ) i medijima.

Prvi puta u 2016. godini izdan je „Kalendar događanja Gorskog kotara 2016/2017“ na hrvatskom jeziku u nakladi od 5.000 komada, knjižica džepnog formata sa vodećim događanjima i manifestacijama i znamenitostima s preporukom sa lijepo i ružno vrijeme, izletima i zanimljivostima za djecu.

Organizacija „**Gorski kotar bike Toura**“ povjeren je obrtu „Promotiv“ (osmišljavanje rute, obilazak, opis, prijave, najava/promidžba i svi ostali potrebni poslovi) u suradnji s koordinacijom Turističkih zajednica Gorskog kotara. Gorski kotar bike Tour 2016 održao se po 4. puta od 15. do 17. srpnja 2016. godine sa oko 40-tak sudionika iz cijele Hrvatske (Istra, Zagreb, Vinkovci, Gospić, Bjelovar, Rijeka), unatoč neobičajenim niskim temperaturama za to doba godine, čak i u Gorskom kotaru (+7°) a pridružili su se i direktori Turističkih zajednica Gorskog kotara na električnim biciklima promovirajući na taj način mogućnost najma električnih bicikli na više lokacija u Gorskom kotaru. Zbog konfiguracije terena, po prvi puta Gorski kotar bike Tour bio je i natjecateljskog karaktera: svakog dana je na određenim usponima uvedena nagrada „Kralj i kraljica brda“.

Start je bio u Kamačniku /Vrbovsko i taj dan vozila se dionica od 59 km: Čogrljevo jezero – Brod Moravice – Skrad – Delnice. Drugi dan, 16.7. na Svjetski dan biciklista, vozila se dionica Delnice – Sunger – Brestova Draga – Mrkopalj – Begovo Razdolje – Delnice (59 km). Treći dan vozilo se: Delnice – Lokvarsko jezer – kaubojski grad Roswill – Fužine (42km). Iz Fužina sudionici su se vlakom vratili u Vrbovsko želeći na taj način potaknuti mogućnost prijevoza bicikla vlakom.

Na etapama puta lokalne Turističke zajednice Gorskog kotara dočekali su sudionike s okrijepom a lokalni proizvođači autohtonih proizvoda prezentirali su svoje proizvode koji su se prema narudžbi, sudionicima zadnji dan dostavili, što je posebna usluga organizatora s ciljem poticanja prodaje lokalnih proizvoda.

Na Gorski kotar bike Tour 2016 sudjelovao je i hrvatski biciklistički bloger Dražen Breitenfeld te su na t-portalu/pedaliranje objavljeni tekstovi „Vrbovsko postaje mieka biciklizma između Kuše i Dobre“ i „Dir po Gorskog kotaru: Kada biciklistički snovi postaju stvarnost“ a ove godine manifestacija je privukla znatnu medijsku pozornost sa oko 20 objava od čega se ističe reportaža na 4 stranice u časopisu „Outdoor“ i „duplerica“ u Novom listu. Također, ističemo da je na Gorski kotar bike Touru sudjelovao i Martin Čotar, prvi čovjek hrvatskog biciklizma i europski prvak na kronometar što je velika podrška ovom projektu.

Sanjkaški kup Gorskog kotara 2016. u suradnji s lokalnim Udrugama i Goranskim sportskim centrom sukladno vremenskim uvjetima organizirani su Sanjkaški kupovi u Lokvama i Skradu.

Koordinacije Turističkih zajednica Gorskog kotara realizirala je održavanje i ažuriranje:

- **mobilne aplikacije** Gorski kotar Bike
- aktivna i ažurirana **web stranica** www.gorskikotarbike.com
- održavanje zajedničke **web stranice** www.gorskikotar.hr
- **održavanje signalizacije** na terenu i nabavka nove

Zbog zastarjelosti CMS-a pristupilo se izradi nove web-stranice Gorskog kotara prvenstveno iz tehničko-administrativnih razloga a iskoristit će za osvežavanje i inoviranje sadržaja i foto-materijala.

Razvoj brenda „Gorski kotar“ – Top 100 Green Destination

Stvaranje pozitivnog imidža Gorskog kotara i nazočnosti u podsvijesti domaćeg potrošača te poticanje osjećaj povjerenja, dobrobiti i sigurnosti, na ponovno otkrivanja nekada tranzitne i izletničke destinacije u turističku destinaciju koji podrazumijeva kvalitetu postignuta je sudjelovanjem na natjecanje za oznaku kvalitete Green Destination. Za ulazak u Top 100 održivih destinacija svijeta bilo je potrebno zadovoljiti 15 glavnih kriterija koji destinaciju čine odgovornom i zelenom, i to po temama: priroda i pejzaž, klima i okoliš, kultura i tradicija, ljudi i gostoljubivost te održivi destinacijski menadžment, koji i čine bit zelenog destinacijskog standarda. Ocjenjivačku komisiju sačinjavao je Ekspertni tim Top 100 održivih destinacija te Top 100 održivih destinacija selekcijski panel u sastavu 40 međunarodnih top stručnjaka u turizmu i održivosti.

Gorski kotar kao cjelina i Grad Delnice kao dio te cjeline u rujnu 2016. godine stekli su jednogodišnje pravo na korištenje međunarodno priznate i vrlo ugledne oznake „Green Destination“ kojom se potvrđuje da turističko područje koje nosi tu oznaku poštuje brojna pravila o zaštiti okoliša i održivom razvoju. U konkurenciji od 200 natjecatelja, Gorski kotar osvojio je 25. mjesto te ušao među prvih 30 koji su bili pozvani na svečanu dodjelu ovog vrijednog

priznanja. O važnosti ovog priznanja detaljno je pisao i „Novi list“ u prilogu Gorankom listu 6. studneog 2016. godine sa dvostranim člankom „Spremni za ekološki osviještene turiste.“

Blog – pedaliranje.hr

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

1. Gorski kotar bike tour – 15.-17.7.
2. Sportsko ljetovanje na Kamačniku – 31.7.
3. Kamenjakova utrka – 5.8.
4. Delnice Biking Day – 20.8.

a krajem siječnja 2017. godin planiran je blog Snow MTB Delnice

Tiskani promo-materijal i suveniri Gorskog kotara

Ažuriran je **Katalog atrakcija Gorski kotar, na način da je proširen za 4 stranice opisom rada Goranske kiparske radionice**, najstarije hrvatske umjetničke radionice te sa kartografskim i fotografskim prikazom preko 100 eksponata, **što je ujedno i prvi objedinjeni prikaz svih radova od početka postojanja Goranske kiparske radionice**. Grafička priprema napravljena je na engleskom jeziku i otisnuta je u nakladi od 5.000 komada. Brošura je premijerno i svečano predstavljena na otvorenju 37. Goranske kiparske radionice 4.6.2016. u Lokvama. Povezivanje turizma i umjetnosti u kulturno-turistički sadržaj medijski je popraćen i u „Novom listu“ na cijeloj stranici člankom „Kiparske staze postale dio goranske turističke ponude“ od 10.lipnja 2016. godine.

Zbog velike potražnje napravljen je dotisak biciklističke brošure Gorskog kotara i biciklističke karte Gorskog kotara (oboje u nakladi od 5.000 komada).

Za promidžbene potrebe napravljeni/naručena je:

mesh – cerada Gorski kotar 3,20 m x 2,30 m

U tijeku je ažuriranje i inoviranje cestovne i turističke karte Gorskog kotara s više servisnih informacija. Novost u ovom izdanju je što će na poleđini, gdje se prikazuju servisne informacije, naglasak biti na prikazu Gorskog kotara kao cjeline a ne na 9 dijelova 1 cjeline.

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

Sajmovi u suradnji s TZ Kvarnera:

1. Stuttgart (D) CMT 2016 – 16.-24.1.2016. Hala 7
- 1a. Stuttgart CMT (D) – 16.-17.1.2016. Wander&Fahrraderlebnis, Hala 9
2. Utrecht (NL)- 20.-21.2.2016.Fiets en Wandelbeurs.
3. Muenchen (D) – f.re.e. 10.-14.2.2016 – naglasak Gorski kotar na Outdoor bini
5. Essen (D) – Reise + Camping 24.-28.2.2016.
6. Nürnberg (D) – 24.-28.2.2016.
7. Friedrichshafen (D) Eurobike – 31.8.2016.

Koordinacija turističkih zajednica prvi puta je zajednički predstavila na najvećem turističkom sajmu za široku publiku, CMT 2016 u okviru specijaliziranog dvodnevnom sajmu „Fahrrad-& Erlebnis Reisen 2016. Za tu priliku pripremljeni su promidžbeni materijali na njemačkom jeziku a aktivno je sudjelovalo 7 direktora goranskih turističkih zajednica s ciljem pružanja informacija ali

i radi dobivanja uvida na licu mjesta što gosti pitaju, što je potrebno unaprijediti, što nudi konkurencija i koliko je važno područje objediniti u jednu jaku, zajedničku i konkurentnu destinaciju.

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

1. Festival samoniklog bilja, Kršan, 23. i 24.4.2016.
2. „Fiumare“, Rijeka, 2.-4.6.2016.
5. „Špancierfest“, Varaždin, 26.-28.8.2016.

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)

Studijske grupe kvarnerskih turističkih agencija u Gorskom kotaru

Po prvi puta organizirana su dva studijska putovanja vodećih kvarnerskih turističkih agencija („opinion leaderi“) i to:

9.6.2016. u Fužine i Lokve – špilja Vrelo, lokacija snimanja „Winnetou-a“ Roswell City, špilja Lokvarka; cilj ovog putovanja bio je premijerno predstaviti lokalitete novog snimanja njemačkog legendarnog filma „Winnetou-a“ i to prije vodećeg turističkog sajma za njemačke autobuse RDA 2016. Cilj je bio ponuditi sadržaje za grupne izletničke pakete koji bi obuhvatili ova područja za 2017. godinu i na taj način „preusmjeriti“ što je moguće više goste iz primorja tijekom njihova boravka na područje Gorskog kotara. Također, ovi lokaliteti izuzetno jer nisu ovisni o vremenskim uvjetima (2 špilje) i zanimljivi su za organizirana grupna putovanja u pred- i post sezoni kada na primorju vladaju promjenjivi vremenski uvjeti, posebica kiša.

9.10.2016. na područje Vrbovskog Gomirje, Kamačnik, Bundevidada; cilj ovog studijskog putovanja bio je predstaviti manje poznat pravoslavni manastir sv. Jovana Preteče u Gomirju koji je izuzetno zanimljiv gostima s ruskog tržišta budući se radi o najistočnijem pravoslavnom samostanu u Europi. Njegova pozicija optimalna je za kombinaciju na izletu za Plitvice radi zaustavljanja ili kao prvi lokalitet za organizirane grupe avio-gostiju koje slijeću u Zagrebu. Zaštićeni krajobraj sa novom, modernom infrastrukturom (obnovljen ugostiteljski objekt, sjenice, mogućnost najma e-bicikla, dječje igralište, glazbena staza) izvrsna su ponuda za rekreativan odmor a vrhunac posjete bila je manifestacija „Bundevidada“.

EDUKATIVNA RADIONICA O OTVARANJU MALIH KAMPOVA NA PODRUČJU GORSKOG KOTARA

Turistička zajednica Kvarnera uz potporu Ministarstva turizma Republike Hrvatske u suradnji s najjačom nacionalnom kamping udrugom u Hrvatskoj *Kamping udruženjem Hrvatske* i koordinacijom Turističkih zajednica Gorskog kotara organizira edukaciju „**Mogućnost otvaranja i razvoja malih kampova na kontinentu**“ uz terenski obilazak „*Kanu kampa Radenci ob Kolpi*“ u susjednoj Sloveniji.

Na edukaciju se prijavilo preko 70 sudionika a posebno je veliki odziv privatnih iznajmljivača i OPG-a iz Gorskog kotara. Na području Gorskog kotara već je izražen interes za otvaranjem malih

kampova uz rijeke te će ova edukacija pomoći i olakšati proces pokretanja i otvaranja malih kampova.

Također, sukladno Strateškom planu razvoja turizma na Kvarneru sa strateškim operativnim marketing planom za razdoblje 2016.-2020. i iz održanih tematskih radionica artikulirana je potreba za otvaranjem malih kampova u Gorskom kotaru kao jedan od prioriteta.

Trenutno na području Gorskog kotara postoji jedan mali kamp, kamp „baza“ u Lokvama sa 6 parcela a u planu je otvaranje kamp odmorišta u Crnom lugu.

Produkcija multimedijских materijala

S ciljem praćenja najnovijih trendova i preporučenih način prezentacije kroz digitalne promidžbene materijale kroz jednodominutne spotove, koordinacija turističkih zajednica Gorskog kotara naručila je izradu video snimanja na lokacijama kako slijedi:

1. Kamačnik – kuhanje kotlića (proljeće)-ugostiteljski objekt
2. Izvor Kupe, Risnjak, recepcija NP Risnjak,
3. Kavranova stijena, Parag (vidikovci)
4. Tršće-adrenalinski park, kućica na drvetu, privatni smještaj, konji
5. Noć špilja, Golubinjak-stijena za penjanje
6. Delnice – sportovi na vodi, farting, kajak; Muzej
7. Zeleni vir, Dani malina
8. Fužine-Winnetou-kaubojsko selo Roswell isključivo za vrijeme GKB toura 2016
9. Imanje Juretić, Ravna Gora
10. Bundevidjada-manifestacija
11. Zima: skijališta, nordijsko hodanje/trčanje, sanjkanje
12. Vrbovsko: samostan sv. Jovana Preteče, Kamačnik, ovčarstvo
13. Mrkopalj: Čelimbaša, Matić poljana
14. RSRTC Platak

U tijeku je priprema pozivnog natječaja za audicijsko režiranje/snimanje video-spota s ciljem odabira najkvalitetnijeg autora.

Aplikacije na Javne pozive i natječaje

Turističke zajednice Gorskog kotara aplicirale su samostalno i zajednički projekte na Javne natječaje Ministarstva turizma, Hrvatske turističke zajednice, Turističke zajednice Kvarnera i Primorsko-goranske županije su u 2016. godini ostvarile financijsku potporu za razne projekte u ukupnom iznosu od 254.000 kn

V.3. POTICANJE I OCJENJIVANJE IZVRSNOSTI DESTINACIJE

V.3.1. Djelatnik godine

Turistička zajednica Kvarnera je u okviru nacionalnog programa „Čovjek ključ uspjeha u turizmu“ prosljedila odabrane kandidature koje su pristigle temeljem natječaja objavljenog od strane GU HTZ. Pored toga, izravno su kandidature u GU HTZ-a mogle dati i strukovne udruge, tvrtke, jedinice lokalne samouprave i ministarstva. Kriteriji slijedom kojih su ocijenjeni odnose se na profesionalne osobine kandidata i odnos prema turistima: stručnost, ljubaznost i uslužnost, komunikativnost, timski rad i kolegijalnost, fleksibilnost, pouzdanost i diskretnost, inicijativnost i inovativnost, ali i na poznavanje stranih jezika, stručna usavršavanja i radno iskustvo. Cilj programa je razvijanje gostoljubivih i prijateljskih odnosa prema turistima te podizanje kvalitete usluge što direktno utječe na podizanje stupnja zadovoljstva gostiju, povrat gostiju i promidžbu usmenom predajom te na širenje pozitivnog imidža destinacije.

Najboljima u Hrvatskoj, na Danima Hrvatskog turizma u Bolu, 26. i 27. listopada 2016. godine, proglašena su 4 kvarnerska kandidata. Nagrađeni kvarnerski kandidati uzor su i poticaj drugim djelatnicima u turizmu. Najbolja agencijska djelatnica je gospođa Mila Lončarić iz Selca, iz turističke agencije „Tourist-Selce“, najbolji vozač u Hrvatskoj je gospodin Zoran Vitas iz Novog Vinodolskog, a najbolji čistač je gospodin Ivan Patalić, djelatnik Komunalnog poduzeća „Dundovo“ iz Raba. Priznanje na županijskoj i državnoj razini u kategoriji djelatnik u pomorskom prijevozu dobio je gospodin Boren Lupi, zapovjednik najvećeg broda u floti Jadrolinije „Marko Polo“ – priznanje na županijskoj i na državnoj razini.

V.3.2. Dani hrvatskog turizma 2015. – Bol, otok Brač - 26.–27.10.2016. I GODIŠNJE TURISTIČKE NAGRADE 2016

Tradicionalni godišnji skup turističkih djelatnika Hrvatske, u organizaciji Ministarstva turizma RH, Hrvatske gospodarske komore i Hrvatske turističke zajednice, održan je 26. i 27. listopada 2016. godine u Bolu na otoku Braču. 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 2016. 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.

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

DESTINACIJA GODINE

→ **NAJUSPJEŠNIJA DESTINACIJA TURIZMA ZDRAVLJA:**

1. mjesto: GRAD MALI LOŠINJ,
2. mjesto: CRIKVENIČKA RIVIJERA,

→ **AUTENTIČNA PRIMORSKA DESTINACIJA „MALO MISTO“:**

GRAD RAB,

ATRAKCIJA GODINE:

→ **PRIRODNA ATRAKCIJA GODINE – PLAŽA GODINE:**

PLAŽA ZA PSE PODVORSKA, CRIKVENICA

NAGRADE HGK - 20. TURISTIČKI CVIJET - KVALITETA ZA HRVATSKU 2016.:

⇒ HOTEL

ODMORIŠNI HOTEL 3*: Valamar Koralj Romantic Hotel, Krk

WELLNESS HOTEL: Vitality Hotel Punta, Mali Lošinj

JEDINSTVENI LUKSUZNI HOTEL: Hotel Bevanda, Opatija

⇒ KAMP

MALI KAMP: Kamp Lando Resort, Kampor

EKO KAMP:

1. Kamp Kovačine, Cres

2. Kamp Krk, Krk

3. Kamp Glavotok, Krk

⇒ **SPA/LJEČILIŠTE GODINE:** THALASSOTHERAPIA OPATIJA, OPATIJA

⇒ **OBITELJSKI SMJEŠTAJ**

APARTMAN NA MORU:

1. mjesto: Apartmani Marija Devčić, Rijeka

2. mjesto: Apartman Tijan, Kastav

APARTMAN NA KONTINENTU:

1. mjesto: Apartmani Sabina, Fužine

KUĆA ZA ODMOR NA MORU

1. mjesto: Villa Sirotnjak, Lovran

2. mjesto: Kuća za odmor Iva, Lovran

3. mjesto: Villa Biocrystal, Hreljin

Dodijeljene su i TOP 10 NAGRADE HRVATSKOG TURIZMA

→ INOVACIJA GODINE: Projekt APOKSIOMEN na OTOKU VITALNOSTI

→ RESTORAN GODINE: Restoran BEVANDA, Opatija (Kvarner Gourmet restoran)

→ DMK PUTNIČKA AGENCIJA GODINE: KATARINA LINE, Opatija

Ostale nagrade

GREEN DESTINATION - 4 KVARNERSKE DESTINACIJE U „Top 100 održivih destinacija u 2016.“: Gorski Kotar, Otok Krk, Delnice, Mali Lošinj

- „Top 100 održivih destinacija“ zajednička je inicijativa organizacija Green Destinations, TravelMole, Destination Stewardship Center, Asian Ecotourism Network (AEN) te Globalnog vijeća za održivi turizam (GSTC). Najviše razloga za zadovoljstvo imali su predstavnici Primorsko-goranske županije iz koje je od ukupno 6 hrvatskih dobitnika nagradu s područja Kvarnera primilo čak 4 destinacije, i to: Gorski kotar i otok Krk, te gradovi Delnice i Mali Lošinj. Za ulazak u Top 100 održivih destinacija svijeta bilo je potrebno zadovoljiti 15 glavnih kriterija koji destinaciju čine odgovornom i zelenom, i to po temama: priroda i pejzaž, klima i okoliš, kultura i tradicija, ljudi i gostoljubivost te održivi destinacijski menadžment, koji i čine bit zelenog destinacijskog standarda. Ocjenjivačku komisiju sačinjavao je Ekspertni tim Top 100 održivih destinacija te Top 100 održivih destinacija selekcijski panel u sastavu 40 međunaradonih top stručnjaka u turizmu i održivosti.

NAGRADA BRAND LEADER AWARD DODIJELJENA TZ KVARNERA KAO NAJBOLJOJ TURISTIČKOJ ORGANIZACIJI JUGOISTOČNE EUROPE

- Turističkoj zajednici Kvarnera je na 6. Biznis konferenciji „Turističko tržište Jugoistočne Evrope – SEET 2016“ u Beogradu 28. rujna 2016. dodijeljena je nagrada Brand Leader Award 2016 kao najboljoj turističkoj organizaciji jugoistočne Europe. Kriteriji po kojima je nagrada dodijeljena podrazumijevaju inovativnost, visok stupanj tržišne prepoznatljivosti i pozicioniranja autentičnog proizvoda, kao i za unaprijedjenje tržišta, doprinos popularizaciji gospodarskog potencijala i kreiranju konkurentnog image-a područja jugoistočne Europe. Tim više je nagrada znak posebnog priznanja i prepoznatljivosti kvalitete Kvarnera kao izuzetno atraktivne turističke destinacije.

SKAL INTERNATIONAL TOURISM AWARDS 2016 – INTERPRETATION CENTRE OF MARITIME HERITAGE

- Turistička zajednica Kvarnera je kao partner na projektu Mala barka, kandidirala Interpretacijski centar maritimne baštine Mala barka - "Kuća od mora" u Mošćeničkoj Dragi za prestižnu nagradu Svjetskog udruženja profesionalaca u turizmu SKAL, u kategoriji „Community and Government Projects“, za nagradu za održivi razvoj. Tako je TZ Kvarnera za Interpretacijski centar maritimne baštine MALA BARKA u Mošćeničkoj Dragi osvojila treće mjesto, odnosno nagradu SKAL INTERNATIONAL SUSTAINABLE TOURISM AWARD 2016, koja je proglašena u prigodi održavanja svjetskog kongresa SKAL-a u Monacu, 30.10.2016. godine.

Kvarnerski dan turizma 2016.

- u pripremi je i održat će se 9.12.2016. godine, te će se na svečanosti dodijeliti priznanja TZ Kvarnera dobitnicima po raznim kategorijama

Tjedne novosti iz TZ Kvarnera – tjedne i dnevne najave događanja

Turistička zajednica Kvarnera i Radio OK (Radio otok Krk d.o.o.) nastavili su poslovnu suradnju u realizaciji projekta informativnih radio emisija o turističkim zbivanjima na području otoka Krka i čitavog Kvarnera. Pri tome su u cilju tematske pokrivenosti cijele regije, sve pripreme za emisije napravljene u uredu TZ Kvarnera, a i razgovore, odnosno javljanja „uživo“ u program obavila je i obavlja direktorica TZ Kvarnera i djelatnice TZ Kvarnera.

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

Projekt se realizirao kroz dvije informativne emisije i to:

- tjednom informativnom emisijom pod nazivom „Novosti iz Turističke zajednice Kvarnera“ putem koje je direktorica dr. sc. Irena Peršić Živadinov kroz redovita javljanja i razgovore svake srijede približava rad i aktualne aktivnosti TZ Kvarnera na domaćem i stranom tržištu domaćem stanovništvu; ova informativna emisija se nastavlja do kraja tekuće godine
- informativnim emisijama pod nazivom „Kvarner Info“, u kojima su se najavljivale manifestacije s područja Kvarnera na hrvatskom, engleskom, njemačkom, talijanskom i slovenskom jeziku;

- informativna emisija „Kvarner Info“ emitirala se u razdoblju od travnja do kraja listopada i to prema sljedećim terminima: od travnja do kraja lipnja te od rujna do kraja listopada – petkom i subotom, a u razdoblju od srpnja do kraja kolovoza svakim danom.

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

Sukladno Strategiji razvoja turizma RH do 2020. i Strateškom marketinškom planu hrvatskog turizma 2014. – 2020., Hrvatska turistička zajednica tijekom 2016. u suradnji s Ministarstvom turizma, provodila je aktivnosti kojima se podupire razvoj turističke ponude i aktivnosti upravljanja destinacijama usmjerene na ostvarenje postavljenih ciljeva, a to se prvenstveno odnosi na razvoj ponude destinacija u razdoblju pred i posezone (PPS), segmente proizvoda s većom dodanom vrijednošću koji mogu pridonijeti povećanju turističke potrošnje (složeni turistički proizvodi destinacije i specifični/tematski proizvodi) kao i sadržaje koji će djelovati na jačanje brenda.

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

PPS destinacije na Kvarneru su:

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

PPS je projekt HTZ-a te TZ Kvarnera sudjeluje kao dio sustava turističkih zajednica.

VI. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA

VI.1. ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA

VI.1.1. Tajni kupac na Kvarneru

Turističke zajednice s područja Kvarnera u suradnji s agencijom „Heraklea“ i ove godine nastavile su sudjelovanje u projektu posjeta tajnih gostiju na brojnim lokacijama unutar destinacije.

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.

Ove godine se po prvi puta na Kvarneru u Rijeci u Grand hotelu Bonavia 30.ožujka 2016., održala konferencija Mystery Shopping day uz potporu Predsjednice Republike Hrvatske Kolinde Grabar Kitarović te pod pokroviteljstvom Primorsko - goranske županije i župana Zlatka Komadine te Grada Rijeke, a u suradnji s partnerima TZ Kvarnera i TZ Grada Rijeke. Istaknuti govornici, uz bogat strukovni i poslovni program, prenijeli su svoja iskustva, znanja i poslovna ostvarenja, a interaktivnost i networking bili su sastavni dio ovog događanja. Premijerno su se prezentirali rezultati istraživanja Ljeto 2015 (mjerenje kvalitete usluge u turizmu) provedenog 2015. godine, a sudionici su također prisustvovali i godišnjoj dodjeli nagrade za posvećenost kvaliteti usluge u turizmu za 2015. godinu. Cilj konferencije je bio sudionicima pružiti niz korisnih znanja uz primjere raznih uspješnih metoda za unaprjeđenje izvrsnosti koju zahtijeva današnji gost.

VI.1.2. Anketa na zračnoj luci „Rijeka“

Turistička zajednica Kvarnera u suradnji sa Zračnom lukom Rijeka provela je tijekom predsezona, glavne sezone i posezone anketu putnika prilikom njihovog odlaska. Ukupno je anketirano 3.194 ispitanika anketom koja ima 20 pitanja, a najrelevantniji rezultati dobiveni analizom anketa prikazani su u nastavku.

DESTINACIJA NA KOJOJ SU ISPITANICI PROVELI ODMOR

Od ukupno 3.194 ispitanika 2.562 ili 80% je svoj odmor provelo isključivo na Kvarneru, 444 odnosno 14% u destinaciji izvan Kvarnera, a 116 tj. 4% ispitanika je dio odmora boravilo na Kvarneru, a dio izvan njega. 72 ispitanika nije odgovorilo na pitanje (2%).

Od 14% posto ispitanika koji su odmor proveli van Kvarnera: 42% je boravilo u Istri (6% od ukupnog broja ispitanika), 21% u Dalmaciji (3% od ukupnog broja), 37% u nekoj drugoj regiji (5% od ukupnog broja).

Svi daljnji rezultati odnose se na 2.562 ispitanika koji su boravili isključivo na Kvarneru.

I. DOSADAŠNJI BORAVCI NA KVARNERU

Od 2.562 ispitanika, 62% dolazi na Kvarner po 1. put, 20% je na Kvarneru bilo 2-4 puta, a njih 17% je Kvarner do sada posjetilo 5 ili više puta. 1% ispitanika nije odgovorio.

II. DESTINACIJA BORAVKA NA KVARNERU

29% ispitanika je svoj odmor provelo na Krku, 15% na Opatijskoj rivijeri, 14% u Rijeci, 9% na Crikveničkoj rivijeri, 8% na Rabu, 7% na Lošinju, a s po 4% su zastupljeni ispitanici koji su boravili na Vinodolskoj rivijeri te otoku Cresu. Na 2 ili više destinacija boravilo je 10% ispitanika.

III. TRAJANJE BORAVKA

Najveći udjel ispitanika, njih 42% boravio je na Kvarneru 5 do 7 dana, 31% 8 do 14 dana, 8% 3 do 4 dana, 7% manje od 3 dana, 7% 15 do 21 dan, 4% više od 21 dan, a preostalih 1% ispitanika nije odgovorilo na pitanje.

IV. DOB

Najviše ispitanika je u dobi od 16 do 25 godina (25%), potom u dobi od 26 do 35 godina (23%). Udjel ispitanika u dobnoj skupini od 36 do 45 godina iznosi 20%, a 17% ispitanika je u dobnoj skupini od 46 do 55 godina, te 9% ima od 56 do 65 godina. 5% ispitanika je starije od 66 godina, a 1% ispitanika nije odgovorilo na ovo pitanje. 85% ispitanika je mlađe od 55 godina.

V. SMJEŠTAJ

Najveći udjel ispitanika boravio je u privatnom smještaju, njih 46%. 31% ispitanika je boravio u hotelu (19% u 4 ili 5 zvjezdice, a 12% u 3 zvjezdice ili nekom drugom hotelu pristupačne cijene). S po 6% su zastupljeni ispitanici koji su boravili u kampu i vlastitoj kući. Kod prijatelja i rodbine smjestilo se 5% ispitanika, 3% ih je bilo na jedrilici ili brodu, 2% u hostelu, a 1% nije odgovorilo na ovo pitanje.

VI. MOTIV DOLASKA

Više od trećine ispitanika (35%) na Kvarner dolazi isključivo zbog **odmora i zabave**, a gotovo svi ostali (54%) navode **kombinaciju motiva** među kojima su, **pored odmora i zabave: posjet prijateljima i rodbini, kvaliteta hrane i pića, posao, pristupačne cijene, prirodne ljepote, sport, kulturne znamenitosti te wellness.**

4% ispitanika navelo je kao jedini motiv dolaska navelo posjet prijateljima i rodbini, 2% je na Kvarneru zbog razloga koji nisu bili ponuđeni u anketi, a s po 1% su zastupljeni motivi: posao, prirodne ljepote i sport.

VII. PRATNJA NA ODMORU

Udjel ispitanika koji su došli s obitelji i/ili djecom iznosi 39%, a 30% ih je došlo u pratnji partnera ili supružnika. Udjel ispitanika koji su došli s prijateljima iznosi 24%. 5% ispitanika Kvarner je posjetilo samostalno. 2% ispitanika nije odgovorilo na ovo pitanje.

Obitelji s djecom preferiraju privatni smještaj i kampove, dok se parovi koji odmor provode bez djece radije opredjeljuju za hotele.

VIII. POVRATAK NA ODMOR NA KVARNERU

68% ispitanika planira ponovno doći na odmor na Kvarner, 26% ne zna, a s po 3% su zastupljeni negativan odgovor i slučaj da na pitanje nije odgovoreno.

IX. UTJECAJ NA ODLUKU ZA ODMOR NA KVARNERU

Najveći utjecaj na odluku za odmor na Kvarneru imaju preporuke prijatelja, poznanika i rodbine i to na 30% ispitanika, potom slijedi vlastito iskustvo s udjelom od 20%. 19% ispitanika navodi kombinaciju 2 ili više ponuđenih opcija. Internet kao faktor odluke je zastupljen s 16%. Svi ostali ponuđeni odgovori zajedno ostvaruju 15% (drugo, turistička agencija, bez odgovora, turistički sajam ili sajam putovanja, novinski članak).

X. PRIHODI

Najveći broj ispitanika ima prihode koji se kreću od 1.001 do 3.000 € (35% ispitanika), 21% ispitanika ima prihode od 3.001 do 5.000 €, 18% ispitanika nije odgovorilo na ovo pitanje, 16% zarađuje manje od 1.000 €, a 10% ispitanika ostvaruje prihode veći od 5.000 €.

XI. IZNOS POTROŠEN NA ODMORU NA KVARNERU

Ispitanicima je naznačeno da se navedu trošak po osobi, bez prijevoza. Najveći udio ispitanika je potrošio od 200-500€; njih 29% ispitanika je potrošilo između 500 i 1.000 €, 18% više od 1.000 €. 9% ispitanika nije odgovorilo na pitanje, a jednak je udio ispitanika koji su potrošili između 100 i 200 €. 4% ispitanika je potrošilo manje od 100 €.

XII. OBRAZOVANJE

38% ispitanika je visokoobrazovano i završilo je diplomski studij, 23% ima srednju, 21% srednju stručnu spremu, a 17% završen preddiplomski studij. 13% se izjasnilo da je završilo poslijediplomski studij, 5% ispitanika nije odgovorilo, a 4% ima osnovnoškolsku naobrazbu.

Pitanje	Najzastupljeniji odgovor	Udjel u ostalim odgovorima
<i>Zemlja u kojoj ispitanik živi</i>	Njemačka	43%
<i>Koliko ste puta posjetili Kvarner</i>	1. put	62%
<i>Destinacija boravka na Kvarneru</i>	otok Krk	29%
<i>Trajanje boravka</i>	5 – 7 dana	42%
<i>Smještaj</i>	privatni smještaj	46%
<i>Motiv dolaska</i>	2 ili više opcija	54%
<i>Utjecaj na odluku za dolazak</i>	preporuke prijatelja/rodbine	30%
<i>Pratnja na odmoru</i>	obitelj/djeca	39%
<i>Dob</i>	16 – 25	25%
<i>Obrazovanje</i>	VSS	38%
<i>Prihodi</i>	1.001 – 3.000 €	35%
<i>Iznos potrošen za odmor</i>	200 – 500 €	31%
<i>Povratak na odmor na Kvarner</i>	da	68%

VI.2. SURADNJA S MEĐUNARODNIM INSTITUCIJAMA I EU FONDOVI

TZ Kvarnera je član međunarodnih turističkih organizacija Med Cruise (pridruženi član) i Skål Club International te UNWTO.

Skål International Kvarner Klub – direktorica TZ Kvarnera dr.sc. Irena Peršić Živadinov izabrana za predsjednicu

Direktorica TZ Kvarnera, Irena Peršić Živadinov, izabrana je za predsjednicu Skål Internationala Kvarner, najveće i jedine međunarodne turističke organizacije koja objedinjuje sve grane turističke industrije. Skål International Kvarner trenutno okuplja 25 kvarnerskih turističkih profesionalaca, a osnivačica kluba je dosadašnja predsjednica Katarina Hauptfeld.

77 Skål World Congress, Monaco, 29.10.-02.11.2016.

Direktorica dr.sc. Irena Peršić Živadinov, kao predsjednica Skål International Kvarner Kluba sudjelovala je na 77. po redu Skål svjetskom kongresu koji se održavao u Monacu. TZ Kvarnera predstavila se na B2B susretu koji se održavao 30. listopada 2016. godine u Foyer of the Grimaldi Forum u Monacu. Tom prigodom TZ Kvarnera dobila je nagradu SKAL INTERNATIONAL SUSTAINABLE TOURISM AWARD 2016 za Interpretacijski centar maritimne baštine MALA BARKA u Mošćeničkoj Dragi. Naime, Turistička zajednica Kvarnera je kao partner na projektu Mala barka, kandidirala Interpretacijski centar maritimne baštine Mala barka - "Kuća od mora" u Mošćeničkoj Dragi za prestižnu nagradu Svjetskog udruženja profesionalaca u turizmu SKAL, u kategoriji „Community and Government Projects“, za nagradu za održivi razvoj, te osvojila 3. mjesto.

EU PROJEKTI U 2015 – TZ Kvarnera kao partner:

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

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

U nastojanju da se unaprijedi položaj osoba s invaliditetom, a osobito slijepih i slabovidnih, na tržištu rada pokrenut je projekt „Šansa je u mojim rukama“ u sklopu programa dodjele bespovratnih sredstava Europske Unije (Operational Programme for Human Resources Development 2007-2013). Radi se o grant shemi Poboljšanje pristupa tržištu rada za osobe s invaliditetom. Nositelj projekta bio je Centaroprema RE&ZIN d.o.o, dok su partneri na projektu Učilište Lovran, Udruga slijepih PGŽ-a i Turistička zajednica Kvarnera. Projekt je imao za cilj pružiti podršku integraciji osoba s invaliditetom na tržište rada, kroz prilagođene programe osposobljavanja za zanimanja u zdravstvenom turizmu. Ukupna vrijednost projekta je 114.407,27 EUR (100%), a od toga darovnica Europske Unije iznosi 108.686,91 EUR (95% ukupne vrijednosti projekta), dok Učilište Lovran snosi 2.860,18 EUR (2,5%) i Centaroprema RE&ZIN d.o.o. iznos od 2.860,18 EUR (2,5%). Trajanje projekta obuhvaća period od 12 mjeseci, odnosno od 01.04.2015. do 31.03.2016. (**S obzirom na to da su sve zadane aktivnosti odrađene prije roka, projekt je završio nešto ranije - danom Završne svečanosti, 15.02.2016.**) Projekt se provodio na prostoru Primorsko-goranske županije. Ciljna skupina u ovom projektu su osobe s invaliditetom u Primorsko-goranskoj županiji, starosti 18 do 65 godina, nezaposlene ili neaktivne, slijepe ili slabovidne ili druge vrste invaliditeta.

Isto tako, opći cilj projekta bio je povećanje zapošljavanja osoba s invaliditetom u Primorsko-goranskoj županiji kroz pružanje podrške u integraciji na tržište rada razvijanjem prilagođenih programa, dok je specifični cilj bio razvoj i provođenje programa osposobljavanja za zanimanja u zdravstvenom turizmu za osobe s invaliditetom uz jačanje fleksibilnog pristupa tržištu rada. Ovaj projekt nudio je programe osposobljavanja za zanimanja u zdravstvenom turizmu (maseri) baziran na praksi, s dodatnim satima rada kod poslodavaca u realnim radnim uvjetima, s metodama poučavanja i nastavnim materijalom prilagođenim potrebama osoba s invaliditetom i njihovim specifičnim sposobnostima učenja.

VI.2.2. MALA BARKA

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

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

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



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

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

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

Projekt je imao sljedeće specifične prekogranične ciljeve:

- razviti i promovirati prepoznatljiv turistički proizvod baziran na pomorskoj baštini
- osigurati jasnu prepoznatljivost turističkog proizvoda („brendirati“ proizvod)

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

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

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

Projekt je bio podijeljen na pet radnih paketa:

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

U sklopu projektnih radnih zadataka, TZ Kvarnera pripala je organizacija dviju glavnih manifestacija u sklopu kojih su uspostavljeni standardi za slične manifestacije diljem Kvarnera:

- ⇒ Mala barka - Fiumare - Kvarnerski festival mora i pomorske tradicije u Rijeci" (održana 2015. i 2016. Godine)

⇒ Mala barka - 7. Smotra i regata tradicijskih barki na jedra, održana u Mošćeničkoj Dragi (održana 2015. I 2016. Godine)

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

- Na petoj edukaciji o programima prekogranične i transnacionalne suradnje za turističke projekte održanoj 30.05.2016. u Rijeci, u organizaciji Ministarstva turizma i Glavnog ureda HTZ-a na temu temom 'Hrvatski turizam kroz programe europske teritorijalne suradnje u financijskoj perspektivi 2014.-2020.: 'Programi prekogranične i transnacionalne suradnje za turističke projekte TZ Kvarnera je projekt Mala barka predstavila kao primjer dobre prakse. Edukaciji su prisustvovali djelatnici svih razina turističkih zajednica i potencijalni projektni partneri iz Primorsko-goranske, Karlovačke i Ličko-senjske županije prisustvovali su edukaciji s ciljem stjecanja novih znanja i razmjene iskustva kako bi aktivnije sudjelovali u pripremi i provedbi projekata unutar Programa prekogranične i transnacionalne suradnje.

Ukupni rezultati projekta koji je završio 29. Travnja 2016. godine:

- zabavno-edukativne manifestacije u Rijeci, Mošćeničkoj Dragi i Izoli,
- uređeni interpretacijski centri na temu tradicijskog pomorstva, ribarstva i brodogradnje u Mošćeničkoj Dragi i Izoli,
- osnovani su Centar izvrsnosti Kvarnera i Centri promocije u Rijeci i Mošćeničkoj Dragi,
- osmišljeni novi turistički proizvod,
- širenje informacija o projektu i znamenitostima pograničnog područja,
- promocija turističkog proizvoda „Mala Barka“ putem monografije, brošura, televizijskih spotova i sudjelovanja na sajmovima
- izrađena je studija „Analiza sličnih turističkih proizvoda“

VI.2.3. MALA BARKA 2

Kao jedan od najvažnijih rezultata bilo je osiguravanje i stvaranje platforme za nastavak projekta pod nazivom nazivom „MALA BARKA 2 – Očuvanje pomorske baštine Sjevernog Jadrana“, na koji je napravljena prijava sa slovenskim partnerima u sklopu programa Interreg Slovenija-Hrvatska i koji je zahvaljujući uspjehu projekta „Mala barka“ odobren kao jedan od 5 odobrenih projekata između 100 prijavljenih.

Projekt Mala barka 2 je odobren 9. rujna 2016. zaprimljena je Obavijest o odobrenju projekta Mala Barka 2, koji je započeo sa svojom realizacijom 1. listopada 2016. i trajat će do 31. ožujka 2019. godine. TZ Kvarnera osigurava 15% sredstava, a iz Fonda se osigurava 85 % sredstava. Obaveza TZ Kvarnera je sudjelovanje u svim aktivnostima, dok RP3 – PROMOCIJA u cijelosti pripada TZ Kvarnera.

Obrazloženje:

Naime, dana 15. siječnja 2016. godine bio je objavljen Otvoreni poziv na dostavu projekata Programa suradnje Interreg V-A Slovenija – Hrvatska za razdoblje 2014.-2020. Javni poziv u okviru Programa suradnje Interreg V-A Slovenija-Hrvatska namijenjen je sufinanciranju projekata prekogranične suradnje Slovenije i Hrvatske za razdoblje 2014-2020. Program se izvodi na osnovi

otvorenog javnog poziva, što znači da je projektne prijedloge moguće neprekidno podnositi od otvaranja poziva sve dok postoje slobodna sredstva. Prvi rok za podnošenje projektnih prijedloga je 11. ožujak 2016. Ukupni programski proračun iznosi **55,7 milijuna eura** od kojih **46,1 milijun eura** dolazi iz Europskog fonda za regionalni razvoj.

Temeljem pozitivnih iskustava na provedbi projekta „Turistička valorizacija pomorske, ribarske i brodograđevne baštine Sjevernog Jadrana kroz stvaranje novih turističkih proizvoda“, akronima „**Mala Barka**“ (u daljnjem tekstu: „Mala Barka“), koji se trenutno provodi u okviru prethodnog Operativnog programa IPA Slovenija – Hrvatska 2007.-2013., zaključno do 29. travnja 2016., Upravni odjel za turizam, poduzetništvo i ruralni razvoj pripremio je projekt „**Mala Barka 2**“: „Očuvanje kulturne baštine i stvaranje zajedničkog turističkog proizvoda kapitalizacijom dosadašnjih dostignuća u turističkoj valorizaciji pomorske baštine Sjevernog Jadrana“ (u daljnjem tekstu: Mala Barka 2), kojeg planira kandidirati na predmetni Javni poziv. Projekt Mala Barka 2 prijavio bi se u okviru:

- Prioritetne osi 2 programa: Očuvanje i održivo korištenje prirodnih i kulturnih resursa
- investicijski prioritet 6c – Očuvanje, zaštita, promidžba i razvoj prirodne i kulturne baštine – Aktivno očuvanje baštine kroz održiv turizam

Projekt je nastao iz zajedničke uspješne suradnje partnera na projektu Mala Barka. Koncept razvoja turističkog proizvoda, a ujedno i zaštite pomorske baštine, sada će se kapitalizirati što znači nadograditi u onim područjima gdje je već započet (Mošćenička Draga, Rijeka, Izola) te primijeniti u svim ostalim područjima pograničnog područja (Nerezine, Krk, Piran, Malinska, Crikvenica, Opatija, Portorož, Kopar, Mali Lošinj, itd.). Svi partneri iz Male Barke nastavljaju suradnju kroz novi projekt.

OSNOVNE INFORMACIJE O PROJEKTU „MALA BARKA 2“

Naziv projekta: Mala Barka 2

Trajanje projekta: 30 mjeseci

Budžet projekta: 2.144.395,95 EUR (sufinanciranje 85%=1.822.736,55 EUR)

Budžet HR partnera: 1.283.490,95 EUR

Budžet SLO partnera: 860.905,00 EUR

Projektni partneri:

- Vodeći partner (VP): Primorsko-goranska županija (HR)
- PP1: TZ Kvarnera
- PP2: Pomorski i povijesni muzej Hrvatskog primorja Rijeka
- PP3: Udruga i Ekomuzej „Kuća o batani“
- PP4: Općina Izola
- PP5: Turistička zajednica Izola
- PP6: Općina Piran
- PP7: Pomorski muzej "Sergej Mašera" Piran

Projektom Mala Barka 2 želi se kapitalizirati stečeno iskustvo i znanje te uspješan koncept projekta Mala Barka. Stečena znanja i iskustva žele se nadograditi, a uspješna provedba primijeniti sada na cijelo obalno prekogranično područje Hrvatska – Slovenija. Projekt Mala Barka 2 sastoji se od tri uzajamno povezanih koncepata:

- **sustavan razvoj turističkog proizvoda** - izrada zajedničkih smjernica razvoja održivog turizma baziranog na pomorskoj baštini te osnivanje i koordinacija Centara izvrsnosti kao izrazito uspješnog primjera sustavnog razvoja turističkog proizvoda. Nadogradnjom postojećeg Centra izvrsnosti osigurala bi se visoka razina kvalitete turističkih sadržaja i ponuda te „brendiranje“ turističkog proizvoda i njegovim jasnim

povezivanjem s pograničnom regijom. Tako formirani turistički proizvodi su daleko atraktivniji jer su sustavno koncipirani i tematski orijentirani te ostvaruju peterostruki efekt - (i) razvoj gospodarske djelatnosti, dolazak turista, (ii) zaštita kulturne i prirodne baštine, (iii) promocija kulturne i prirodne baštine, (iv) povezivanje stanovništva i stručnjaka te (v) edukacija turističkih djelatnika s ciljem razvoja novog turističkog proizvoda.

- **promocija zajedničkog turističkog proizvoda** - razvoj i promocija zajedničkog turističkog proizvoda kroz izradu priča o pomorskoj baštini, Master plana razvoja kulturnog turizma, izradu zajedničkih turističkih itinerara, osnivanje i koordinaciju promotivnih centara te sveobuhvatna promotivna kampanja koja uključuje i održavanje turističkih manifestacija s prikazom pomorske baštine te
- **trajna zaštita pomorske baštine** - uređenje interpretacijskih centara, obnova tradicionalnih malih barki uključujući i trajno zapisivanje njihovih tehničkih karakteristika, stvaranje zajedničke baze pomorske baštine na temelju koje će se ažurirati nacionalni registri i razviti virtualni muzej te najvrjednije - sustavna edukacija djece i mladih kroz osnivanje Akademije starih zanata i vještina.

Glavni cilj Projekta je očuvanje, zaštita promicanje i razvoj pomorske baštine pograničnog područja kroz turističku valorizaciju na načelima održivog turizma. Projekt će na cijelom obalnom dijelu pograničnog područja maksimalno zaštititi postojeću materijalnu i nematerijalnu pomorsku baštinu te ju kroz niz mjera (uređenje interpretacijskih centara, održavanje edukativno-pokaznih manifestacija, virtualni muzej i sl.) sustavno iskoristiti kako bi se razvio i zaživio zajednički turistički proizvod.

Projekt ima sljedeće specifične prekogranične ciljeve:

- **katalogizirati i očuvati pomorsku baštinu:** iako je pomorska baština pograničnog područja iznimno bogata i vrijedna, ona nikada nije popisana i stručno katalogizirana kako bi se mogla unijeti u nacionalne registre materijalne i nematerijalne baštine te time trajno sačuvala od nestajanja. S obzirom na to da je još vrlo malo osoba koje poznaju stare vještine i zanate ovo je krajnji trenutak da se oni sačuvaju. Tehnički opis starih plovila i baza pomorske baštine biti će osnova za oživljavanje virtualnog muzeja kojim će se ostvariti ovaj cilj.
- **izgraditi turističku infrastrukturu:** to su interpretacijski muzeji koji postaju nositelji turističkog proizvoda. Projekt planira urediti muzej na otvorenom u Nerezinama - brod tipa loger, Krku, Piranu i Izoli. Osim toga obnovit će se i male barke koje će u više mjesta predstavljati izložbene primjerke baštine na otvorenom, a ujedno služiti na manifestacijama u regatama starih plovila.
- **razviti prekogranični turistički proizvod:** projekt će razviti i implementirati na cijelom području turistički proizvod na temelju zajedničke pomorske baštine. Uključivat će višednevne manifestacije u velikom broju mjesta (ne samo partnera) koje će imati postavljene elemente prikaza tradicije i pomorske baštine, zajedničke turističke prekogranične itinerare, zajedničke i jedinstveno obilježavanje uključenih atrakcija, koordiniranu promociju, sustavan razvoj kroz mrežu stručnjaka i dionika uključenih u rad centara izvrsnosti i sl.

Projekt je podijeljen na pet radnih paketa:

RP 1. UPRAVLJANJE PROJEKTOM

- 1.1 Koordinacija
- 1.2 Nadzor provođenja projekta

RP2. SUSTAVAN I ODRŽIVI RAZVOJ

- 2.1 Izrada Smjernica razvoja održivog turizma na temu pomorske baštine u pograničnom području
- 2.2 Centri izvrsnosti
- 2.3 Izrada priče o pomorskoj baštini (STORY TELLING) i Master plana razvoja kulturnog turizma na temu pomorske, ribarske i brodograditeljske baštine pograničnog područja

RP3. PROMOCIJA

- 3.1 Izrada marketinškog koncepta
- 3.2 Izrada promotivnih materijala
- 3.3 Promocija turističkih itinerara
- 3.4 Jedinstveno obilježavanje atrakcija u pograničnom području (70 tak)
- 3.5 Održavanja interpretacijskih manifestacija (u onim destinacijama koje zadovolje kriterije)

RP4. OČUVANJE I PREZENTACIJA BAŠTINE

- 4.1 Obnova malih barki
- 4.2 Akademija pomorskih zanata i vještina
- 4.3 Izrada baze pomorske, ribarske i brodograditeljske baštine
- 4.4 Tehnički opis tradicionalnih barki
- 4.5 Izrada virtualnog muzeja
- 4.6 Uređenje interpretacijskog centra u Nerezinama
- 4.7 Uređenje interpretacijskog centra u Krku
- 4.8 Uređenje interpretacijskog centra u Izoli
- 4.9 Uređenje interpretacijskog centra u Piranu

RP5. PROMOCIJA

- 5.1 Plan promocije
- 5.2 Vizualni identitet projekta
- 5.3 Promotivna brošura
- 5.4 Završna konferencija
- 5.5 Nadogradnja postojeće internetske stranice
- 5.6 Press konferencije

VI.2.4. Ostali EU projekti

- osim ovog projekta Mala barka, TZ Kvarnera aktivno sudjeluje u izradi i provođenju drugih EU projekata u okviru drugih programa prekogranične i transnacionalne suradnje (Program prekogranične suradnje Slovenija-Hrvatska, Mediteran, Adrion)
- ukupna vrijednost prijavljenih EU projekata je 13.141.049,60 €, a udio TZ Kvarnera iznosi 1.380.751,32 €



Naziv projekta	Partneri	Proračun	Program
<p>Systematic and sustainable touristic valorisation of maritime heritage on the Mediterranean</p> <p>(Akronim: ARCA MEDITERRANEA)</p>	<p>PGŽ – PL TZ Kvarnera Općina Cesenatico (IT) TZ Izola TZ Budva MUNICIPALITY OF NAXOS AND SMALL CYCLADES ISLANDS (GR) Municipality of Genoa (IT)</p>	<p>Ukupno 2.323,250,00 € TZ Kvarnera (309.000,00 €)</p>	<p>Interreg Mediteran</p>
<p>ODOBRENO Očuvanje pomorske baštine Sjevernog Jadrana</p> <p>(Akronim: Mala barka 2)</p>	<p>PGŽ – LP TZ Kvarnera Pomorski i povijesni muzej Hrvatskog primorja Rijeka Udruga i Ekomuzej "Kuća o batani" Občina Izola TZ Izola Občina Piran Pomorski muzej-Museo del mare "Sergej Mašera" Piran-Pirano</p>	<p>Ukupno 2.164.455,00 € TZ Kvarnera (356.055,00 €)</p>	<p>Interreg Slovenija-Hrvatska</p>
<p>Aktivna valorizacija primorsko - notranjskih parkova</p> <p>(Akronim: CrossOutdoor)</p>	<p>TZ Kvarnera – LP NP Risnjak PP Učka Nortanjsko-regijski part Mjesna općina Kopar</p>	<p>Ukupno 1.192.700,70 € TZ Kvarnera (341.670,00 €)</p>	<p>Interreg Slovenija-Hrvatska</p>
<p>Kulturno-turistička ruta „Putovima Frankopana“</p>	<p>PGŽ – LP Turistička zajednica Kvarnera Turistička zajednica grada Rijeke Grad Rijeka Općina Čavle Grad Bakar Grad Kraljevica Općina Vinodolska Grad Čabar Općina Lokve Prirodoslovni muzej Rijeka Krčka biskupija Centar za kulturu grada Krka</p>	<p>Ukupno 62.813.193,63 kn TZ Kvarnera (1.505.000,00 kn)</p>	<p>Operativni program Konkurentnost i kohezija</p> <p>„Priprema i provedba integriranih razvojnih programa temeljenih na obnovi kulturne baštine“</p>



Naziv projekta	Partneri	Proračun	Program
<p>Improving Industrial Heritage Tourism Sector in the Adriatic-Ionian Region by Developing 3D Virtual Tour Information Technology Platform</p> <p>(Akronim: 3DVTP)</p>	<p>Faculty of Engineering, University of Rijeka (Croatia)</p> <p>TZ Kvarner (Croatia)</p> <p>Magelan group L.T.D. (Slovenia)</p> <p>Construction Technologies Institute – National Research Council of Italy (Italy)</p> <p>Research Committee University of Ioannina (Greece)</p> <p>Faculty of Engineering, University of Kragujevac (Serbia)</p> <p>Regional economic development agency for Sumadija and Pomoravlje (Serbia)</p>	<p>Ukupno 1.519.000,00 € TZ Kvarnera (176.000,00 €)</p>	<p>Interreg ADRION</p>
<p>Prekogranična destinacija kulturnog i zelenog turizma Claustra Alpium Iuliarum</p> <p>(Akronim CLAUSTRA +)</p>	<p>Turistička zajednica Kvarnera</p> <p>Primorsko - goranska županija</p> <p>Pomorski i povijesni muzej Hrvatskog primorja Rijeka</p> <p>Prirodoslovni muzej Rijeka</p> <p>Hrvatski restauratorski zavod</p> <p>Javni zavod Republike Slovenije za varstvo kulturne dediščine</p> <p>Zavod Ivana Cankarja za kulturo, šport in turizem Vrhnika</p> <p>Narodni muzej Slovenije</p> <p>Zavod Republike Slovenije za varstvo narave</p>	<p>Ukupno 1.779.988,15 EUR</p> <p>TZ Kvarnera 151.195,00 EUR</p>	<p>Interreg V-A Slovenija- Hrvatska</p>

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

Programom rada s financijskim planom TZ Kvarnera za 2015. godinu, predviđena je bila izrada Strateškog plana razvoja turizma Kvarnera sa Strateškim i operativnim marketing planom 2016. – 2020. godine. Naime, uzimajući u obzir aktualne tržišne okolnosti, trendove u potražnji, kao i predviđanja u daljnjem razvoju turizma, neosporna je bila potreba novog strateškog dokumenta razvoja turizma. 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 u suradnji s Primorsko – goranskom županijom pripremila je vrlo detaljan i stručan projektni zadatak za izradu Strateškog plana razvoja turizma Kvarnera sa strateškim i operativnim marketing planom 2016.-2020. godine, te Strukturu upravljanja, a dana 30.12.2015. godine objavljen je Poziv na nadmetanje za izradu Strateškog plana.

Nakon izvršenog pregleda i ocjene ponuda, rangiranja ponuda prema kriteriju odabira, te prema rokovima propisanim Javnom nadmetanju, u ožujku 2016. godine, odabrana je ponuda Zajednice ponuditelja: Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu i Institut za turizam, s ukupno 95 bodova, a za cijenu od 548.000,00 Kn bez PDV-a odnosno 685.000,00 Kn s PDV-om. Izradu Strategije financira Ministarstvo turizma s 438.400 kn, TZ Kvarnera s 200.000 kn, te PGŽ s 46.600 kn.

Po potpisivanju ugovora, predstavnici Instituta za turizam i Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu (kao izvođači) su, zajedno s predstavnicima TZ Kvarnera, odradili niz radionica s voditeljima i koordinatorima subregija, zatim po tematskim radnim skupinama, potom predstavljanja Odboru za turizam PGŽ, Turističkom vijeću TZ Kvarnera, Partnerskom vijeću PGŽ. Timovi su strukturirani po subregijama (mikroregijama) na Kvarneru i po proizvodima, tzv. tematske radne skupine. Za svaku mikroregiju nominiran je koordinator koji objedinjava uvjete za razvoj turizma na svojem području, te sudjeluje u tematskim radnim sastancima. Tematske radne skupine su: hotelijeri, kampovi, privatni iznajmljivači, lučke uprave / marine / prijevoznici, zatim turističke agencije, te selektivni oblici turizma.

Izvođači su slijedom projektnog zadatka po fazama predali Izvještaje koji su dati na javne rasprave, te potom usvajani kako slijedi:

Situacijska analiza



Prezentiran na TV: 31.5.2016

Strateški plan razvoja 2020.



Prezentiran na TV: 29.7.2016.
Javna rasprava: 3.8.-31.8. 2016.
Ispravke prezentirane: 20.9.2016.

Strateški marketinški plan 2020.



Prezentiran na TV: 20.9.2016.
Javna rasprava: 22.9.-30.9. 2016.
Nije bilo primjedbi

Operativni marketinški plan 2020.



Nacrt prezentiran na TV: 20.9.2016.
Stručna rasprava: 30.9. 2016.
Usklađivanje: 3.10.2016

Na 18. sjednici Turističkog vijeća TZ Kvarnera održanoj dana 6. listopada 2016. godine, jednoglasno je usvojen Strateški plan razvoja turizma Kvarnera sa Strateškim i operativnim marketing planom 2016. – 2020. godine, koji je potom usvojen od strane Skupštini TZ Kvarnera, dana 14.10.2016. godine, te na sjednici Skupštine PGŽ održanoj dana 27. listopada 2016. godine.

Slijedom projektnog zadatka, osim situacijske analize, izrađeni su sljedeći dokumenti:

- Strateški plan razvoja turizma Kvarnera 2016.-2020.*
- Strateški marketing plan turizma Kvarnera 2016.-2020.*
- Operativni marketinški plan Kvarnera 2016.-2020.*

a) Strateški plan razvoja turizma Kvarnera 2016.-2020. uspostavlja dugoročni strateški razvojni okvir turizma prepoznajući potrebu unapređenja i proširenja dubine, širine i kvalitete turističke ponude Kvarnera, ali i inovacije portfelja turističkih doživljaja usklađenih s trendovima tržišne segmentacije te podizanja efikasnosti destinacijskog menadžmenta i upravljanja. Time se odgovara na projektnim zadatkom postavljeni cilj dokumenta koji naglašava potrebu uspostave dugoročnog strateškog razvojnog i marketinškog okvira konkretiziranog kroz akcijski plan razvojnih aktivnosti kako bi se utjecalo na:

- Visok stupanj sezonalnosti odnosno koncentraciju turističkog prometa u ljetnim mjesecima
- Neprepoznatljivost regije Kvarner
- Turističku nerazvijenost Gorskog kotara
- Manjak prijedloga vrijednosti za turiste s potencijalom visoke dnevne potrošnje
- Nedovoljnu dostupnost destinacije

b) Strateški marketing plan turizma Kvarnera 2016.-2020. prije svega je namijenjen:

- Turističkoj zajednici Kvarnera i sustavu turističkih zajednica u regiji kao glavnim nositeljima i koordinatorima destinacijskog marketinga,
- Privatnom sektoru kao kreatoru turističke ponude, ali i nositelju značajnih promocijskih aktivnosti,
- Javnom sektoru koji igra važnu ulogu u stvaranju okvira za jačanje konkurentnosti Kvarnera kao turističke destinacije.

Fokusirajući se na potrebu unapređenja imidža brenda Kvarnera, podizanja interesa turističke potražnje te povećanja turističke potrošnje, dokumentom su: (i) definirane marketinška vizija te ciljevi, (ii) postavljene marketinške strategije brenda.

U tom smislu, orijentirajući se na rezultate i njegovim provođenjem želi se:

- Pridonijeti kvalitetnom iskoraku Kvarnera u destinaciju koja je 'više od sunca i mora' i 'više od ljetnog obiteljskog odmora', odnosno generiranju interesa za dolaskom tijekom većeg dijela godine i za posjetom većeg dijela prostora Županije;
- Povećanju prosječne potrošnje posjetitelja i profitabilnosti gospodarskih subjekata te doprinosa turizma gospodarstvu
- Pružiti planski okvir za optimiranje ograničenog marketinškog budžeta u turizmu (kako na razini Županije tako i pojedinih gradova/općina) u cilju maksimiranja očekivanih učinaka poduzetih promidžbenih aktivnosti na razini kako Kvarnera kao cjeline, tako i svake pojedine subregije i/ili destinacije.

c) Operativni marketinški plan Kvarnera 2016.-2020.

Operativni marketing plan turizma Kvarnera do 2020. namijenjen je prije svega Turističkoj zajednici Kvarnera te predstavlja temelj za izradu godišnjih Programa rada i za njezinu koordinacijsku i poticajnu ulogu u sklopu sustava turističkih zajednica i cijelog turističkog sektora Kvarnera.

Realizacija Operativnog marketing plan turizma Kvarnera do 2020. djelomično će ovisiti i o mogućnostima kadrovske popunjavanja Turističke zajednice Kvarnera, re-alokacija unutar strukture njezinog budžeta kako bi se oslobodila sredstva za predviđene pomake, a prije svega ka on-line komunikaciji, ali i o osiguranju odnosno usmjeravanju dodatnih izvora financiranja u njegovu realizaciju te sposobnosti turističkih zajednica na području Kvarnera da djeluju kao partneri te odgovorni i usuglašeni nositelji destinacijskog marketinga i menadžmenta..

ISTRAŽIVANJE IPSOS

Kako bi se mogla pratiti učinkovitost i ostvareni napredak u jačanju brenda Kvarnera, TZ Kvarnera je u suradnji s PGŽ ugovorila uslugu izrade tržišnog istraživanja za regiju Kvarner. Uslugu je provela tvrtka Ipsos iz Zagreba. Potrebno je bilo provesti kvantitativno istraživanje snage i percepcije brenda Kvarner na 4 tržišta – Austrija, Italija, Njemačka, Slovenija, putem CAWI metode prikupljanja podataka. Ukupan uzorak je bio 2400 ispitanika, odnosno 600 po pojedinom emitivnom tržištu, tako da se osigura minimalno 10% anketa za tržišta Italije i Njemačke (ukupno 120, odnosno 60 po pojedinom tržištu) te minimalno 15%-20% za tržišta Austrije i Slovenije (ukupno 210, odnosno 105 po pojedinom tržištu) ispitanika koji su već proveli godišnji odmor ili posjetili regiju Kvarner.