



KVARNER
Raznolikost je lijepa

**PROGRAM RADA S
FINANCIJSKIM PLANOM
TZ KVARNERA
ZA 2018. GODINU**

Opatija, prosinac 2017.

SADRŽAJ

UVOD	1
1. REZULTATI FIZIČKOG TURISTIČKOG PROMETA U RAZDOBLJU SIJEČANJ-RUJAN 2017. GODINE	2
2. GLAVNA TEŽIŠTA DJELOVANJA I STRATEŠKE AKTIVNOSTI TZ KVARNERA U TURISTIČKOJ 2018. GODINI.....	9
2.1. STRATEŠKI DOKUMENTI ZA IZRADU PROGRAMA RADA ZA 2018. GODINU	9
2.1.1. Strateški plan razvoja turizma Kvarnera sa strateškim i operativnim marketing planom 2016. – 2020. godine	9
2.2. STRATEGIJA RAZVOJA TURIZMA REPUBLIKE HRVATSKE DO 2020. GODINE	11
3. CILJEVI POSLOVANJA TZ KVARNERA U 2018. GODINI.....	12
Ciljna geografska tržišta Kvarnera	12
Ciljni potrošački segmenti	12
Prioritetni turistički proizvodi	13
I. ADMINISTRATIVNI TROŠKOVI	14
I.1. TURISTIČKI URED TZ KVARNERA	14
I.2. TIJELA TZ KVARNERA	15
I.3. KVARNER INFO – VRATA JADRANA	16
II. DIZAJN VRIJEDNOSTI	17
II.1. POTPORE MANIFESTACIJAMA I PROJEKTIMA	17
II 1.1. Potpore manifestacijama i projektima na turistički manje razvijenim područjima	17
II.2. DMO - ORGANIZACIJA I UPRAVLJANJE DESTINACIJOM	17
II.2.1. Kvarner Family.....	18
II.2.2. Kvarner Gourmet i Kvarner Food	19
II.2.3. Kvarner Outdoor	21
II.2.4. Kvarner Health and Wellbeing	21
II.2.5. Kvarner Culture	22
II.3. CRUISING	23
III. KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI	25
III.1. ON LINE	25
III.1.1. Internet oglašavanje	25
III.1.2. SEO i SEM strategija.....	25
III.1.3. www.kvarner.hr – redesign WEB portala	26
III.2. OFFLINE KOMUNIKACIJA.....	27

III.2.1. Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora	27
III.2.2. Opće oglašavanje u tisku	28
III.2.3. Odnosi s javnošću i newsletter	29
III.2.4. Brošure i ostali promotivni materijali	30
III.2.4.1. Info brošura – kalendar događanja	30
III.2.4.2. Kvarner Magazin 2019.	30
III.2.4.3. Tisak i dotisak info i promo materijala	31
III.2.4.4. Suveniri i ostali promo materijal.....	31
III.2.4.5. Promotivni film(ovi) Kvarnera	31
III.2.5. Info punktovi i signalizacija	31
IV. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI	33
IV.1. NASTUPI NA TURISTIČKIM SAJMOVIMA	33
IV.1.1. Sajamski nastupi TZ Kvarnera 2018. godine	33
IV.1.2. Sajamski nastupi u organizaciji TZ-članica	35
IV.1.3. Sajamski nastupi, strukovne konferencije i burze u organizaciji ostalih subjekata	35
IV.2. STUDIJSKA PUTOVANJA NOVINARA	35
IV.3. STUDIJSKA PUTOVANJA AGENATA I "BUY CROATIA" RADIONICE	36
IV.4. PREZENTACIJE	37
IV.4.1. U organizaciji TZ Kvarnera i u suradnji s predstavništvima HTZ-a u inozemstvu i/ili Veleposlanstvima RH, i/ili PR agencijama	37
IV.4.2. Presentacije u organizaciji TZ-članica	38
IV.4.3. Ostale prezentacije	38
IV.4.4. Poslovne radionice (workshopovi) u organizaciji predstavništava HTZ-a u inozemstvu	39
V. INTERNI MARKETING	40
V.1. EDUKACIJA ZA TURISTIČKU INDUSTRIJU	40
V.2. AKTIVNOSTI KOORDINACIJE DJELOVANJA, NADZOR IZVRŠAVANJA CILJEVA I ZADAĆA TURISTIČKIH ZAJEDNICA GRADOVA, OPĆINA I MJESTA S PODRUČJA KVARNERA	40
V.3. POTICANJE I OCJENJIVANJE IZVRSNOSTI DESTINACIJE	41
VI. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA	42
VI.1. ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA	42
VI.2. ANKETIRANJE AVIO GOSTIJU NA ZRAČNOJ LUCI RIJEKA	42
VI.3. SURADNJA S MEĐUNARODNIM INSTITUCIJAMA I EU FONDOVIMA	42
VI.4. PRODUKCIJA MULTIMEDIJSKIH MATERIJALA.....	44
VI.5. TURISTIČKI INFORMACIJSKI SUSTAV ZA PRIJAVU I ODJAVU TURISTA - eVisitor (HTZ).....	45

VII. POSEBNI PROGRAMI	46
VII.1. POTICANJE I POMAGANJE RAZVOJA TURIZMA NA PODRUČJU KOJA NISU TURISTIČKI RAZVIJENA	46
VIII. RAZNO	47
VIII.1. IMPLEMENTACIJA I MONITORING „STRATEŠKOG PLANA RAZVOJA TURIZMA KVARNERA SA STRATEŠKIM I OPERATIVNIM MARKETING PLANOM 2016. – 2020. GODINE“	47
FINANCIJSKI PLAN TZ KVARNERA ZA 2018. GODINU	48

UVOD

Prijedlog programa rada s financijskim planom TZ Kvarnera za 2018. godinu izrađen je temeljem:

- fizičkih rezultata turističkog prometa ostvarenog na Kvarneru i u Hrvatskoj za razdoblje siječanj – rujn 2017. godine
- iskustava iz 2016. i prijašnjih godina te koordinacija i konzultacija sa sustavom turističkih zajednica i gospodarstvom s područja Kvarnera
- zaključaka sa sjednica Turističkog vijeća TZ Kvarnera

zatim, u skladu sa strateškim dokumentima:

- Strateški plan razvoja turizma Kvarnera sa strateškim i operativnim marketing planom 2016. – 2020. godine
- Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine
- Strateški marketinški plan hrvatskog turizma za razdoblje 2014. – 2020.
- Razvojna strategija Primorsko – goranske županije 2015. – 2020.

1. REZULTATI FIZIČKOG TURISTIČKOG PROMETA U RAZDOBLJU SIJEČANJ- RUJAN 2017. GODINE

Planom Turističke zajednice Kvarnera za 2017. godinu bilo je predviđeno ostvarenje fizičkog prometa na razini očekivanog ostvarenja 2016. godine, i to:

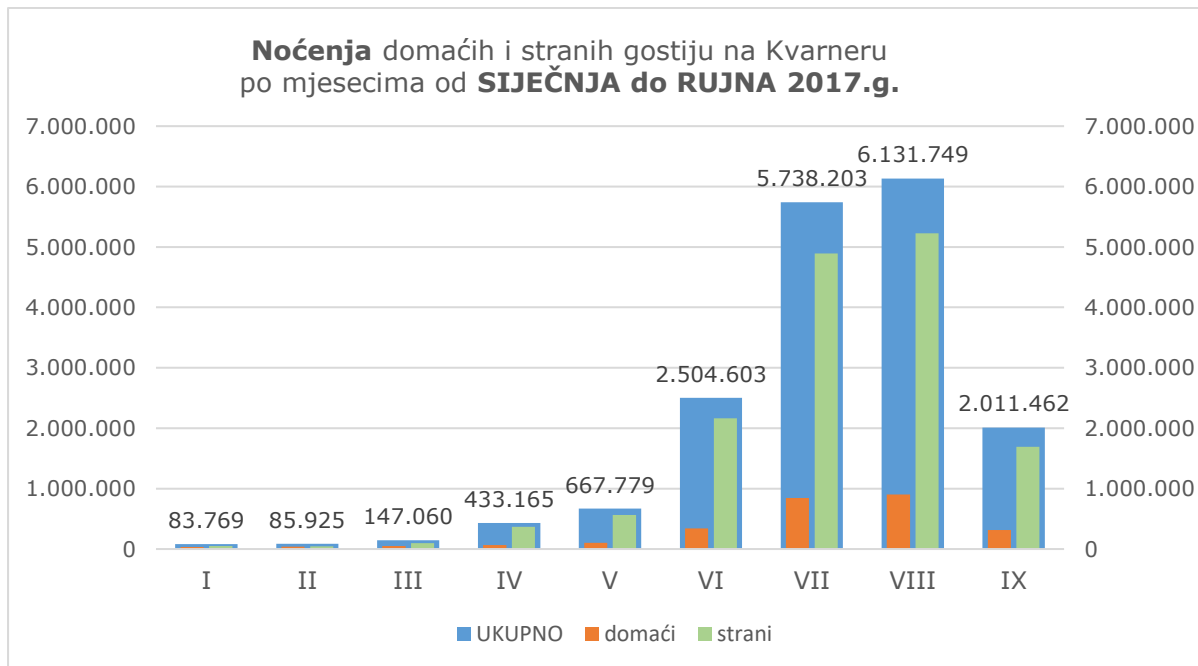
- 2,5 milijuna dolazaka
- 13,8 milijuna noćenja.

U razdoblju siječanj-rujan 2017. godine prema podacima dobivenim iz informacijskog sustava eVisitor (ažurnost podataka: 10.10.2017.) na području Kvarnera je zabilježeno **2.729.627 dolazaka** i **17.803.715 noćenja**. **Domaći turisti** ostvarili su 306.069 dolazaka te 2.696.877 noćenja (15% ukupnih noćenja), dok su **strani turisti** ostvarili 2.423.558 dolazaka te 15.106.838 noćenja (85% ukupnih noćenja).

Uspoređujući razdoblje **siječanj-rujan 2017. godine** s **istim razdobljem 2016. godine** zabilježeno je **9% više dolazaka** i **9% više noćenja** što u apsolutnim brojkama znači **215.000 više dolazaka** i **1,5 milijun više noćenja**.

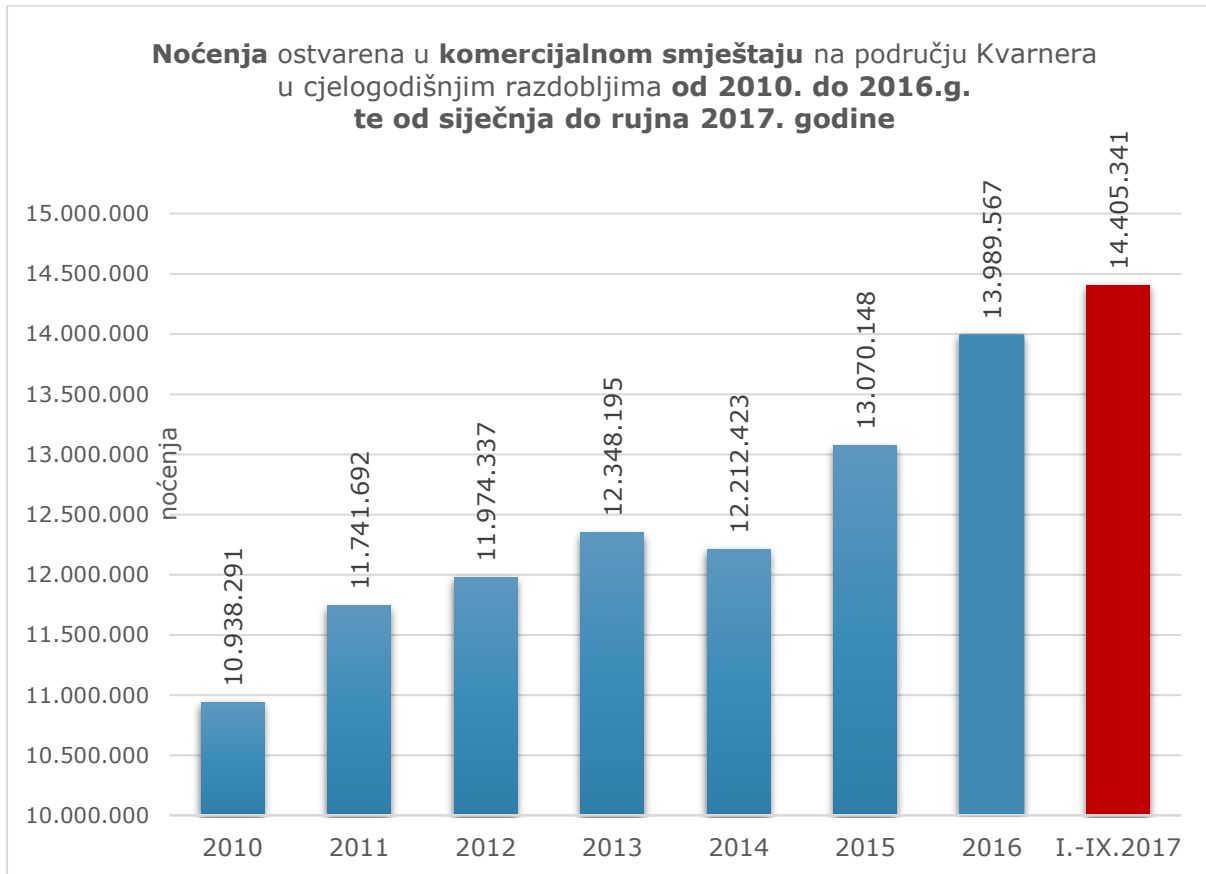
U prvih 9 mjeseci 2017. godine ostvareno je **875.000 noćenja više** nego tijekom cijele 2016. godine.

	I-IX 2017.			I-IX 2016.			INDEKS I-IX 2017./ I-IX 2016.	
	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja
Strani	2.423.558	15.106.838	85	2.231.044	13.797.968	85	109	109
Domaći	306.069	2.696.877	15	283.259	2.505.957	15	108	108
UKUPNO	2.729.627	17.803.715	100	2.514.303	16.303.925	100	109	109



Izvor: eVisitor, stanje na dan 10.10.2017.

Uspoređuje li se broj noćenja ostvaren u **komercijalnom smještaju**; u prvih 9 mjeseci 2017. godine ostvareno je 415.000 noćenja više nego tijekom cijele 2016. godine; 1,3 milijun noćenja više u odnosu na cijelu 2015. godinu, a čak 2,2 milijuna noćenja više nego tijekom cijele 2014. godine.



I.-IX.2017
u odnosu na
2016

415.000
noćenja VIŠE
Porast: 3%

I.-IX.2017
u odnosu na
2014

2,2 milijuna
noćenja VIŠE
Porast: 18%

I.-IX.2017
u odnosu na
2010

3,5 milijuna
noćenja VIŠE
Porast: 32%

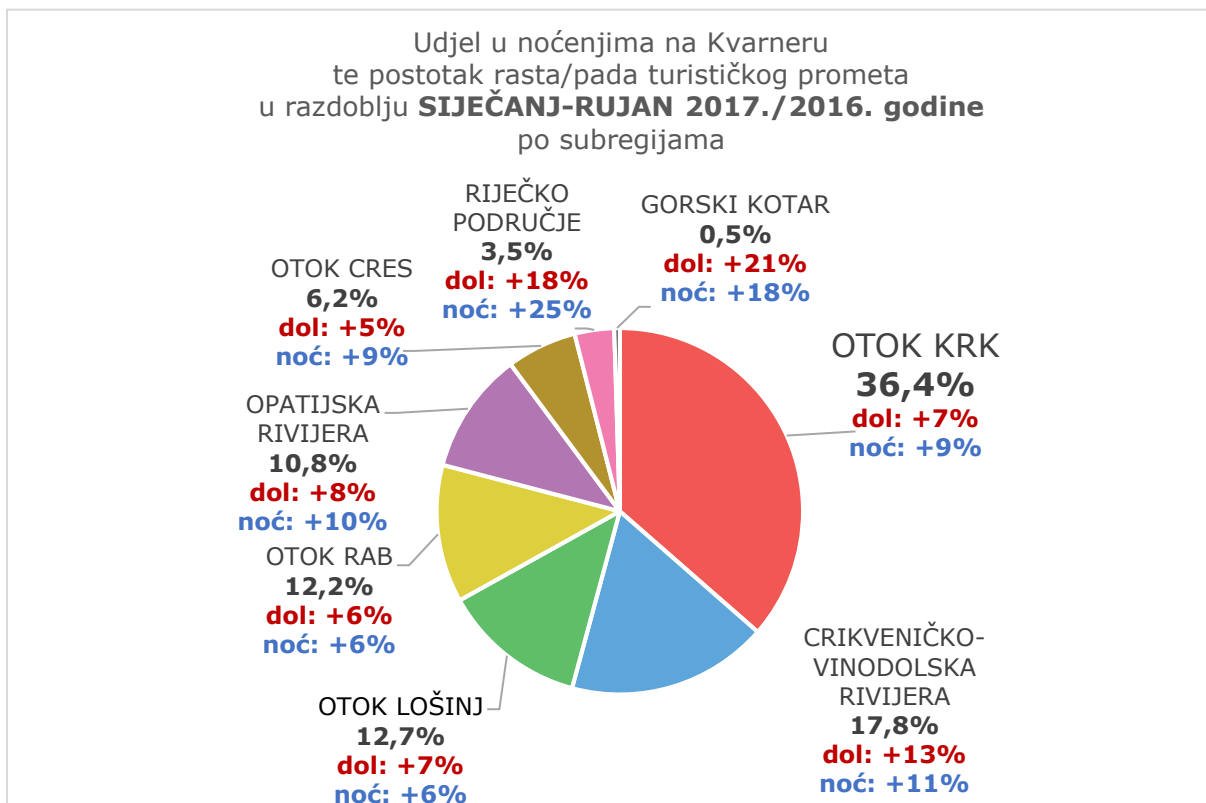
Izvor: 2010. – 2016.: DZS

I-IX 2017: eVisitor, stanje na dan 10.10.2017.

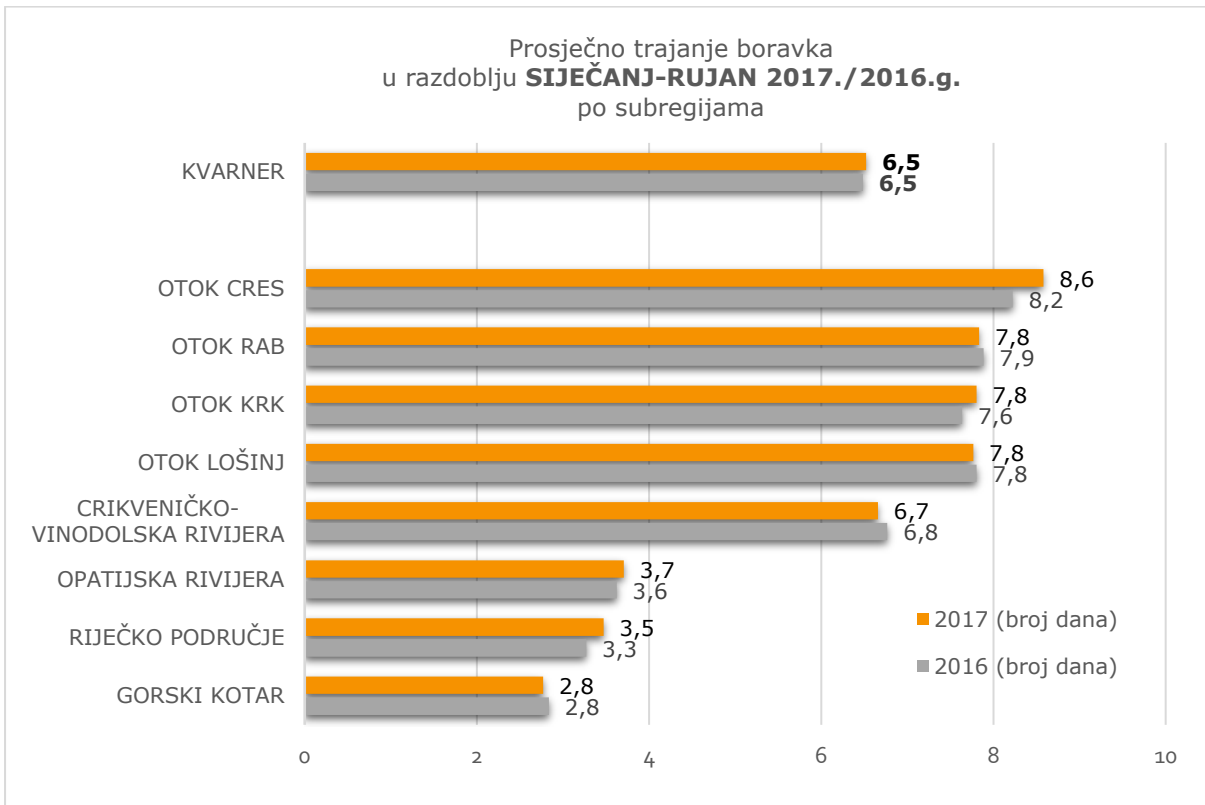
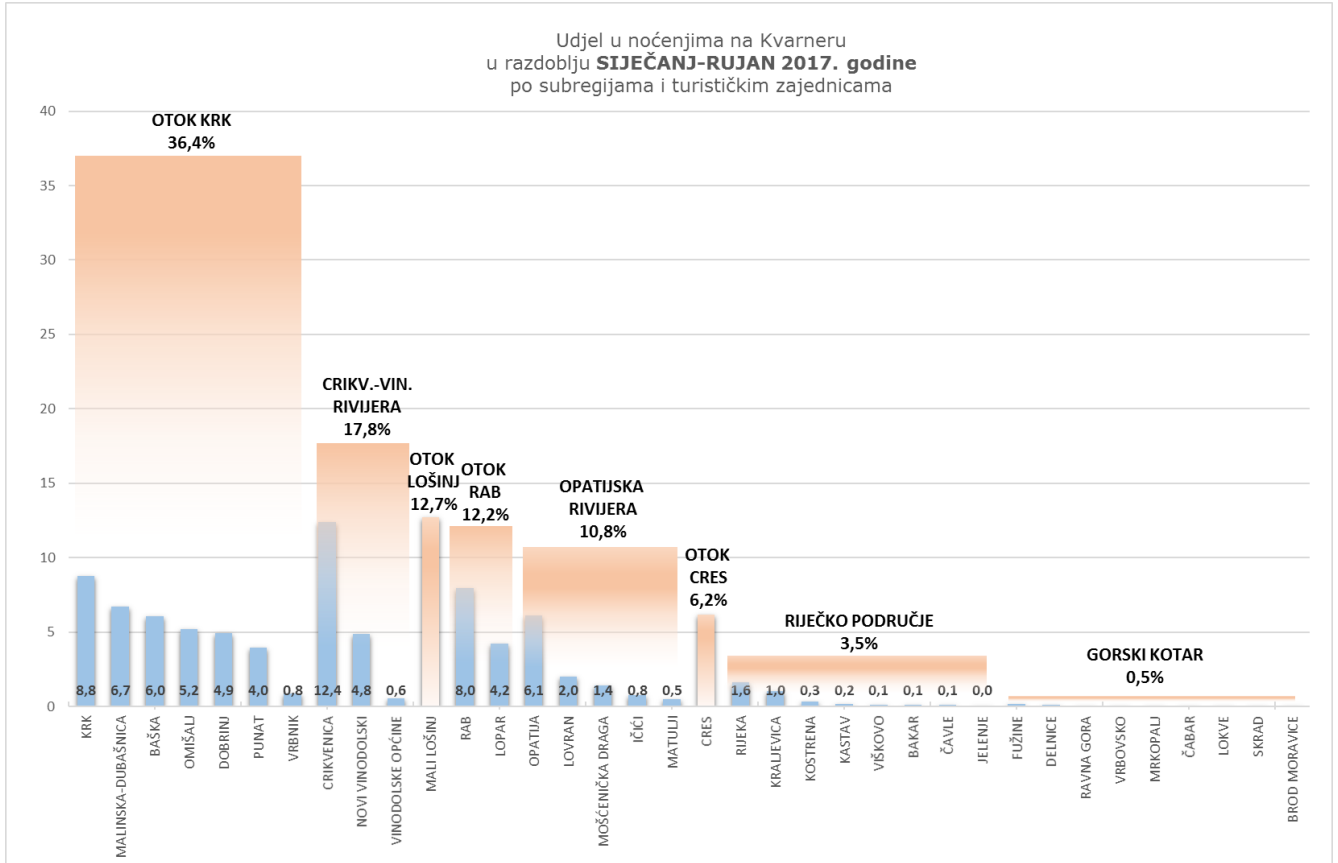
Po subregijama:

- otok Krk je ostvario najveći broj noćenja: 6.487.276 (porast od 9%), što iznosi 36,4% ukupnog udjela u županijskim noćenjima Kvarnera
- Crikveničko-vinodolska rivijera: 3.162.764 noćenja (porast od 11%), udjel 17,8%
- otok Lošinj: 2.265.540 noćenja (porast od 6%), udjel 12,7%
- otok Rab: 2.163.856 noćenja (porast od 6%), udjel 12,2%
- Opatijska rivijera: 1.914.364 noćenja (porast od 10%), udjel 10,8%
- otok Cres: 1.102.432 noćenja (porast od 9%), udjel od 6,2%
- Riječko područje: 620.590 noćenja (porast od 25%), udjel 3,5%
- te Gorski kotar s 86.893 noćenja (porast od 18%) i udjelom od 0,50% u županijskim noćenjima u razdoblju siječanj-rujan 2017. godine

SUBREGIJA	SIJEČANJ-RUJAN 2017.					
	DOLASCI			NOĆENJA		
	dolasci	UDJEL dolazaka	INDEKS dolazaka (Ix 17/16)	noćenja	UDJEL noćenja	INDEKS noćenja (Ix 17/16)
OTOK KRK	831.380	30,5%	107	6.487.276	36,4%	109
CRIKVENIČKO-VINODOLSKA	475.040	17,4%	113	3.162.764	17,8%	111
OTOK LOŠINJ	291.773	10,7%	107	2.265.540	12,7%	106
OTOK RAB	276.256	10,1%	106	2.163.856	12,2%	106
OPATIJSKA RIVIJERA	516.504	18,9%	108	1.914.364	10,8%	110
OTOK CRES	128.494	4,7%	105	1.102.432	6,2%	109
RIJEČKO PODRUČJE	178.817	6,6%	118	620.590	3,5%	125
GORSKI KOTAR	31.363	1,1%	121	86.893	0,5%	118
KVARNER	2.729.627	100%	109	17.803.715	100%	109



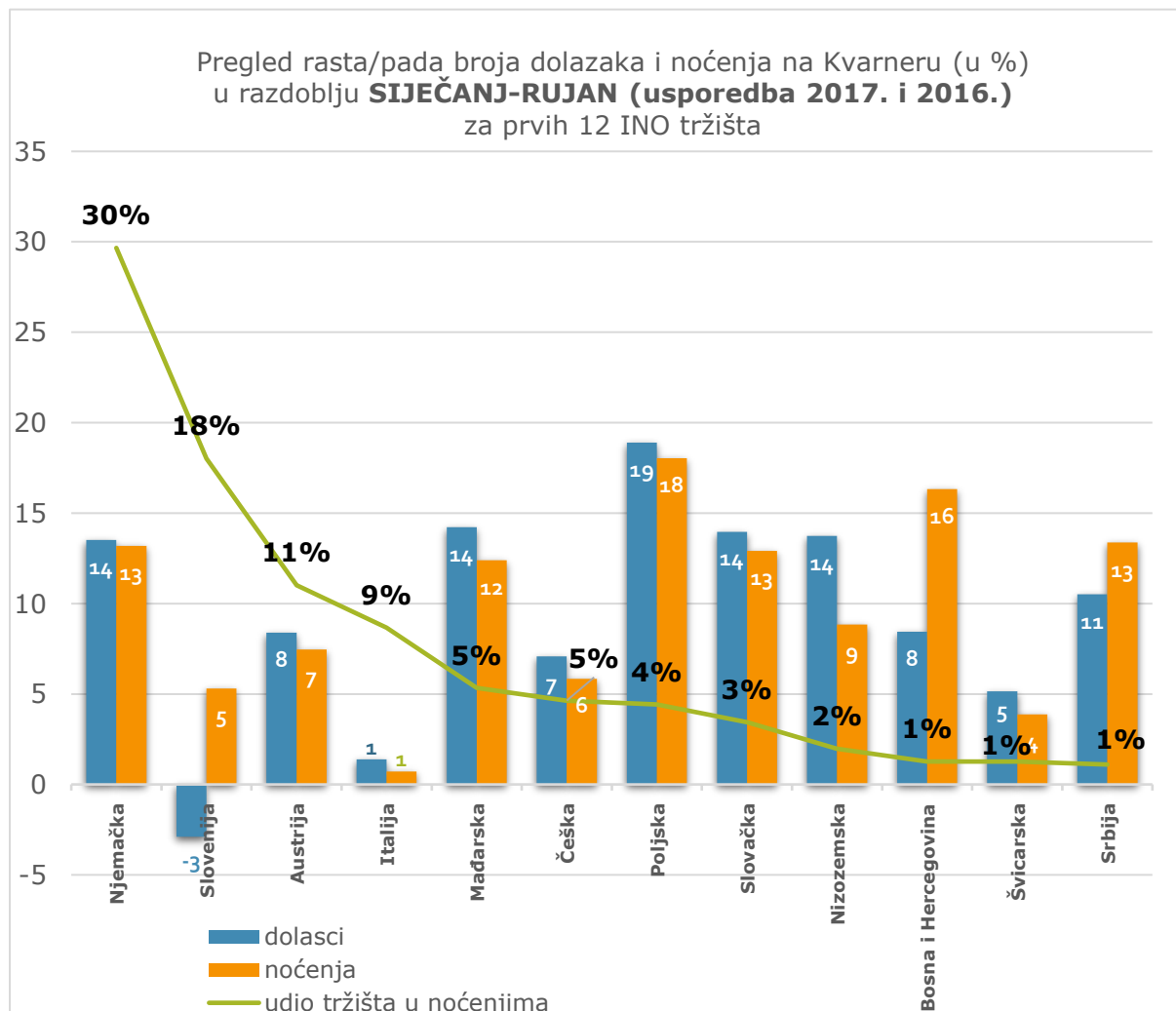
Izvor: eVisitor, stanje na dan 10.10.2017.



Izvor: eVisitor, stanje na dan 10.10.2017.

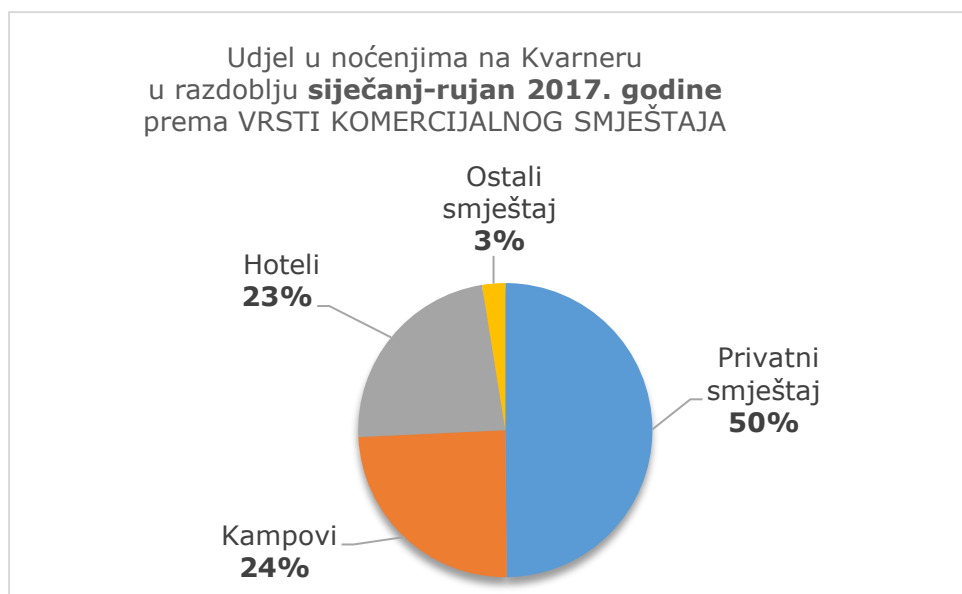
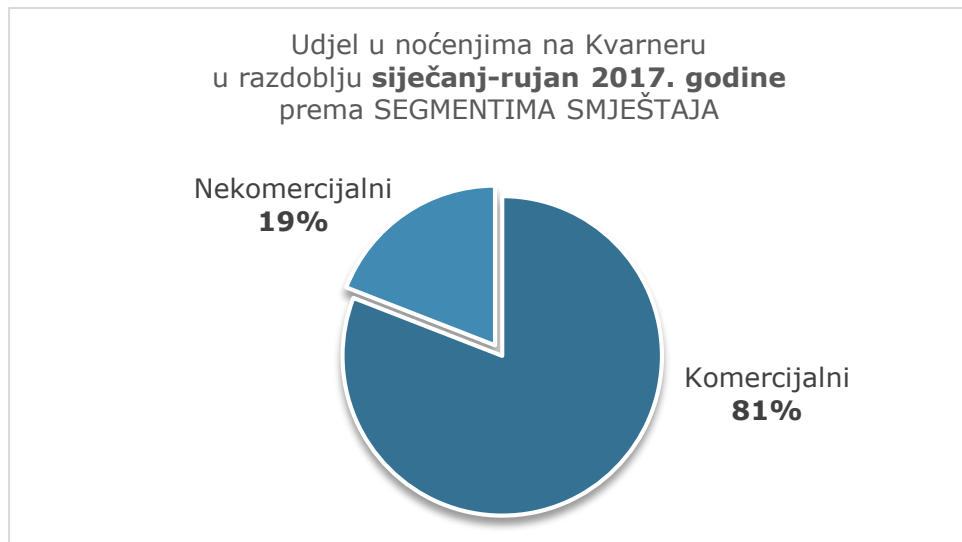
Po tržištima: Najveći broj inozemnih noćenja na Kvarneru u razdoblju siječanj-rujan 2017. godine ostvarili su gosti iz Njemačke što prikazano u udjelima iznosi 30% (13% više), Slovenije 18% (5% više), Austrije 11% (7% više), Italije 8,7% (1% više), Mađarske 5,3% (12% više), Češke 4,6% (6% više), Poljske 4,4% (18% više), Slovačke 3,4% (13% više), Nizozemske 2% (9% više), Bosne i Hercegovine 1,3% (16% više), Švicarske 1,3% (4% više) te Srbije 1,1% (13% više).

siječanj - rujan 2017./2016.					
	Rast/Pad		Turistički promet		
	dolasci	noćenja	dolasci	noćenja	udjel u noćenjima
1. Njemačka	+14%	+13%	576.064	4.480.839	29,7%
2. Slovenija	-3%	+5%	331.985	2.722.655	18,0%
3. Austrija	+8%	+7%	307.324	1.663.440	11,0%
4. Italija	+1%	+1%	254.294	1.308.528	8,7%
5. Mađarska	+14%	+12%	162.180	805.043	5,3%
6. Češka	+7%	+6%	105.727	700.616	4,6%
Ukupni udjel (INO gosti)					77,3%
Domaći gosti	+8%	+8%	306.069	2.696.877	15,2%



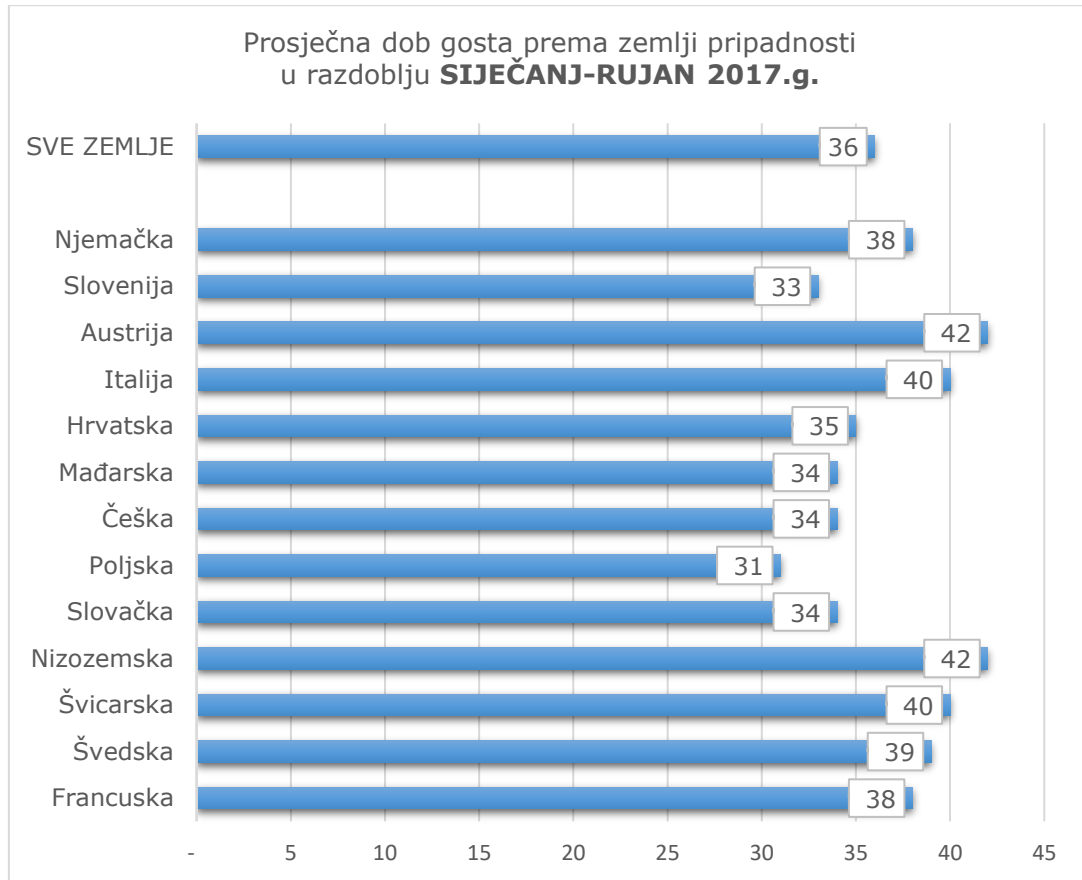
Po smještajnim kapacitetima: 19% noćenja je ostvareno u nekomercijalnom, a 81% u komercijalnom smještaju unutar kojeg je najviše noćenja (7.180.848 noćenja) ostvareno u privatnom smještaju (apartmani, sobe za iznajmljivanje, studio-apartmani, kuće za odmor, objekti u domaćinstvima i u seljačkim domaćinstvima), u kampovima je ostvareno 3.515.302 noćenja (kampovi, kampirališta, kamp-odmorišta, organizirana kampiranja), u hotelima 3.342.285 noćenja (aparthoteli, hoteli, hoteli baštine, pansioni, turistički apartmani i turistička naselja) te u ostalim smještajnim kapacitetima 366.906 noćenja (gostionice, hosteli, lovački domovi, odmarališta za djecu, planinarski domovi i prenoćišta)

SEGMENTI SMJEŠTAJA	1.1.-30.9.2017.		
	dolasci	noćenja	UDJEL noćenja
Komercijalni	2.605.200	14.405.341	81%
Nekomercijalni	124.427	3.398.374	19%
UKUPNO	2.729.627	17.803.715	100%



Izvor: eVisitor, stanje na dan 10.10.2017.

Po dobi: Prosječna starosna dob gostiju koji su u prvih 9 mjeseci 2017. godine boravili na Kvarneru iznosi 36 godina. Prosječan raspon godina prema zemlji pripadnosti se kreće od 31 (Poljska) do 42 godine (Austrija i Nizozemska). Prosječna starosna dob domaćih gostiju iznosi 35 godina.



Izvor: eVisitor, stanje na dan 10.10.2017.

2. GLAVNA TEŽIŠTA DJELOVANJA I STRATEŠKE AKTIVNOSTI TZ KVARNERA U TURISTIČKOJ 2018. GODINI

2.1. STRATEŠKI DOKUMENTI ZA IZRADU PROGRAMA RADA ZA 2018. GODINU

Ciljevi turističke 2018. godine temelje se na sljedećim strateškim dokumentima:

- Strateški plan razvoja turizma Kvarnera sa strateškim i operativnim marketing planom 2016. – 2020. godine
- Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine
- Strateški marketinški plan hrvatskog turizma za razdoblje 2014. – 2020.
- Razvojna strategija Primorsko – goranske županije 2015. – 2020.

2.1.1. STRATEŠKI PLAN RAZVOJA TURIZMA KVARNERA SA STRATEŠKIM I OPERATIVNIM MARKETING PLANOM 2016. – 2020. GODINE

Uzimajući u obzir aktualne tržišne okolnosti izrađen je dokument razvoja turizma u cilju uspostavljanja dugoročnog strateškog razvojnog i marketinškog okvira.

Kroz akcijski plan razvojnih aktivnosti, odnosno kroz operativni marketing plan definiraju se potrebne promocijske i komunikacijske aktivnosti, te identificiraju projekti prikladni za financiranje iz strukturnih fondova Europske unije.

Izvođač dokumenta je bila Zajednica ponuditelja: Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu i Institut za turizam, a slijedom projektnog zadatka, osim situacijske analize, izrađeni su sljedeći dokumenti:

- a) *Strateški plan razvoja turizma Kvarnera 2016.-2020.*
- b) *Strateški marketing plan turizma Kvarnera 2016.-2020.*
- c) *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
- Nепрепознатljivost 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 kadrovskog 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.

2.2. STRATEGIJA RAZVOJA TURIZMA REPUBLIKE HRVATSKE DO 2020. GODINE

Strateški ciljevi i zadaci razvoja hrvatskog turizma

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

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

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

- Poboljšavanje strukture i kvalitete smještaja

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

- Novo zapošljavanje

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

- Investicije

Realizacija novih investicija u iznosu od oko 7 milijardi eura;

- Povećanje turističke potrošnje

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

3. CILJEVI POSLOVANJA TZ KVARNERA U 2018. GODINI

Ostvarenje fizičkog turističkog prometa **u 2018. godini za 5% više od realizacije 2016. godine = plan za 2018. godinu:**

- **2,6 milijuna dolazaka**
- **14,5 milijuna noćenja**

CILJNA GEOGRAFSKA TRŽIŠTA KVARNERA

U razdoblju 2016.-2020. Kvarner će nastaviti s ciljanjem postojeće strukture geografskih tržišta koja se prema važnosti dijele u sljedeće skupine:

Struktura ciljnih geografskih tržišta Kvarnera

Ciljna geografska tržišta	Razina marketinškog napora			
	Viša		Niža	
Primarna	Njemačka Austrija	Italija Slovenija	Češka Mađarska	Hrvatska
Sekundarna	Skandinavija	Poljska	Beneluks Slovačka	Srbija BiH
Tercijarna	V. Britanija	Rusija	Španjolska Švicarska	Francuska
Izazovna	Ukrajina		SAD/Kanada Japan	Kina Indija

Izvor: Institut za turizam i Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu

CILJNI POTROŠAČKI SEGMENTI

- Obitelji s djecom
- Mladi (18-24)
- Mladi parovi/prijatelji (25-35)
- Zrela dob (50-65)
- Treća dob (66+)
- Poslovni gosti
- Jednodnevni posjetitelji

PRIORITETNI TURISTIČKI PROIZVODI

Aktivni odmor / proizvodi sporta i soft adventure	<ul style="list-style-type: none"> • Biciklizam • Planinarenje i hodanje • Tenis/Ronjenje • Sportske pripreme
Zdravstveni turizam	<ul style="list-style-type: none"> • Wellness • Thalasso • Medicinski programi
Kulturni turizam	<ul style="list-style-type: none"> • Turizam baštine • Eno-gastronomija • Gradski turizam • Kulturne ture i touring • Događaji, festivali i manifestacije • Vjerski turizam
Odmorišni turizam	<ul style="list-style-type: none"> • Ljetni odmor na suncu i moru • Odmor uz more izvan glavne sezone • Odmor u gorskim i ruralnim područjima
Nautički turizam	<ul style="list-style-type: none"> • Nautički turizam; jahting, kruzing
Poslovni turizam	<ul style="list-style-type: none"> • Team building i insentive putovanja

Sve projektne aktivnosti navedene u Programu rada za 2018. godinu imaju za cilj omogućiti **aktivnosti upravljanja destinacijom** te:

- Jačanje Brenda Kvarner (jačanje prisutnosti na tržištima)
- Diversifikacija ciljnih tržišta i potrošačkih segmenata
- Diversifikacija sustava turističkih proizvoda Kvarnera (uz jačanje konkurentnosti i atraktivnosti proizvoda)
- Komunikacija vrijednosti Kvarnera
te
- Suradnju privatnog i javnog sektora
- Produženje turističke sezone / smanjenje sezonalnosti, te povećanje turističkog prometa

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 (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 Zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma ili drugim propisom.

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

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

U svom djelovanju Turistički ured TZ Kvarnera surađuje s Hrvatskom turističkom zajednicom i predstavništvima HTZ-a u inozemstvu, 36 turističkih zajednica gradova, općina i mjesta; jedinom otočkom turističkom zajednicom, otoka Krka, te koordinacijom turističkih zajednica Gorskog kotara zatim s Ministarstvom turizma, Primorsko-goranskom županijom i HGK Županijskom komorom Rijeka, Obrtničkom komorom, JLS, Policijskom upravom Primorsko-goranskom, Hrvatskom udrugom hotelijera, UHPA, Udrugom hrvatskih marina, Kamping udrugom Hrvatske, ostalim županijskim turističkim zajednicama, hotelskim kućama, turističkim agencijama, medijima, PR agencijama, Sveučilištem u Rijeci, Klasterom zdravstvenog turizma Kvarnera i drugima.

Uz aktivnosti navedene u Programu rada, TZ Kvarnera obavlja se i niz ostalih aktivnosti koje proizlaze tijekom godine. Pri tom, Turistički ured TZ Kvarnera zapošljava stalni tim djelatnika sukladno Pravilniku o unutarnjem ustrojstvu i sistematizaciji radnih mjesta (od rujna 2016.), a prema potrebi tijekom vikenda i glavne turističke sezone kao i/ili uslijed povećanog opsega posla, za rad na info punktu „Kvarner Info Vrata Jadrana“ i u Turističkom uredu TZ Kvarnera privremeno se zapošljavaju studenti te djelatnici putem Agencije rada ili drugih posrednika/davatelja usluga u zapošljavanju.

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

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

Nadalje, TZ Kvarnera koristi izdvojeno skladište Turističkog ureda TZ Kvarnera.

Budžet	3.198.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera
Rok izvršenja	Kontinuirano

I.2. TIJELA TZ KVARNERA

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

Sukladno Statutu TZ Kvarnera mandat članova Skupštine, Turističkog vijeća i Nadzornog odbora je četiri godine, pa će se u 2018. godini (najkasnije 60 dana prije isteka mandata) raspisati izbori za Skupštinu. Tako će se izborna sjednica Skupštine Turističke zajednice Kvarnera održati tijekom rujna/listopada 2018. godine, na kojoj će se izabrati i potvrditi članovi Skupštine, Turističkog vijeća i Nadzornog odbora TZ Kvarnera za mandatno razdoblje 2018. – 2022. godine.

Budžet	332.000 kn
Nositelj	TZ Kvarnera
Rok izvršenja	Kontinuirano

I.3. KVARNER INFO – VRATA JADRANA

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

Budžet	145.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera
Rok izvršenja	Kontinuirano

II. DIZAJN VRIJEDNOSTI

II.1. POTPORE MANIFESTACIJAMA I PROJEKTIMA

Potpore manifestacijama i projektima provode se u cilju unapređenja/obogaćivanja kvalitete turističkog proizvoda/ponude pojedine destinacije i regije u cjelini, stvaranju prepoznatljivog imidža destinacije, razvoju sadržaja koji omogućavaju produženje turističke sezone. Uz glavne tematske manifestacije, TZ Kvarnera će u manjem dijelu sufinancirati tematske manifestacije iz drugih proizvodnih segmenata. Posebna će se pažnja posvetiti sufinanciranju novih projekata u 2018. godini.

Budžet	200.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera
Rok izvršenja	Kontinuirano

II 1.1. POTPORE MANIFESTACIJAMA I PROJEKTIMA NA TURISTIČKI MANJE RAZVIJENIM PODRUČJIMA

Sufinancirat će se projekti manje razvijenih turističkih zajednica i to temeljem objavljenog javnog poziva za turističke zajednica koje nemaju izlaz na more.

Budžet	150.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera
Rok izvršenja	do travnja 2018.

II.2. DMO - ORGANIZACIJA I UPRAVLJANJE DESTINACIJOM

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

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

Ključni koraci u razvoju DMO-a uključuju sljedeće aktivnosti:

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

Razvoj marketing brendova

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

Aktivnosti na razvoju marketing brendova uključuju sljedeće:

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

II.2.1. KVARNER FAMILY

„KVARNER FAMILY“ naziv je jedinstvenog projekta u Hrvatskoj s ciljem brendiranja apartmana i kuća za odmor privatnih iznajmljivača smještaja na Kvarneru. Još 2010. godine 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 480 pružatelja smještaja u domaćinstvima s područja Kvarnera, a od toga 57 Pet Friendly, 22 Bike Friendly i 22 Hike Friendly iznajmljivača te 28 Kvarner Family agencija od koji su 4 Dog Friendly agencije. Također, brojimo 40 novoprijavljenih iznajmljivača za dodjele oznaka kvalitete, te je u planu obilazak.

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 upis i posluživanje na web portal „Kvarner Family“ uz postavljanje fotografija i veze prema vlastitim web stranicama.

Aktivnosti TZ Kvarnera u 2018. godini:

- **edukacija domaćina i agenata** u suradnji s lokalnim turističkim zajednicama, ostalim institucijama i partnerima
- **internet marketing** - analiza posjećenosti **web portala** i prijedlog unapređenja ovog kanala promocije
- **u skladu s tržišnim trendovima osmišljavanje novih podbrandova projekta**
- **priprema tiskanog izdanja brošure „Kvarner Family“**
- **ostale aktivnosti uključuju:**
 - sajmovi i road show prezentacije – u okviru sajamskih nastupa i road show prezentacija TZ Kvarnera promovirat će ponudu obiteljskog smještaja i posebice kapacitete s oznakom kvalitete Kvarner Family
 - aktivnosti na društvenoj mreži Facebook – fan stranica Kvarner Family i grupa Pet Friendly
 - provođenje akcije Obiteljski paket
 - tiskovne konferencije, newsletter i press informacije
 - oglašavanje – u okviru godišnjeg medija plana TZ Kvarnera
 - izrada mapa za promo materijal
 - nastavak suradnje s PGŽ i 3 poslovne banke na kreditnom programu „Kvarner Family“ (sredstva će biti osigurana iz Proračuna PGŽ)

Budžet	130.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera i povjerenstva „Kvarner Family“, TZ-članice
Rok izvršenja	2018. godina

II.2.2. KVARNER GOURMET I KVARNER FOOD

- nastavak razvoja brenda
- Turistička zajednica Kvarnera provodi projekt *Kvarner Gourmet i Kvarner Food*, radi stvaranja prepoznatljivog brenda kvarnerske kuhinje, kao komparativne prednosti

ovoga kraja i motiva dolaska gostiju tijekom cijele godine. Vrhunske regionalne namirnice i delicije poput kvarnerskog škampa, janjetine, ekstra djevičanskog maslinova ulja, sireva, vina autohtonih sorti, te generacijama njegovana stručna ugostiteljska usluga, zaokružuju priču o primorsko-goranskoj gastronomiji, koja opravdano zaslužuje svoje mjesto na turističkoj karti.

Oznake kvalitete dodijeljene su onim ugostiteljskim objektima, koji udovoljavaju propisanim kriterijima, podijeljenim u tri kategorije: ponuda, opremljenost odnosno uređenje, te osoblje. Postoje sljedeće oznake:

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.

Unutar postojećih oznaka kvalitete Kvarner Gourmet i Kvarner Food implementira se dodatna oznaka kvalitete „Dog Friendly“.

Dog Friendly

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

Tijekom 2018. godine planirane su aktivnosti:

- zajedničke promotivne angažmane na najbližim emitivnim tržištima: PR aktivnosti, tematske prezentacije i studijska putovanja
- tisak promidžbenog materijala s Michelin preporukama
- daljnja promocija putem elektronskog i mobilnog web kataloga Kvarner Gourmet i Kvarner Food, te putem višejezične mobilne aplikacije
- promocija gastro manifestacije u okviru godišnjeg kalendara
- suradnja s Hrvatskim sommelier Klubom, udrugom restorana Jeunes Restaurateur Europe i drugim partnerima na temu gastronomije
- edukativne radionice i susreti

Budžet	155.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera, povjerenstvo „Kvarner Gourmet“
Rok izvršenja	2018. godina

II.2.3. KVARNER OUTDOOR

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

Posebna podrška se daje manifestacijama koje promiču isključivo segment outdoor, koji su motiv dolaska na Kvarner, te produžuju turističku sezonu, a to su: domaćinstvo Lošinja World cup utrke Downhill u travnju 2018. godine, zatim biciklistička utrka “Tour of Croatia” koja će imati dvije etape odnosno dva cilja utrke na Kvarneru, zatim biciklističku rekreativnu utrku “4 islands MTB race” (Krk, Cres, Lošinj i Rab), trail running utrke koje se odvijaju na području Kvarnera, zatim Gorski kotar Bike Tour, te tenis turnirima.

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

Budžet	545.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s lokalnim turističkim zajednicama i drugim nositeljima
Rok izvršenja	pred i posezona

II.2.4. KVARNER HEALTH AND WELLBEING

TZ Kvarnera u 2018. godini nastavlja s aktivnostima brendiranja zdravstvenog turizma na Kvarneru, odnosno brendiranja regije Kvarner kao destinacije zdravlja s dugom tradicijom i promoviranja ukupne ponude različitih medicinskih ustanova. Tematske prezentacije i poslovne radionice, kao i promocija u okviru sajamskih nastupa na najznačajnijim tržištima bit će dijelom aktivnosti TZ Kvarnera. Tradicionalno, TZ Kvarnera sudjeluje i podržava organizaciju forum tj CIHT konferenciju. Promocija uključuje i oglašavanje u tiskanim i elektronskim medijima. Redovito će se provoditi istraživanje i analiza stanja, te trendova u zdravstvenom turizmu. Također, posebna pažnja posvećuje se studijskim grupama novinara i agenata specijaliziranih za područje ponude zdravstvenog turizma, kojima se daje edukacija i poseban pristup u cilju prezentacije ponude zdravstvenog turizma na Kvarneru. Jedna od zadaća projekta, uz daljnji razvoj i promociju, je uska suradnja s Klasterom zdravstvenog turizma Kvarnera, kojeg je TZ Kvarnera član.

Na na svjetskoj burzi ITB u Berlinu 2018. godine TZ Kvarnera će po prvi puta nastupiti i u segmentu zdravstvenog turizma, kojem je namijenjena posebna hala ITB-a, te osigurati platformu za predstavljanje ponude zdravstvenog turizma

Budžet	133.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera
Rok izvršenja	kontinuirano

II.2.5. KVARNER CULTURE

Kulturni turizam na Kvarneru jedan je od najvažnijih turističkih proizvoda, uz aktivni odmor, zdravstveni turizam, odmorišni turizam te nautički turizam. U okviru ponude kulturnog turizma na Kvarneru razlikuju se oblici kulturnog turizma, među kojima su događaji, festivali i manifestacije, gradski turizam, vjerski turizam, gastronomija te kulturne ture i ostalo.

TZ Kvarnera u 2018. godini nastavlja s aktivnostima brendiranja kulturnog turizma na Kvarneru. Predstavljanje kulturne ponude Kvarnera bit će dijelom svih promidžbenih aktivnosti. Promocija uključuje i oglašavanje u tiskanim i elektronskim medijima.

Dio promotivnih aktivnosti uskladit će se s drugim nositeljima projekata, ovisno o realizaciji dodjele bespovratnih sredstava EU i sredstava iz drugih izvora:

- **projekt kulturno-turističke rute "Putovima Frankopana"** - u okviru programa KK. 06.1.1.01 „Priprema i provedba Integriranih razvojnih programa temeljenih na obnovi kulturne baštine,“ - Turistička zajednica Kvarnera je partner na projektu. Posebna pažnja posvećuje se tijekom 2018. Godine obilježavanju godišnjice Frankopana na Kvarneru.
- **projekt "Mala barka 2"** - očuvanje pomorske – u okviru Interreg programa Slovenija – Hrvatske - Turistička zajednica Kvarnera je partner na projektu Kao stvorena vrijednost i rezultat EU projekta "Mala barka – turistička valorizacija pomorske, ribarske i brodograđevne baštine Sjevernog Jadrana kroz stvaranje novih turističkih proizvoda", čija je realizacija završila u travnju 2016. godine, TZ Kvarnera nastavlja s promocijom maritimne baštine (više na str. xx) što će u 2017. godini uključivati i akciju uvođenja projekta označavanja lokacija i objekata od značaja za **"Kvarner Culture - Maritime Heritage"**. Također, organizirat će se posebni stručni skupovi i prezentacije u cilju definiranja zajedničkih zadataka i preuzimanja iskustava iz primjera dobre prakse.

- **projekt Claustra Plus** - Uspostavljanje prekogranične destinacije kulturnog i zelenog turizma Claustra Alpium Iuliarum - Turistička zajednica Kvarnera je partner na projektu
- **Rijeka 2020** – Rijeka Europska prijestolnica kulture – Imenovanje Rijeke 'Europskom prijestolnicom kulture 2020. godine (EPK)' prvoklasan je nacionalni kulturni događaj. Pod krovnim sloganom 'Rijeka 2020 – Luka različitosti' osmišljen je kulturni i umjetnički sadržaj posvećen konceptima 'rada', 'vode' i 'migracijama' kroz koje se istražuje i komunicira identitet Rijeke kao multikulturnog mjesta, otvorenog i dovoljno hrabrog za dijalog, suradnju i umjetničko eksperimentiranje. Turistička zajednica Kvarnera sudjeluje u suradnji sa sustavom turističkih zajednica, te s nositeljima programa Rijeka EPK 2020 u promidžbi projekta, te njegovoj valorizaciji u turističkoj ponudi.
- Tematska brošura „Lica kulturnog identiteta“ inovirat će se za potrebe promocije ponude kulturnog turizma na Kvarneru
- Ostali projekti iz domene kulturnog turizma

Posebna pažnja posvećuje se studijskim grupama novinara i agenata specijaliziranih za područje ponude kulturnog turizma, kao i sudjelovanju u stručnim, edukacijskim skupovima i konferencijama na kojima je moguća prezentacija ponude kulturnog turizma Kvarnera.

Budžet	90.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera
Rok izvršenja	kontinuirano

II.3. CRUISING

TZ Kvarnera i u 2018. godini nastavlja s aktivnostima na promoviranju regije Kvarner kao cruising destinacije. Dobra suradnja između Lučke uprave Rijeka, TZ Kvarnera i TZG Rijeke rezultirala je uspješnom prihvatu svakog pojedinog broda – od pružanja mogućnosti adekvatnog veza do korisnih informacija putnicima na info štandovima, te ponuda autohtonih proizvoda u neposrednoj blizini broda.

S obzirom na to da je TZ Kvarnera pridruženi član udruženja Medcruise, nastavlja se sa sudjelovanjima na Generalnim skupštinama udruženja i workshopovima s brodarima, koji se organiziraju u sklopu Skupštine. Također, TZ Kvarnera po preporuci i u suradnji s Lučkom upravom Rijeka odrađuje aktivnosti koje doprinose prepoznatljivosti Kvarnera kao

zanimljive izletničke destinacije za manje i srednje brodove koji se mogu sidriti u kvarnerskom akvatoriju.

Budžet	95.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s Lučkom upravom Rijeka
Rok izvršenja	Kontinuirano

III. KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI

III.1. ON LINE

III.1.1. INTERNET OGLAŠAVANJE

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

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

Budžet	886.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s marketinškim agencijama
Rok izvršenja	kontinuirano

III.1.2. SEO I SEM STRATEGIJA

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

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

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

Budžet	10.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s marketinškom i IT agencijom
Rok izvršenja	kontinuirano

III.1.3. WWW.KVARNER.HR – REDESIGN WEB PORTALA

Kako je predviđeno *Strateškim planom razvoja turizma Kvarnera sa strateškim i operativnim marketing planom za razdoblje od 2016. do 2020. godine* Turistička zajednica Kvarnera će pristupiti izradi novih web stranica.

Novi web će se razlikovati od dosadašnjeg u tekstovima (manji blokovi teksta, sadržajno bitno drugačiji od dosadašnjih), u modernizaciji alata za pretraživanje i načinu navigacije te će sadržavati više akcijskih tipki i dr.

Cilj je stvoriti jednostavne, funkcionalne i pouzdane web stranice koje se brzo učitavaju, intuitivne su, odnosno u skladu s trendom koji je sve više orijentiran mobilnoj navigaciji (tzv. „mobile centric“ web) te su prilagođene prikazu u raznim preglednicima i na raznim platformama (prikaz sadržaja će biti optimiziran ovisno o navedenim parametrima; npr. na mobilnim uređajima nije potrebno prikazivati sav sadržaj koji se prikazuje u desktop varijanti).

S obzirom na to da postoji mnogo sadržaja kojeg se nastoji ponuditi i predstaviti, radi lakšeg snalaženja web će se podijeliti na tematske mikro-web stranice gdje se kao logična nameće podjela po turističkim proizvodima, odnosno tzv. brendovima.

CMS

Za upravljanje i kontrolu sadržaja web stranice neophodan je pregledan CMS (engl. Content Management System) putem kojeg je moguće sve relevantne elemente ažurirati brzo i jednostavno s naglaskom na mogućnost upravljanja s više povezanih portala samo s jednog mjesta čime se osigurava brža objava informacija. Ovisno o broju djelatnika koji će raditi na CMS sustavu pribavit će se potreban broj licenci s različitim nivoima dozvola.

U rad na CMS sustavu će se uključiti sve interesne strane u smislu da informacije unose direktno (lokalne turističke zajednice same unose događanja na svom području), a objavljuju se nakon odobrenja administratora. Naime, kao jedna od mjera Strateškog plana za povećanje učinkovitosti sustava TZ-a navodi se kvaliteta i interaktivnost web stranica u čemu će ovakav sustav zasigurno pridonijeti.

Postupak izrade web stranica

Sama izrada web stranica podrazumijeva postavljanje inicijalne strukture weba, pripremu grafičkih predložaka, integraciju predložaka s CMS-om, pripremu datoteka s meta podacima. Sve navedeno će se napraviti u više jezičnih verzija, a uz potrebne modifikacije i za mini jezične verzije.

Dodatni moduli i sadržaji

Za krajnjeg korisnika su jako bitan segment dodatni moduli i sadržaji: animacije, moduli za posebne ponude, digitalne verzije brošura i kataloga, povezanost s društvenim mrežama i raznim kanalima, kalendar događanja, banneri, foto i video galerija, interaktivni obrasci, press centar i razne korisne informacije (prognoza vremena, stanje na cestama, tečajna lista, konverter valuta i dr.).

Prije same implementacije novih web stranica provest će se izrada plana aktivnosti za pozicioniranje na tražilicama (SEO) te obuka korisnika.

Budžet	400.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera
Rok izvršenja	kontinuirano

III.2. OFFLINE KOMUNIKACIJA

III.2.1. OGLAŠAVANJE U PROMOTIVNIM KAMPANJAMA JAVNOG I PRIVATNOG SEKTORA

Hrvatska turistička zajednica raspisala je dana 4. kolovoza 2017. godine Javni poziv za udruženo oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora u 2018. godini. Rok za predaju kandidature prema TZ Kvarnera bio je 15.9.2017. godine, a TZ Kvarnera imala je rok prema HTZ-u 2.10.2017. godine. Kandidature su prikupljene, te prema odluci Turističkog vijeća TZ Kvarnera proslijeđene HTZ-u. Udjel HTZ-a, propisan Javnim pozivom iznosi 2.897.697,83 kn, te je kandidatura morala biti prilagođena tom iznosu.

Novina u 2018. godini je odvajanje sufinanciranja oglašavanja s avio prijevoznicima iz ovog natječaja, zatim unaprijed definiran postotak koji se mora dodijeliti modelima unutar odobrenih sredstava (model IA – 40% - image destinacije, model IB – 30% - oglašavanje nositelja smještajne ponude, model IC – 30% - ostali oblici turističke ponude), te u cijelosti provođenje natječaja i nadzor oglašavanja.

Oglašavanje nositelja smještajne ponude

Odnosi se na promotivne kampanje nositelja smještajne ponude destinacije. Udjel TZ Kvarnera je 5% od ukupne kandidirane vrijednosti, lokalna TZ ulaže 20%, nositelj smještajne ponude 50%, te HTZ 25%.

Budžet	250.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s HTZ-om privatnim sektorom
Rok izvršenja	kontinuirano

Oglašavanje u suradnji s avio prijevoznicima

Aktivnost pregovaranja s avio prijevoznicima (a prema prijedlogu s terena) za 2018. godinu je preuzela Hrvatska turistička zajednica, te se do konca 2017. godine očekuju prijedlozi novih / dodatnih avio linija koje će se promovirati tijekom 2018. godine. Kako u trenutku donošenja Programa rada s financijskim planom TZ Kvarnera za 2018. godinu nije bio poznat taj podatak, TZ Kvarnera je planirala sudjelovanje samo s vlastitim sredstvima, a udružena sredstva (lokalne TZ, JLS, PGŽ i gospodarstvo) će se ugovoriti naknadno, u skladu s prihvaćenim media planovima avio prijevoznika.

Budžet	800.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s HTZ-om i javnim i privatnim sektorom
Rok izvršenja	kontinuirano

Oglašavanje posebnih programa destinacije

Odnosi se na oglašavanje posebnih programa destinacije u suradnji s nositeljima ponude.

Budžet	265.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s HTZ-om i javnim i privatnim sektorom
Rok izvršenja	kontinuirano

III.2.2. OPĆE OGLAŠAVANJE U TISKU

Opće oglašavanje u tisku odnosi se na promoviranje regije Kvarner u tiskanom materijalu (dnevne novine, magazini, reportaže, klasični oglasi...)

Budžet	110.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera
Rok izvršenja	kontinuirano

III.2.3. ODNOSI S JAVNOŠĆU I NEWSLETTER

Nastavno na pozitivna iskustva iz prethodne godine kada je TZ Kvarnera u suradnji s PR agencijama za njemačkog govorno područje i britansko tržište uspjela animirati veći broj novinara, zajednički je stav TZ Kvarnera, turističkih zajednica-članica i gospodarstva da se započeta suradnja nastavi i u 2018. godini PR kompanijama na **njemačkom** (Njemačka, Austrija i Švicarska) i **engleskom govornom području** (V. Britanija, Irska i svjetsko tržište).

PR aktivnosti s inozemnim partnerima uključuju:

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

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

Budžet	460.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s PR agencijama i HTZ-om, s turističkim-zajednicama članicama i gospodarstvom Kvarnera
Rok izvršenja	kontinuirano

U 2018. godini će se provesti i PR aktivnosti na hrvatskom i slovenskom tržištu, u suradnji sa specijaliziranom marketinškom kućom i/ili drugim ponuditeljima PR usluga.

Budžet	240.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s marketinškim agencijama
Rok izvršenja	kontinuirano

III.2.4. BROŠURE I OSTALI PROMOTIVNI MATERIJALI

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

III.2.4.1. INFO BROŠURA – KALENDAR DOGAĐANJA

Donosi pregled informacija o turističkoj destinaciji i njenim turističkim proizvodima te godišnji pregled najznačajnijih manifestacija i priredaba na Kvarneru tijekom 2018. godine. Višegodišnje stečeno iskustvo i konstantna suradnja s turističkim zajednicama članicama na ovome proizvodu rezultiralo je izvrsnim kalendarom priredaba za godinu dana unaprijed koji će se sukladno tome unaprijediti i sadržajno i grafički.

Budžet	210.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera
Rok izvršenja	travanj

III.2.4.2. KVARNER MAGAZIN 2019.

Turistička zajednica Kvarnera u suradnji s PR agencijom "ART Redaktionsteam" nastavit će s izradom specijalističkog turističkog magazina "Kvarner Magazin" za njemačko govorno područje, koji je po svojem sadržaju prvenstveno namijenjen novinarima – "opinion leaderima". Kvarner Magazin za 2018. godinu pripremljen je i realiziran u 2017. godini, a u 2018. godini realizirat će se izdanje za 2019. godinu.

Budžet	380.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s PR agencijom
Rok izvršenja	prosinac

III.2.4.3. TISAK I DOTISAK INFO I PROMO MATERIJALA

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

Budžet	455.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera
Rok izvršenja	kontinuirano (prema potrebi)

III.2.4.4. SUVENIRI I OSTALI PROMO MATERIJAL

roll up posteri, vrećice, vrećice lavande, prigodni letci i suveniri, kuharske pregače i ostali materijal po potrebi.

Budžet	190.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera
Rok izvršenja	kontinuirano (prema potrebi)

III.2.4.5. PROMOTIVNI FILM(OVI) KVARNERA

Izradit će se novi promotivni film Kvarnera, kao i kraće verzije filma za pojedine segmente turističke ponude.

Budžet	100.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera
Rok izvršenja	kontinuirano (prema potrebi)

III.2.5. INFO PUNKTOVI I SIGNALIZACIJA

Info punkt „Kvarner info – Vrata Jadrana“ (kao sastavni dio Turističke zajednice Kvarnera) neprekidno više od 13 godina, i u 2018. godini nastavlja suradnju sa svim info punktovima na području Kvarnera u pogledu koordinacije i razmjene informacija a s ciljem što bolje pokrivena mreže informiranosti gostiju na cijeloj destinaciji. Pri tome info punkt “Kvarner Info – Zračna luka Rijeka” nastavlja djelovati u zračnoj luci u organizaciji drugih nositelja. Info punkt Gorskog kotara u Delnicama je počeo s djelovanjem u 2008. godini u

suradnji s Gradom Delnice i TZG Delnice. «Kvarner Info - Jug» u Novom Vinodolskom počeo je s djelovanjem u 2006. godini u organizaciji nositelja TZG Novi Vinodolski.

Budžet	182.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s TZ otoka Krka i ostalim TZ-članicama
Rok izvršenja	kontinuirano

IV. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI

IV.1. NASTUPI NA TURISTIČKIM SAJMOVIMA

IV.1.1. SAJAMSKI NASTUPI TZ KVARNERA 2018. GODINE

Turistička zajednica Kvarnera će u 2018. godini biti zastupljena na svim sajmovima u organizaciji Hrvatske turističke zajednice (25 sajмова) i to na tzv. Općim turističkim sajmovima, te na specijaliziranim kamping i nautičkim sajmovima, kao i na kongresnim burzama. Također, turistička ponuda Kvarnera bit će zastupljena na sajmovima u organizaciji Predstavništava Hrvatske turističke zajednice, a pojačano s posebnim/dodatnim štandovima nastupit će na:

RB.	GRAD	SAJAM	DATUM
1.	Stuttgart	CMT	13.-21.1.
	Stuttgart	CMT Fahrrad und Erlebnisreisen (outdoor)	13.-14. 1.
	Stuttgart	CMT Kreuzfahrt&Schiffsreisen	18.-21.1.
2.	New York	NY Times Travel Show	26.-28.1.
3.	Hamburg	Reisen	7. - 11.2.
4.	Essen	Reise&Camping	21.-25. 2.
5.	München	F.re.e.	21.-25.2.
6.	London	Triathlon Show	23.-25.2.
7.	Nürnberg	Freizeit&Touristik	28.2.-4.3.
8.	Utrecht	Fiets and Wandelbeurs	2.- 4. 3.
9.	Berlin	ITB (+ ITB Medical Tourism)	7.-11.3.
10.	Köln	RDA	3.-4.7.
11.	Dusseldorf	Caravaning	24.-2.9.
12.	Mechelen, Belgija	Vlaanderen Wandelt	29. -30. 9.
13.	Rimini	TTG	10. -12.10.

Budžet	1.352.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera
Rok izvršenja	siječanj-studenj

Sajamski nastupi HTZ-a u 2018. godini

SAJMOVI HRVATSKE TURISTIČKE ZAJEDNICE 2018			
RB.	GRAD	SAJAM	DATUM
1	Utrecht	VAKANTIEBEURS	09.-14.01.2018.
2	Beč	FERIENMESSE	11.-14.01.2018.
3	Stuttgart	CMT	13.-21.01.2018.
4	Madrid	FITUR	17.-21.01.2018.
5	Leeuwarden	CARAVAN SALON	18.-23.01.2018.
6	Helsinki	MATKA	18.-21.01.2018.
7	Düsseldorf	BOOT	20.-28.01.2018.
8	Bratislava	SLOVAKIATOUR	25.-28.01.2018.
9	Zürich	FESPO	25.-28.01.2018.
10	Ljubljana	NATOUR ALPE ADRIA	31.1.-03.02.2018.
11	Prag	HOLIDAY WORLD	15.-18.02.2018.
12	Essen	REISE & CAMPING	21.-25.02.2018.
13	München	F.RE.E.	21.-25.02.2018.
14	Beograd	BEOGRADSKI SAJAM TURIZMA	22.-25.02.2018.
15	Herning	FERIE FOR ALLE	23.-25.02.2018.
16	Tulln	BOOT	01.-04.03.2018.
17	Berlin	ITB	07.-11.03.2018.
18	Moskva	MITT	13.-15.03.2018.
19	Pariz	MAP	15.-18.03.2018.
20	Dubai	ATM	22.-25.04.2018.
21	Frankfurt	IMEX	15.-17.05.2018.
22	Rimini	TTG	Listopad
23	London	WTM	Studeni
24	Barcelona	IBTM	Studeni
25	Pariz	Salon Nautique	Prosinac
		TURISTIČKI SAJMOVI	
		SPECIJALIZIRANI SAJMOVI	

IV.1.2. SAJAMSKI NASTUPI U ORGANIZACIJI TZ-ČLANICA

Turistička zajednica Kvarnera će u 2018. godini za samostalne sajamske nastupe turističkih zajednica-članica u dogovoru s nositeljem nastupa osigurati promidžbeni materijal i oznake regije.

IV.1.3. SAJAMSKI NASTUPI, STRUKOVNE KONFERENCIJE I BURZE U ORGANIZACIJI OSTALIH SUBJEKATA

- **kongresni sajmovi:**
 - Frankfurt, IMEX, u suradnji s TZG Opatija,
 - Barcelona, IBTM World
 - MCE - Europe Congress, Zagreb
- **u suradnji s drugim županijskim turističkim zajednicama**
- **u suradnji s PGŽ**
- **u suradnji sa Zračnom lukom "Rijeka"**
- **u suradnji s Medcruise udruženjem i Lučkom upravom Rijeka**
- **u suradnji sa Skål International**
- **u suradnji s KUH-om**
- **u suradnji s HGK – ŽK RI**

SKAL 2018 - kandidatura Kvarnera; Opatije i Rijeke za domaćinstvo svjetskom kongresu 2020. godine

- tijekom 2018. godine TZ Kvarnera bit će uključena u aktivnosti isticanja kandidature Kvarnera; Opatije i Rijeke za domaćinstvo SKAL INTERNATIONAL WORLD CONGRESS 2020. Kandidatura za domaćinstvo najavit će se na proljetnom Internationala Skal Council Meeting u Torremolinos, Španjolska (12.-16.3.2018) te dok će se kandidatura predati na svjetskom kongresu koji se 17.-22.10.2018. održava u Keniji. Na obje aktivnosti organizirat će se prateći sadržaji, odnosno prezentacije.

Budžet	222.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s ostalim subjektima
Rok izvršenja	kontinuirano

IV.2. STUDIJSKA PUTOVANJA NOVINARA

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

odrednicama SMPT Kvarnera priprema se program tematskih studijskih putovanja novinara.

Odabir i prihvata studijskih grupa je kroz nekoliko kanala:

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

Budžet	220.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s HTZ-om, predstavništvima HTZ-a u inozemstvu, TZ članicama, PR agencijama i gospodarstvom
Rok izvršenja	kontinuirano

IV.3. STUDIJSKA PUTOVANJA AGENATA I "BUY CROATIA" RADIONICE

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

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

Na prijedlog i u suradnji s HTZ-om u 2018. godini TZ Kvarnera će prihvatiti i organizirati najviše jednu tematsku poslovnu radionicu "Buy Croatia".

Sastavni dio poslovne radionice su i inspekcijska putovanja agenata.

Budžet	40.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s HTZ-om, predstavništvima HTZ-a u inozemstvu, TZ članicama, PR agencijom i gospodarstvom
Rok izvršenja	kontinuirano

IV.4. PREZENTACIJE

IV.4.1. U ORGANIZACIJI TZ KVARNERA I U SURADNJI S PREDSTAVNIŠTVIMA HTZ-A U INOZEMSTVU I/ILI VELEPOSLANSTVIMA RH, I/ILI PR AGENCIJAMA

NJEMAČKA

- prezentacije/edukacije agenata po prijedlogu touroperatora i/ili Predstavništva HTZ-a i partnera
- München - prezentacije na tematskim binama u sklopu sajamskog nastupa F.re.e.
- Koln – prezentacija u suradnji s avioprijevoznikom Eurowings
- Berlin - prezentacija za novinare i bloggere po prijedlogu i u suradnji s Predstavništvom HTZ-a i/ili PR partnerima

SLOVENIJA

- Ljubljana – veljača - prezentacija s naglaskom na Kvarner Family obiteljski smještaj
- Novo Mesto – travanj 2018 - prezentacija na otvorenom
- Kranjska gora /Planica – ožujak 2018. - prezentacija u suradnji s Kompas d.d. na Finalu svjetskog kupa u skijaškim skokovima
- Ljubljana – gastro prezentacija Kvarner Gourmet i Kvarner Food – cooking show
- Ljubljana - prezentacije – press konferencije

ITALIJA

- Milano – u suradnji s "Eataly" gastro prezentacija Kvarner Gourmet i Kvarner Food
- Milano / Sjeverna Italija – prezentacije i press konferencije po prijedlogu Predstavništva HTZ-a, i/ili partnera

AUSTRIJA

- po prijedlogu touroperatora i/ili Predstavništva HTZ-a i partnera – edukacija agenata
- Beč - gastro prezentacija Kvarner Gourmet i Kvarner Food
- ostale prezentacije

VELIKA BRITANIJA

- Prezentacije i / ili press konferencije po prijedlogu Predstavništva HTZ-a, i/ili partnera

ŠVICARSKA

- Prezentacije i / ili press konferencije po prijedlogu HTZ-a, i/ili partnera

NIZOZEMSKA I BELGIJA

- Utrecht / Amsterdam / Belgija – po prijedlogu touroperatora i/ili Predstavništva HTZ-a i partnera prezentacije outdoor ponude, edukacije za agente

SKANDINAVIJA I BALTIK

- Prezentacije i / ili press konferencije po prijedlogu Predstavništva HTZ-a, i/ili partnera

ČEŠKA, SLOVAČKA, MAĐARSKA, POLJSKA I OSTALA EUROPSKA TRŽIŠTA

- Prezentacije i / ili press konferencije po prijedlogu Predstavništva HTZ-a, i/ili partnera

RUSIJA

- Moskva – prezentacija i press konferencija po prijedlogu HTZ-a, i/ili partnera

SRBIJA

- Beograd – prezentacija i press konferencija

DALEKA TRŽIŠTA

- Prezentacije i sudjelovanje u aktivnostima u suradnji s HTZ i/ili partnerima, u skladu s nacionalnom strategijom i orijentacijom na daleka tržišta

Budžet	751.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s HTZ-om, predstavništvima HTZ-a u inozemstvu, TZ članicama, PR agencijom i gospodarstvom
Rok izvršenja	kontinuirano

IV.4.2. PREZENTACIJE U ORGANIZACIJI TZ-ČLANICA

U dogovoru s turističkim zajednicama članicama TZ Kvarnera će za važnije i odabrane prezentacije na upit i prijedlog turističkih zajednica osigurati potporu u cilju zajedničke i cjelovite prezentacije destinacije, uz uvjet da se istaknu komunikacijske konstante Kvarnera, te uz eventualno prisustvo predstavnika TZ Kvarnera. To se posebno odnosi na prezentacije sukladno proizvodnom portfelju Kvarnera.

IV.4.3. OSTALE PREZENTACIJE

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

Budžet	70.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s raznim institucijama
Rok izvršenja	kontinuirano

**IV.4.4. POSLOVNE RADIONICE (WORKSHOPOVI) U ORGANIZACIJI
PREDSTAVNIŠTAVA HTZ-A U INOZEMSTVU**

Očekuju se prijedlozi HTZ-a za 2018. godinu.

TZ Kvarnera, gdje god to Glavni ured HTZ-a omogući, sudjeluje na poslovnim radionicama tako da održi prezentaciju u sklopu radionice.

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

V. INTERNI MARKETING

V.1. EDUKACIJA ZA TURISTIČKU INDUSTRIJU

TZ Kvarnera u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom te ostalim nositeljima i organizatorima provodi različite edukacijske programe s ciljem povećane sveobuhvatne marketinške učinkovitosti za sustav hrvatskih turističkih zajednica i predstavnike lokalne turističke industrije.

Budžet	10.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s HTZ-om, PU PG i TZ članicama te gospodarstvom
Rok izvršenja	kontinuirano

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

Jedna od Zakonom propisanih zadaća TZ Kvarnera je koordinacija djelovanja i nadzor izvršavanja ciljeva i zadaća turističkih zajednica općina i gradova s područja Županije koji se vrši kroz koordinaciju i kontrolu godišnjih programa rada.

Koordinacija s turističkim zajednicama s područja Kvarnera

- koordinacije s turističkim zajednicama s područja Kvarnera
- teme: zajedničke promotivne aktivnosti, planiranje i praćenje fizičkog turističkog prometa, praćenje naplate boravišne pristojbe, praćenje implementacije strateških dokumenata, marketing brendovi, pružanje stručne i svake druge pomoći, poticanje i praćenje izvrsnosti destinacije i dr.

Koordinacija s turističkim zajednicama Gorskog kotara

- mjesečne koordinacije s turističkim zajednicama Gorskog kotara
- dinamika: jedna koordinacija mjesečno
- teme: zajedničke promotivne aktivnosti sukladno Operativnom marketing planu turizma Kvarnera do 2020. godine, razni projekti na području Gorskog kotara – zajednički turistički proizvodi Gorskog kotara s naglaskom na cikloturizmu i outdoor ponudi, koordiniranje aktivnosti i manifestacija, promotivne aktivnosti u zemlji i inozemstvu, promotivni materijal, potpora u projektima za kandidiranje prema EU fondovima, apliciranje na Javne pozive MINT-a, HTZ-a, PGŽ-a i TZ Kvarnera, turistička ponuda Gorskog kotara, pružanje stručne i svake druge pomoći, djelovanje turističkih ureda

Koordinacija s predstavnicima turističkog gospodarstva

- koordinacije s predstavnicima turističkog gospodarstva
- teme: stanje na tržištu i zajedničke promotivne aktivnosti

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

Budžet	110.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s HTZ-om i TZ članicama te gospodarstvom
Rok izvršenja	kontinuirano

V.3. POTICANJE I OCJENJIVANJE IZVRSNOSTI DESTINACIJE

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

Budžet	70.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s HTZ-om i TZ članicama te drugim partnerima
Rok izvršenja	kontinuirano / Dan turizma na Kvarneru u prosincu

VI. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA

VI.1. ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA

TZ Kvarnera u suradnji s turističkim zajednicama-članicama i drugim pružateljima usluga provodi razne akcije, kako bi se ocijenila kvaliteta opće turističke usluge koju kvarnerski turizam pruža gostima.

Budžet	60.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s TZ-članicama i marketinškom agencijom
Rok izvršenja	kontinuirano

VI.2. ANKETIRANJE AVIO GOSTIJU NA ZRAČNOJ LUCI RIJEKA

U cilju dobivanja povratnih informacija od gostiju koji su boravili na Kvarneru, TZ Kvarnera nastavlja s anketiranjem avio putnika prilikom njihovog odlaska sa Zračne luke „Rijeka“. Vezano uz uspostavljanje cjelogodišnje zračne linije Koln - Rijeka, uvest će se dodatno anketiranje u odabranim terminima. Anketa s 20-ak pitanja daje uvid u dojmove ispitanika o destinaciji općenito te o mikrolokaciji na kojoj je ispitanik boravio. Dio pitanja odnosi se i na profil ispitanika.

Budžet	65.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera
Rok izvršenja	Predsezona, glavna sezona, posezona – ovisno o letovima

VI.3. SURADNJA S MEĐUNARODNIM INSTITUCIJAMA I EU FONDOVIMA

U skladu sa Zakonom o turističkim zajednicama TZ Kvarnera planira suradnju s regionalnim turističkim organizacijama iz drugih zemalja i nastavlja svoje aktivnosti kao član međunarodnih turističkih organizacija (UNWTO, MedCruise, Skål), kao i suradnju s ostalim relevantnim međunarodnim organizacijama (UNESCO).

U 2018. godini TZ Kvarnera partner je na sljedećim EU projektima:

- 1) **Projekt Mala barka 2 – „Turistička valorizacija pomorske, ribarske i brodograđevne baštine Sjevernog Jadrana kroz stvaranje novih turističkih proizvoda“** – Projekt u sklopu Operativnog programa Interreg V-A Slovenija-Hrvatska 2014.-2020. započeo je 1. listopada 2016. i traje do 31. ožujka 2019. godine. Vodeći partner projekta je PGŽ - Upravni odjel za turizam, poduzetništvo i ruralni razvoj, dok je TZ Kvarnera partner, zatim su partneri Pomorski i povijesni muzej hrvatskog primorja, Kuća o batani, a slovenski partneri su TZ Općine Izola i Općina Izola, Općina Piran i Pomorski muzej "Sergej Mašera" Piran.

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.

Stručnjaci okupljeni u Centru izvrsnosti (proizvodnom timu), koji vodi TZ Kvarnera, djeluju na daljnjem brendiranju maritimne baštine kao turističkog proizvoda i značajne ponude kulturnog turizma. Aktivnosti u 2018. godini uključivat će edukacijske radionice raznih interesnih dionika, djelovanje centra izvrsnosti i centara promocije, promocija turističkih itinerara, održavanje interpretacijskih manifestacija, izradu promotivnih materijala, promidžbu, prihvata studijskih grupa novinara i agenata, kao i uvođenja projekta označavanja lokacija i objekata od značaja za „Kvarner Culture - Maritime Heritage“.

2) **Putevima Frankopana**

Kulturna ruta "Putovima Frankopana" potiče vrednovanje, obnovu, očuvanje, zaštitu i inovativno interpretiranje 17 frankopanskih kaštela i dvoraca te triju sakralnih zdanja. Na taj se način obogaćuje kulturna i turistička ponuda županije te aktivno sudjeluje u društvenom, gospodarskom, ekološkom i kulturnom razvoju na lokalnoj, regionalnoj i europskoj razini. Kulturno-turistička tura Putevima Frankopana kao marketing brend i proizvod kulturnog turizma na Kvarneru ima za cilj produljenje turističke sezone i poboljšanje kvalitete turističke ponude te razvoj novih turističkih doživljaja kojima će se povećati zadovoljstvo gostiju i ostvariti bolji financijski učinci gospodarstvu. Kreiranjem marketing brenda Putevima Frankopana destinacija Kvarner će se istaknuti na turističkoj karti ističući prije svega kvalitetu svih svojih selektivnih programa koji mogu dodatno motivirati goste za dolazak u destinaciju, a organizatorima putovanja omogućiti sigurnu bazu informacija za kreiranje i zajedničko plasiranje programa. Posebno se to odnosi na razvoj atraktivne i konkurentne destinacijske ponude s dodanom vrijednošću u razdoblju pred i posezone. Sve aktivnosti odvijat će se sukladno radnom paketu zadataka koje TZ

Kvarnera ima kao partner na projektu. Vodeći partner projekta je Primorsko-goranska županija.

3) **Claustra Plus** - Prekogranična destinacija kulturnog i zelenog turizma Claustra

Alpium Iuliarum

Ciljevi projekta su:

- Aktivna zaštita baštine održivim turizmom
- Uspostavljanje prekogranične destinacije kulturnog i zelenog turizma Claustra Alpium Iuliarum
- Povećan broj posjetitelja kulturnih i prirodnih odredišta baštine u programskom području
- Konzervirana, prezentirana i održavana kulturna i prirodna baština Claustra Alpium Iuliarum (CAI);
- Povećana fizička i informacijska pristupačnost do kulturne i prirodne baštine CAI;
- Poboljšana baza znanja i kapaciteti za trajnosno korištenje kulturne i prirodne baštine CAI;
- Poboljšana prepoznatljivost kulturne i prirodne baštine CAI;
- Osviještena javnost uključena u aktivnosti očuvanja i upravljanja kulturne i prirodne baštine CAI.

Vodeći partner projekta je Primorsko-goranska županija. Sve aktivnosti na promociji projekta odvijat će se u suradnji i uz suglasnost PGŽ.

4) Moguće je eventualno uključivanje u ostale projekte po programima i na prijedlog potencijalnih partnera u cilju povećanja vrijednosti i atraktivnosti turističkih proizvoda na Kvarneru.

Budžet	856.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s međunarodnim organizacijama
Rok izvršenja	kontinuirano

VI.4. PRODUKCIJA MULTIMEDIJSKIH MATERIJALA

Aktivnosti u skladu s potrebama i unapređenjem image Kvarnera kroz:

- ✓ obnovu fundusa tekstova (novi tekstovi, novi prijevodi tekstova)
- ✓ obnovi i popunjavanje galerije fotografija te njihovo pohranjivanje
- ✓ obnovu i popunjavanje galerije video i audio materijala te njihovo pohranjivanje

Budžet	100.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera
Rok izvršenja	kontinuirano

VI.5. TURISTIČKI INFORMACIJSKI SUSTAV ZA PRIJAVU I ODJAVU TURISTA - EVISITOR (HTZ)

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 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.

Tijekom 2017. godine bilo je moguće uspoređivati podatke s podacima za 2016. godinu, ali ne i starijim jer istih nema u sustavu. Od 2018. godine usporedne analize će biti moguće raditi za jednu ili 2 prethodne godine što bi trebalo rezultirati kvalitetnijom i cjelovitijom analizom podataka.

TZ Kvarnera kontinuirano izrađuje personalizirane obrasce ovisno o svojim potrebama i novostima u sustavu eVisitor: novim modulima ili ažuriranju postojećih. U slučaju potrebe ponovit će se među turističkim zajednicama članicama anketa o nepravilnostima i s prijedlozima za doradu informacijskog sustava eVisitor po uzoru na ankete provedene u 2016. i 2017. godini.

Budžet	5.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera i HTZ
Rok izvršenja	kontinuirano

VII. POSEBNI PROGRAMI

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

Gorski kotar

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. Nastavlja se s unapređenjem komunikacije subregionalnog brenda Gorski kotar, tako da se kroz zajedničke tiskane promidžbene materijale predstavljaju portfelj proizvoda ciljnim tržištima kroz image kataloge i tematizirane tiskane materijale a redovito se prati učinak provedenih aktivnosti. Kroz off-line oglašavanje usmjerenog prema ciljanom proizvodnom /segmentacijskom oglašavanju implementira se novi brend concept i slogan u oglase, kao i kroz sajamske nastupe i PR kanale (priopćenja, intervjui, reportaže). Pristupilo se izradi nove web-stranice Gorskog kotara i njezinog kontinuiranog obogaćivanja sukladno razvoju novih sadržaja te ciljanim on-line oglašavanjima putem društvenih mreža Također, nastavlja se suradnja sa specijaliziranim turističkim agencijama s ciljem poticanja i povećanja jednodnevnih izleta i višednevnih programa boravka.

Posebnost Gorskog kotara su Centri za posjetitelje u sklopu Nacionalnog parka Risnjak kroz koje se facilitira proizvodni portfelj Gorskog kotara i obratno, lokalne turističke zajednice upućuju na Nacionalni park Risnjak i zaštićena područja prirode.

Isto tako, TZ Kvarnera će tijekom 2018. godine promovirati investicije namjenskih objekata koje su planirale PGŽ i JLS u cilju proširenja turističke ponude, odnosno, formiranja novih turističkih proizvoda.

Regionalni sportsko-rekreacijski i turistički centar Platak

U suradnji s Goranskim sportskim centrom i TZ Čavle kreirat će se cjelogodišnja izletničko-turistička ponuda regionalnog sportsko-rekreacijskog i turističkog centra Platak.

Budžet	220.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera i TZ-članice
Rok izvršenja	kontinuirano

VIII. RAZNO**VIII.1. IMPLEMENTACIJA I MONITORING „STRATEŠKOG PLANA RAZVOJA
TURIZMA KVARNERA SA STRATEŠKIM I OPERATIVNIM MARKETING PLANOM
2016. – 2020. GODINE“**

Tijekom 2018. godine vršit će se implementacija i monitoring Strateškog plana razvoja turizma Kvarnera sa strateškim i operativnim marketing planom 2016. – 2020. godine

Budžet	20.000 kn
Nositelj	PGŽ, Turistički ured TZ Kvarnera, JLS i TZ-članice
Rok izvršenja	kontinuirano

FINANCIJSKI PLAN TZ KVARNERA ZA 2018. GODINU

PRIHODI

U 2018. godini TZ Kvarnera vrlo oprezno planira ostvarenje prihoda i to kako slijedi:

- **prihod od boravišne pristojbe** planiran je sukladno planu ostvarenja turističkog prometa noćenja za 2018. godinu, a to je povećanje za 5% u odnosu na ostvarenje 2016. godine, te utvrđene visine boravišne pristojbe za 2018. godinu (povećanje boravišne pristojbe sa 7 na 8 kuna u glavnoj sezoni), uzimajući u obzir nepromijenjeno boravišnu pristojbu za osobe koje pružaju ugostiteljske usluge smještaja u domaćinstvu
- **prihod od turističke članarine** nešto veći u odnosu na očekivano ostvarenje 2017. godine
- **prihodi od PGŽ za programske aktivnosti** - planiran je dogovoreni iznos s PGŽ vezan za sufinanciranje biciklističke utrke Tour of Croatia 2018., monitoring SPRT Kvarnera 2016. – 2020. godine i dr. aktivnosti
- **prihodi od drugih aktivnosti** odnose se na očekivane / odobrene prihode HTZ-a za sudjelovanje u troškovima promotivnih aktivnosti te Javnog poziva za oglašavanje, po modelu Ia
 - o važne napomene:
 - o **udruživanje sredstava na županijskoj i nacionalnoj razini za sufinanciranje kampanja oglašavanja s avio prijevoznicima** definirat će se po primitku svih relevantnih podataka vezanih za odvijanje i uspostavljanje avio linija na ZL Rijeka u 2018. godini. U ovom trenutku iznosi nisu definirani ni kao prihod niti kao rashod
 - o iako je HTZ definirao **Javnim pozivom za oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora u 2018. godini** da će se financiranje dijela HTZ-a prema nositeljima smještajne ponude vršiti preko računa županijskih turističkih zajednica, TZ Kvarnera taj iznos nije planirala niti u prihodima niti u rashodima, već će se definirati po potpisivanju svih ugovora
- **ostali nespomenuti prihodi** odnose se na:
 - o povrat sredstava od EU za odobreni projekt "Mala barka 2"
 - o povrat sredstava od strane PGŽ za odobreni projekt "Putevima Frankopana"
 - o udruživanje sredstava od turističkih zajednica i gospodarskih subjekata za sufinanciranje PR agencija, nastupe na sajmovima i ostale promotivne aktivnosti
 - o prihod od kamata, te
 - o procijenjenog dijela prihoda za aktivnosti započete u 2017. godini čija je realizacija izvjesna i koji će se u dijelu koji se odnosi na prijenos ostvarivati i tijekom 2018. godine

RASHODI

- Rashodi su planirani tako da se raspoređuju sukladno zakonski određenim aktivnostima, zatim postavljenim ciljevima, te zadanim troškovima djelovanja turističkog ureda i turističke zajednice, te su detaljno razrađeni u tablici. Sve aktivnosti detaljno opisane u tekstualnom dijelu Programa rada TZ Kvarnera za 2018. godinu i usmjerene su prema ostvarenju temeljnih ciljeva uspostavljenih Strateškim planom razvoja turizma Kvarnera sa strateškim i operativnim marketing planom 2016. – 2020. godine.

Plan prihoda TZ Kvarnera za 2018. godinu

RB	PRIHODI PO VRSTAMA	PLAN 2017.	OČEKIVANO OSTVARENJE 2017. GODINE (baza: ostvarenje siječanj-rujan s procjenom do konca godine)	PLAN 2018.	INDEKS plan 2018/plan 2017.	INDEKS plan 2018/očekivano ostvarenje 2017.	udjel u 2018.
I.	UKUPNI PRIHOD OD BORAVIŠNE PRISTOJBE I TURISTIČKE ČLANARINE	8.938.000,00	9.286.485,27	10.100.000,00	113,00	108,76	70,52
1.	Prihodi od boravišne pristojbe	7.000.000,00	7.240.000,00	7.950.000,00	113,57	109,81	55,51
2.	Prihod od boravišne pristojbe od nautičkog turizma	138.000,00	137.956,00	150.000,00	108,70	108,73	1,05
3.	Prihodi od turističke članarine	1.800.000,00	1.908.529,27	2.000.000,00	111,11	104,79	13,96
II.	PRIHOD OD PGŽ ZA PROGRAMSKE AKTIVNOSTI	300.000,00	300.000,00	200.000,00	66,67	66,67	1,40
1.	za programske aktivnosti	300.000,00	300.000,00	200.000,00	66,67	66,67	1,40
1.1.	Tour of Croatia 2018.	125.000,00	0,00	0,00	1,05
1.2.	Monitoring SPRT Kvarnera 2016. - 2020. i dr. aktivnosti	75.000,00	0,00	0,00	0,35

RB	PRIHODI PO VRSTAMA	PLAN 2017.	OČEKIVANO OSTVARENJE 2017. GODINE (baza: ostvarenje siječanj-rujan s procjenom do konca godine)	PLAN 2018.	INDEKS plan 2018/ plan 2017.	INDEKS plan 2018/ očekivano ostvarenje 2017.	udjel u 2018.
III.	PRIHOD OD DRUGIH AKTIVNOSTI	4.598.000,00	4.694.000,00	467.000,00	10,16	9,95	3,26
1.	Udruživanje za avio oglašavanje	4.059.000,00	3.950.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00
1.1.	PGŽ	570.000,00	570.000,00	sudjelovanje svih sudionika će se definirati do konca godine ili početkom 2018. / ovisno o zahtjevima avio prijevoznika	0,00	0,00	0,00
1.2.	GRAD RIJEKA	570.000,00	570.000,00		0,00	0,00	0,00
1.3.	TZG Rijeke	145.000,00	145.000,00		0,00	0,00	0,00
1.4.	HTZ	1.382.000,00	1.365.000,00		0,00	0,00	0,00
1.5.	PGŽ	42.000,00	42.000,00		0,00	0,00	0,00
1.6.	ZL Rijeka	0,00	0,00		0,00	0,00	0,00
1.7.	Turističke zajednice - avio udruživanje	600.000,00	551.000,00		0,00	0,00	0,00
1.8.	JLS - avio udruživanje	750.000,00	707.000,00		0,00	0,00	0,00
2.	HTZ za promotivne aktivnosti (sajmovi i prezentacije) - kandidatura prema HTZ-u	89.000,00	78.000,00	72.000,00	80,90	92,31	0,50
3.	HTZ za strateške projekte (IMTJ i Eurowings u 2017.)		313.000,00	0,00			
3.	HTZ za ostala oglašavanja prema Javnom pozivu - kandidatura prema HTZ-u	450.000,00	353.000,00	395.000,00	87,78	111,90	2,76

RB	PRIHODI PO VRSTAMA	PLAN 2017.	OČEKIVANO OSTVARENJE 2017. GODINE (baza: ostvarenje siječanj-rujan s procjenom do konca godine)	PLAN 2018.	INDEKS plan 2018/ plan 2017.	INDEKS plan 2018/ očekivano ostvarenje 2017.	udjel u 2018.
IV.	OSTALI NESPOMENUTI PRIHODI	1.204.000,00	961.042,13	1.570.000,00	130,40	163,36	10,96
1.	Projekt Mala Barka 2 - povrat EU sredstava	200.000,00	46.042,13	550.000,00	275,00	1.194,56	3,84
1.1.	povrat odrađenih aktivnosti u 2017. godini		46.042,13	0,00	0,00	0,00	0,00
1.2.	povrat sredstava za aktivnosti koje će se odraditi u 2018. godini		0,00	550.000,00	0,00	0,00	3,84
2.	Projekt "Kulturno turistička ruta - Putevima Frankopana"	0,00	150.000,00	150.000,00	0,00	100,00	1,05
3.	Prihod prethodnih godina	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
4.	Udruživanje sredstava od turističkih zajednica za sudjelovanje u PR aktivnostima	436.000,00	250.000,00	250.000,00	57,34	100,00	1,75
4.1.	PR agencije - ART Redaktionsteam, Julia Berg Consulting	220.000,00	250.000,00	250.000,00	113,64	100,00	1,75
4.2.	Kvarner Magazin 2018.	216.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
5.	Udruživanje sredstava od turističkih zajednica i drugih gospodarskih subjekata za sajamske nastupe (CMT Stuttgart, FREE Munchen, ITB Berlin...)	560.000,00	500.000,00	600.000,00	107,14	120,00	4,19
6.	Ostali nespomenuti prihodi	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
7.	prihod od kamata	8.000,00	15.000,00	20.000,00	250,00	133,33	0,14
V.	PROCIJENJENI PRIJENOS SREDSTAVA IZ PRETHODNE GODINE	2.833.654,19	2.833.654,19	1.955.000,00	70,05	70,05	13,86
SVEUKUPNI PRIHODI (I.+II.+III.+IV.+V.)		17.873.654,19	18.075.181,59	14.292.000,00	80,13	79,24	100,00

Plan rashoda TZ Kvarnera za 2018. godinu

RB	RASHODI PO VRSTAMA	PLAN 2018.	udjel 2018.
I.	ADMINISTRATIVNI RASHODI	3.675.000,00	25,71
1.	TURISTIČKI URED - DJELOVANJE	3.198.000,00	22,38
1.1.	Rashodi za radnike	2.180.000,00	15,25
1.2.	Rashodi ureda	1.018.000,00	7,12
1.2.1.	ured; prostor, skladište i ostali troškovi zaposlenika	550.000,00	3,85
1.2.2.	osiguranje, naknade, ostali troškovi ureda	345.000,00	2,41
1.2.3.	održavanje opreme i leasing službenog automobila	123.000,00	0,86
2.	RASHODI ZA RAD TIJELA	332.000,00	2,32
2.1.	Turističko vijeće i Nadzorni odbor	310.000,00	2,17
2.1.1.	naknade	280.000,00	1,96
2.1.2.	ostali troškovi	30.000,00	0,21
2.2.	Troškovi održavanja Skupštine TZ Kvarnera	22.000,00	0,15
3.	INFO PUNKT KVARNER INFO - VRATA JADRANA	145.000,00	1,01
3.1.	plaće	65.000,00	0,45
3.2.	telefon, osiguranje, ostali manji troškovi	30.000,00	0,21
3.3.	čišćenje, plin, struja, smeće...	30.000,00	0,21
3.4.	obnavljanje interijera	20.000,00	0,14
II.	DIZAJN VRIJEDNOSTI	1.498.000,00	10,48
1.	POTPORE MANIFESTACIJAMA I PROJEKTIMA	350.000,00	2,45
1.1.	sufinanciranje projekata na turistički manje razvijenim područjima u 2018. g.	150.000,00	1,05
1.2.	sufinanciranje novih projekata u 2018. godini	150.000,00	1,05
1.3.	ostala manja sufinanciranja	50.000,00	0,35
2.	DMO - ORGANIZACIJA UPRAVLJANJA DESTINACIJOM	1.053.000,00	7,37
2.1.	Kvarner Family	130.000,00	0,91
2.2.	Kvarner Gourmet & Kvarner Food	155.000,00	1,08
2.3.	Kvarner Outdoor	545.000,00	3,81

RB	RASHODI PO VRSTAMA	PLAN 2018.	udjel 2018.
2.3.1.	daljnji razvoj projekta	45.000,00	0,31
2.3.2.	World cup utrka Downhill 2018.	100.000,00	0,70
2.3.3.	Tour of Croatia - biciklistička utrka	250.000,00	1,75
2.3.4.	"4 islands" - rekreativna MTB utrka	40.000,00	0,28
2.3.5.	Gorski kotar Bike Tour 2018.	30.000,00	0,21
2.3.6.	tenis turniri	40.000,00	0,28
2.3.7.	trail running utrke	40.000,00	0,28
2.4.	Kvarner Health & Wellbeing	133.000,00	0,93
2.4.1.	članarina Klasteru zdravstvenog turizma	18.000,00	0,13
2.4.2.	forum zdravstvenog turizma u Crikvenici	5.000,00	0,03
2.4.3.	Berlin ITB - sajam zdravstvenog turizma	90.000,00	0,63
2.4.4.	analiza stanja i trendova u zdravstvenom turizmu	10.000,00	0,07
2.4.5.	ostali manji troškovi	10.000,00	0,07
2.5.	Kvarner Culture	90.000,00	0,63
2.5.1.	suradnja i promocija Rijeka EPK 2020, suradnja s ostalim institucijama u domeni kulturnog turizma	90.000,00	0,63
3.	KVARNER CRUISING	95.000,00	0,66
3.1.	welcome servis	35.000,00	0,24
3.2.	Medcruise konferencije i nastup na sajmu kruzing industrije „Seatrade Cruise Global“	60.000,00	0,42
III.	KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI	4.938.000,00	34,55
1.	ONLINE KOMUNIKACIJE	1.296.000,00	9,07
1.1.	Internet oglašavanje	886.000,00	6,20
1.1.1.	Facebook Visit Kvarner	36.000,00	0,25
1.1.2.	media plan TZ Kvarnera	850.000,00	5,95
1.2.	SEO i SEM strategija	10.000,00	0,07
1.3.	www.kvarner.hr - redesign web portala	400.000,00	2,80

RB	RASHODI PO VRSTAMA	PLAN 2018.	udjel 2018.
1.3.1.	CMS = sustav za upravljanje sadržajem	80.000,00	0,56
1.3.2.	izrada web stranice, dodatnih jezičnih verzija i mini jezičnih verzija	120.000,00	0,84
1.3.3.	izrada dodatnih modula i sadržaja (animacije, banneri, foto i video galerija, interaktivni obrasci i dr.)	120.000,00	0,84
1.3.4.	ostali troškovi izrade (pripremni radovi, testovi, lektoriranje, prijevodi, obuka korisnika...)	80.000,00	0,56
2.	OFFLINE KOMUNIKACIJE	3.642.000,00	25,48
2.1.	Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora	1.315.000,00	9,20
2.1.1.	potpora gospodarskim subjektima / nositeljima smještajne ponude na Kvarneru	250.000,00	1,75
2.1.2.	potpora posebnim programima destinacije s avio prijevoznicima	800.000,00	5,60
2.1.3.	posebni programi destinacije	265.000,00	1,85
2.2.	Opće oglašavanje u tisku	110.000,00	0,77
2.3.	Odnosi s javnošću i newsletter (u suradnji s PR agencijama)	700.000,00	4,90
2.3.1.	Velika Britanija i Irska - JB consulting	110.000,00	0,77
2.3.2.	Njemačko govorno područje - ART Redaktions team	350.000,00	2,45
2.3.3.	Slovenija	140.000,00	0,98
2.3.4.	Hrvatska	100.000,00	0,70
2.4.	Brošure i ostali promotivni materijali	1.335.000,00	9,34
2.4.1.	info brošura - Otkrij Kvarner (kalendar događanja)	210.000,00	1,47
2.4.2.	Kvarner Magazin 2019.	380.000,00	2,66
2.4.3.	tisak i dotisak info i promo materijala	455.000,00	3,18
2.4.3.1.	grafička priprema brošura	90.000,00	0,63
2.4.3.2.	dotisak brošura	305.000,00	2,13
2.4.3.2.1.	Kvarner hotels	50.000,00	0,35
2.4.3.2.2.	Katalog atrakcija Gorskog kotara	60.000,00	0,42
2.4.3.2.3.	Kamping Kvarner	15.000,00	0,10
2.4.3.2.4.	Kvarner Diving	20.000,00	0,14

RB	RASHODI PO VRSTAMA	PLAN 2018.	udjel 2018.
2.4.3.2.5.	Kvarner Family	25.000,00	0,17
2.4.3.2.6.	Kvarner Gourmet & Kvarner Food	20.000,00	0,14
2.4.3.2.7.	Kvarner Outdoor	30.000,00	0,21
2.4.3.2.8.	Image brošura	30.000,00	0,21
2.4.3.2.9.	Kvarner Culture	25.000,00	0,17
2.4.3.2.10.	ostali eventualni troškovi	30.000,00	0,21
2.4.3.3.	distribucija materijala	60.000,00	0,42
2.4.4.	suveniri i ostali promo materijali	190.000,00	1,33
2.4.5.	promotivni film(ovi) Kvarnera	100.000,00	0,70
2.5.	Info punkt na ZL Rijeka	182.000,00	1,27
IV.	DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI	2.665.000,00	18,65
1.	NASTUPI NA TURISTIČKIM SAJMOVIMA	1.574.000,00	11,01
1.1.	Sajamski nastupi TZ Kvarnera	1.352.000,00	9,46
1.1.1.	Stuttgart CMT	375.000,00	2,62
1.1.1.1.	Stuttgart CMT	215.000,00	1,50
1.1.1.2.	Stuttgart Outdoor	30.000,00	0,21
1.1.1.3.	Stuttgart krstarenja	130.000,00	0,91
1.1.4.	New York	55.000,00	0,38
1.1.6.	Hamburg Reisen	30.000,00	0,21
1.1.7.	Essen Reise&Camping	30.000,00	0,21
1.1.8.	Munchen f.r.e.e.	200.000,00	1,40
1.1.9.	London Triathlon Show	35.000,00	0,24
1.1.10.	Nuernberg Freizeit	35.000,00	0,24
1.1.11.	Utrecht Fiets&Wandelbeurs	27.000,00	0,19
1.1.12.	Berlin ITB	252.000,00	1,76
1.1.14.	Koln RDA	180.000,00	1,26
1.1.15.	Dusseldorf Caravaning	30.000,00	0,21

RB	RASHODI PO VRSTAMA	PLAN 2018.	udjel 2018.
1.1.16.	Mechelen, Vlaanderen Wandelt	35.000,00	0,24
1.1.18.	Rimini TTG	38.000,00	0,27
1.1.19.	ostali troškovi	30.000,00	0,21
1.2.	Sajamski nastupi, strukovne konferencije i burze u organizaciji ostalih subjekata	222.000,00	1,55
1.2.1.	Routes Europe - sudjelovanje sa ZL Rijeka na workshopu s avioprijevoznicima	32.000,00	0,22
1.2.2.	Skal - izrada i podnošenje kandidature za domaćinstvo Svjetskog kongresa 2020. godine; 50% troška; ostalih 50% snosi HTZ	190.000,00	1,33
1.2.2.1.	prezentacija domaćinstva u Keniji	160.000,00	1,12
1.2.2.2.	pokloni i prezentacijski materijal	30.000,00	0,21
2.	STUDIJSKA PUTOVANJA NOVINARA	220.000,00	1,54
3.	STUDIJSKA PUTOVANJA AGENATA I BUY CROATIA RADIONICE	40.000,00	0,28
4.	PREZENTACIJE	831.000,00	5,81
4.1.	U organizaciji TZ Kvarnera a u suradnji s Predstavništvom HTZ-a u inozemstvu	751.000,00	5,25
4.1.1.	Njemačka	60.000,00	0,42
4.1.1.1.	u suradnji s touroperatorom, tri grada	10.000,00	0,07
4.1.1.2.	Munchen u sklopu nastupa na sajmu	5.000,00	0,03
4.1.1.3.	Berlin / Koln press konferencija i prezentacija	45.000,00	0,31
4.1.2.	Slovenija	61.000,00	0,43
4.1.2.1.	Ljubljana, prezentacija Kvarner Family iznajmljivača	6.000,00	0,04
4.1.2.2.	Novo Mesto, prezentacija	30.000,00	0,21
4.1.2.3.	Kranjska Gora, Kvarner Outdoor	10.000,00	0,07
4.1.2.4.	Ljubljana, prezentacija Kvarner Gourmet restorana	15.000,00	0,10
4.1.3.	Italija	80.000,00	0,56
4.1.3.1.	Eataly, prezentacija Kvarner Gourmet restorana	40.000,00	0,28
4.1.3.2.	Milano ili neki drugi grad, press konferencija i prezentacija	40.000,00	0,28
4.1.4.	Austrija	55.000,00	0,38

RB	RASHODI PO VRSTAMA	PLAN 2018.	udjel 2018.
4.1.4.1.	Beč, prezentacija Kvarner Gourmet restorana	40.000,00	0,28
4.1.4.2.	po prijedlogu Predstavništva HTZ-a u suradnji s TO	15.000,00	0,10
4.1.5.	Velika Britanija	150.000,00	1,05
4.1.6.	Švicarska	60.000,00	0,42
4.1.7.	Nizozemska i Belgija	35.000,00	0,24
4.1.7.	Skandinavija i Baltik	60.000,00	0,42
4.1.8.	ostala europska tržišta, po prijedlogu Predstavništva HTZ-a (Poljska, Slovačka, Mađarska, Češka)	50.000,00	0,35
4.1.9.	Rusija	15.000,00	0,10
4.10.	Srbija	35.000,00	0,24
4.11.	daleka tržišta	90.000,00	0,63
4.2.	ostale prezentacije	70.000,00	0,49
4.3.	poslovne radionice u inozemstvu	10.000,00	0,07
V.	INTERNI MARKETING	190.000,00	1,33
1.	EDUKACIJA ZA TURISTIČKU INDUSTRIJU	10.000,00	0,07
2.	AKTIVNOSTI KOORDINACIJE, DJELOVANJA, NADZOR IZVRŠAVANJA CILJEVA I ZADAČA TURISTIČKIH ZAJEDNICA S PODRUČJA KVARNERA	110.000,00	0,77
3.	POTICANJE I OCJENJIVANJE IZVRSNOSTI DESTINACIJA	70.000,00	0,49
VI.	MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA	1.086.000,00	7,60
1.	ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA	60.000,00	0,42
2.	ANKETIRANJE AVIO GOSTIJU NA ZL RIJEKA	65.000,00	0,45
3.	SURADNJA S MEĐUNARODNIM INSTITUCIJAMA I EU FONDovima	856.000,00	5,99
3.1.	Suradnja s međunarodnim institucijama i EU fondovima (članarine Medcruise, UNWTO, ostali troškovi)	40.000,00	0,28
3.2.	Projekti TZ Kvarnera s EU fondovima	816.000,00	5,71
3.2.1.	Mala barka 2	516.000,00	3,61
3.2.1.1.	Postavljanje markacija	78.000,00	0,55
3.2.1.2.	Marketing plan projekta	25.000,00	0,17

RB	RASHODI PO VRSTAMA	PLAN 2018.	udjel 2018.
3.2.1.3.	tisak promotivnog materijala	100.000,00	0,70
3.2.1.4.	online promotivni materijal projekta	100.000,00	0,70
3.2.1.5.	mobilna aplikacija	35.000,00	0,24
3.2.1.6.	tematska brošura i flyer	100.000,00	0,70
3.2.1.7.	studijska putovanja novinara i agenata	78.000,00	0,55
3.2.2.	Putevima Frankopana	300.000,00	2,10
3.2.2.1.	usluge konzultanta	80.000,00	0,56
3.2.2.2.	obilježavanje 900 godina Frankopana	80.000,00	0,56
3.2.2.3.	PR aktivnosti medijskog zastupanja	20.000,00	0,14
3.2.2.4.	sudjelovanje na poslovnim radionicama kulturnog turizma	50.000,00	0,35
3.2.2.5.	prihvat novinara i održavanje prezentacija	70.000,00	0,49
4.	PRODUKCIJA MULTIMEDIJALNIH MATERIJALA	100.000,00	0,70
5.	E-VISITOR	5.000,00	0,03
VII.	POSEBNI PROGRAMI	220.000,00	1,54
1.	POTICANJE I POMAGANJE PODRUČJIMA KOJA NISU TURISTIČKI RAZVIJENA	220.000,00	1,54
VIII.	RAZNO	20.000,00	0,14
1.	MONITORING SPRT KVARNERA 2016. - 2020.	20.000,00	0,14
SVEUKUPNO RASHODI (I.+II.+III.+IV.+V.+VI.+VII.+VIII.)		14.292.000,00	100,00

Izvor: TU TZ Kvarnera

FINANCIJSKI PLAN TURISTIČKE ZAJEDNICE KVARNERA ZA 2018. GODINU

izrađen prema Pravilniku o sustavu financijskog upravljanja i kontrola te izradi i izvršavanju financijskih planova neprofitnih organizacija

Sukladno donesenom Pravilniku o sustavu financijskog upravljanja i kontroli te izradi i izvršavanju financijskih planova neprofitnih organizacija, NN 119/15, Turistička zajednica Kvarnera izradila je Financijski plan za 2018. godinu. Financijski plan donosi najviše tijelo neprofitne organizacije, odnosno tijelo koje je temeljem statuta neprofitne organizacije za to ovlašteno, najkasnije do 31. prosinca tekuće godine za sljedeću godinu sukladno članku 5. Zakona o financijskom poslovanju i računovodstvu neprofitnih organizacija (NN 121/14). Sukladno uputi, uz obavezan Programa rada s Financijskim planom koji se izrađuje temeljem Zakona o turističkim zajednicama promicanju hrvatskog turizma (NN 152/08) i propisanoj metodologiji HTZ-a, TZ Kvarnera izradila je i Financijski plan prema navedenom Pravilniku.

račun iz računovodstvenog plana	PRIHODI	iznos
32	PRIHOD OD ČLANARINA	2.000.000,00
33	PRIHODI PO POSEBNIM PROPISIMA	8.100.000,00
34	PRIHODI OD IMOVINE	20.000,00
36	OSTALI PRIHODI	2.217.000,00
	PLANIRANI PRIJENOS VIŠKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE	1.955.000,00
	SVEUKUPNO PRIHODI	14.292.000,00
račun iz računovodstvenog plana	RASHODI	iznos
41	RASHODI ZA RADNIKE	2.180.000,00
42	MATERIJALNI RASHODI	11.062.000,00
44	FINANCIJSKI RASHODI	50.000,00
46	OSTALI RASHODI	1.000.000,00
	SVEUKUPNO RASHODI	14.292.000,00

Obrazloženje prihoda detaljno je navedeno na str. 48-oj ovog materijala (Financijski plan TZ Kvarnera za 2018. godinu).

Obrazloženje rashoda:

račun iz računov	SVEUKUPNO RASHODI	14.292.000,00
41	RASHODI ZA RADNIKE - osobni bruto dohodak za djelatnike ureda na godišnjoj razini (osnovni bruto dohodak sa pripadajućim porezima i doprinosima)	2.180.000,00
42	MATERIJALNI RASHODI sastoje se od:	11.062.000,00
	administrativni rashodi ureda; poslovni prostor, održavanje opreme, održavanje i troškovi službenog automobila, rashodi za rad tijela TZ Kvarnera, troškovi info punkta "Kvarner Info"	1.445.000,00
	rashodi za potpore projektima, razvijanje brandova Kvarnera sa pripadajućim troškovima- Kvarner Family, Kvarner Gourmet & Kvarner Food, Kvarner Outdoor, Kvarner Health&Wellbeing, Kvarner Culture, Kvarner Cruising (welcome servis cruiserima)	1.498.000,00
	rashodi za oglašavanje - online, offline, potpore avio prijevoznicima, redesign web portala, podrška nositeljima smještajne ponude I posebnim programima destinacije, odnosi s javnošću sa stranim PR agencijama, dotisak i distribucija info promo materijala	4.438.000,00
	rashodi za nastupe na sajmovima, prezentacije i organizaciju, te prihvati studijskih putovanja novinara i agenata	2.155.000,00
	rashodi za edukaciju, za aktivnosti koordinacije i nadzora sustava turističkih zajednica, te poticanje i ocjenjivanje izvrsnosti destinacija	190.000,00
	rashodi proizašli iz suradnje sa međunarodnim fondovima i na EU projektima	1.086.000,00
	rashodi za poticanje i pomaganje onih projekata i turističkih zajednica koje su na manje razvijenim područjima	250.000,00
44	FINANCIJSKI RASHODI odnosi se na bankarske naknade i ostale usluge	50.000,00
46	OSTALI RASHODI odnosi se na troškove PDV-a za izvršene usluge u inozemstvu	1.000.000,00
	SVEUKUPNO RASHODI	14.292.000,00

Predsjednik:

Zlatko Komadina