



KVARNER
Raznolikost je lijepa

IZVJEŠTAJ O RADU

**TURISTIČKE ZAJEDNICE KVARNERA ZA
RAZDOBLJE SIJEČANJ-LISTOPAD 2018.**

SADRŽAJ

UVOD.....	1
1. TURISTIČKA 2018. GODINA	1
2. STATISTIKA	4
2.1. Turistički promet u razdoblju siječanj – listopad 2018. godine.....	4
2.2. Kapaciteti za smještaj turista na Kvarneru – stanje na dan 31.VIII.2018.....	15
I. ADMINISTRATIVNI TROŠKOVI	17
I.1. TURISTIČKI URED TZ KVARNERA.....	17
I.2. TIJELA TZ KVARNERA.....	18
I.3. SKLADIŠTENJE	19
I.4. OPREMA I ODRŽAVANJE TZ KVARNERA	19
I.5. KVARNER INFO – VRATA JADRANA.....	19
II. DIZAJN VRIJEDNOSTI	20
II.1. POTPORE MANIFESTACIJAMA I PROJEKTIMA	20
II.2. ORGANIZACIJA I UPRAVLJANJE DESTINACIJOM.....	21
II.2.1. Razvoj marketing brendova.....	21
II.2.1.1. Kvarner Family	21
II.2.1.2. Kvarner Gourmet i Kvarner Food	27
II.2.1.3. Kvarner Health and Wellbeing	29
II.2.1.4. Kvarner Culture	32
II.2.1.5. Kvarner Outdoor	34
II.2.2. Cruising.....	35
II.2.3. Suradnja s Ministarstvom turizma i GU HTZ-a	35
III. KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI	36
III.1. ONLINE KOMUNIKACIJE	36
III.1.1. Internet oglašavanje	36
III.1.2. SEO i SEM strategija	37
III.1.3. Upravljanje Internet stranicom	37
III.2. OFFLINE KOMUNIKACIJE	40
III.2.1. Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora	40
III.2.2. Opće oglašavanje	43
III.2.3. Odnosi s javnošću i newsletter	43
III.2.3.1. Suradnja s A.R.T. RedaktionsTeam – njemačko govorno područje	43
III.2.3.2. Suradnja s Julia Berg Consulting Ltd. – englesko govorno područje	46
III.2.4. Brošure i info materijali	52
III.2.4.1. Kvarner Magazin	52
III.2.4.2. Hotelska brošura „Kvarner Hotels & Boutique Hotels, Villas, Apartments, Pansions, Hostels“	52
III.2.4.3. Kalendar događanja „Otkrij Kvarner – Iz dana u dan“	52
III.2.4.4. Dotisak i tisak info i promo materijala.....	52

III.2.4.5. Suveniri i ostali promo materijal	53
III.2.5. Mreža županijskih info punktova „Kvarner Info“	53
IV. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI	55
IV.1. NASTUPI NA TURISTIČKIM SAJMOVIMA	55
IV.2. STUDIJSKA PUTOVANJA NOVINARA I AGENATA	62
IV.3. „BUY CROATIA“ RADIONICE	64
IV.3.1. Tematska poslovna radionica Buy Croatia zdravstveni turizam na Kvarneru, 20.4.2018., Crikvenica	64
IV.4. PREZENTACIJE	65
IV.4.1. Presentacije i press konferencije u organizaciji TZ Kvarnera i u suradnji s predstavništvima HTZ-a u inozemstvu i/ili Veleposlanstvima RH te drugim subjektima .	65
IV.4.2. Poslovne radionice u organizaciji predstavništava HTZ-a u inozemstvu	71
V. INTERNI MARKETING	72
V.1. EDUKACIJA	72
V.1.1. Edukacija o marketingu za HTZ, lokalne TZ i turističku industriju	72
V.1.2. Edukacija	72
V.2. AKTIVNOSTI KOORDINACIJE DJELOVANJA I NADZORA IZVRŠAVANJA CILJEVA I ZADAĆA TURISTIČKIH ZAJEDNICA OPĆINA I GRADOVA S PODRUČJA KVARNERA	72
V.2.1. Koordinacija s turističkim zajednicama s područja Kvarnera.....	72
V.2.2. Koordinacija turističkih zajednica Gorskog kotara	72
V.3. POTICANJE I OCJENJIVANJE IZVRSNOSTI DESTINACIJE	75
V.3.1. Djelatnik godine.....	75
V.3.2. DANI HRVATSKOG TURIZMA 2018 I GODIŠNJE HRVATSKE TURISTIČKE NAGRADE 2018	76
VI. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA	79
VI.1. ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA	79
VI.1.1. TOMAS Zdravstveni turizam 2018 i Istraživanje stavova lokalnog stanovništva prema razvoju turizma u Hrvatskoj u 2018. godini.....	79
VI.1.2. Anketa na zračnoj luci „Rijeka“	80
VI.2. SURADNJA S MEĐUNARODNIM INSTITUCIJAMA I EU FONDOVI.....	83
VI.2.1. MALA BARKA 2 - Očuvanje pomorske baštine Sjevernog Jadrana	83
VI.2.2. KULTURNO-TURISTIČKA RUTA PUTEVIMA FRANKOPANA	91
VI.2.3. CLAUSTRA PLUS	93
VI.2.4. ARTVISION +	96
VI.2.5. ARCA ADRIATICA	97
VI.2.6. Ostali EU projekti	98
VI.3. PRODUKCIJA MULTIMEDIJSKIH MATERIJALA	98
VII. POSEBNI PROGRAMI.....	99
VII.1. POTICANJE I POMAGANJE RAZVOJA TURIZMA NA PODRUČJIMA KOJA NISU TURISTIČKI RAZVIJENA	99
VIII. RAZNO	100



VIII.1. STRATEŠKI PLAN RAZVOJA TURIZMA KVARNERA SA STRATEŠKIM I OPERATIVNIM MARKETING PLANOM 2016. – 2020. GODINE	100
--	-----

UVOD

TZ Kvarnera je za 2018. godinu vrlo oprezno planirala ostvarenje fizičkog prometa i to za 5 % više od realizacije 2016. godine, odnosno, ostvarenje od 2,6 milijuna dolazaka i 14,5 milijuna noćenja.

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

1. TURISTIČKA 2018. GODINA

U 2018. godini nastavlja se niz odličnih turističkih rezultata na Kvarneru u godini koja je opet bolja od prethodne.

U prvih deset mjeseci 2018. godine ostvareno je gotovo 3 milijuna dolazaka i 18,66 milijuna noćenja, što predstavlja **porast od 4% u dolascima i 2% u noćenjima** u odnosu na isto razdoblje 2017. godine. U odnosu na isto razdoblje 2016. godine **porast u dolascima iznosi 13%, a u noćenjima 12%.**

U odnosu na cijelu 2010. godinu porast u noćenjima je čak 47% što u brojkama iznosi 5,9 milijuna noćenja više.

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

SAŽETAK AKTIVNOSTI

Djelovanje TZ Kvarnera, uz brojne druge, obilježile su sljedeće intenzivne aktivnosti

Na sjednicama Turističkog vijeća TZ Kvarnera kojih je održano 6, uz rasprave i usvajanja raznih materijala i dokumenata, raspravljalo se i o aktualnim temama, kao što su sufinanciranje i udruživanje sredstava za avio oglašavanje, Javni poziv za udruženo oglašavanje, promotivne aktivnosti tijekom godine, praćenje tijeka sezone i financijskog poslovanja, plan promocije, razvijanje marketing brendova i dr.

AKTIVNOSTI UPRAVLJANJA DESTINACIJOM:

U razdoblju siječanj-listopad (s anticipacijom za prosinac) 2018. godine održane su:

- ✓ 3 sjednice Skupštine (28.ožujka, 11. rujna, predstoji sjednica 12. prosinca 2018.)
 - ✓ 6 sjednica Turističkog vijeća (28. veljače, 27. lipnja, 28. kolovoza, 10. listopada, 30. listopada, te 27. studenoga 2018.)
 - ✓ 4 sjednice Nadzornog odbora (28. veljače, 20. srpnja, 10. listopada i 27. studenoga 2018.)
 - ✓ Koordinacije s direktorima turističkih zajednica s područja Kvarnera
 - ✓ brendiranje selektivnih oblika turizma:
 - Kvarner Family
 - Kvarner Gourmet i Kvarner Food
 - Kvarner Outdoor
 - Kvarner Health and Wellbeing
 - ✓ upravljanje destinacijom na primjeru turističkog proizvoda Gorskog kotara
 - ✓ suradnja sa stručnjacima iz vodećih proizvodnih turističkih segmenata
 - ✓ suradnja s ostalim subjektima
 - ✓ aktivnosti na podizanju sigurnosti stranih i domaćih gostiju na području Kvarnera i podizanje mjera samozaštite gospodarskih subjekata u turizmu - suradnja TZ Kvarnera i PU PG Rijeka
 - ✓ aktivnosti koordinacije djelovanja i nadzora izvršavanja ciljeva i zadaća turističkih zajednica mjesta, općina i gradova s područja Kvarnera
-
- ✓ monitoring „**Strateškog plana razvoja turizma Kvarnera sa Strateškim i operativnim marketing planom 2016. – 2020. godine**“
 - ✓ **intenzivno je odrađena promocija** i to ciljano na najbližim, 55 istodobno i najvažnijim emitivnim turističkim tržištima, u suradnji s predstavništvima HTZ-a u inozemstvu i drugim partnerima:
 - ✓ **nastupi na turističkim sajmovima**
Kvarner je prisutan s info i promo materijalima na četrdesetak sajmova na 20 inozemnih tržišta i na domaćem, od toga:
 - 25 sajmova – u sklopu štanda HTZ-a
 - 11 - samostalnih nastupa
 - Ostali sajmovi s partnerima
 - ✓ **više od 50 prezentacija**
 - ✓ **PR aktivnosti** na britanskom, slovenskom i tržištima njemačkog govornog područja
 - ✓ **oglašavanje** u suradnji s cca 30-ak domaćih tvrtki vrijedno 4 milijuna kuna. Kvarner je predstavljen u nizu publikacija, radio emisija, TV emisija, web portala, vodičima, godišnjacima i dr. i to za različite segmente turističke ponude – od općeg kataloga

touropatora, kamping vodiča, gastro vodiča, nautičkih magazina, „lifestyle“ magazina, dnevnih novina, wellness magazina i dr.

- ✓ poticanje **Kvarnera – avio destinacije** – intenzivne aktivnosti oko udruživanja sredstava i uspostave cjelogodišnje linije na ZL Rijeka; Köln – Rijeka i Munchen - Rijeka
- ✓ prihvaćeno gotovo **70 studijskih putovanja novinara i agenata** s više od **250** sudionika iz više od 20 zemalja
- ✓ **info aktivnosti:**
 - „Kvarner Info Vrata Jadrana“ i ostali turistički informativni centri na Kvarneru
 - info aktivnosti i dobrodošlica gostima
 - turistička signalizacija

OSTALE AKTIVNOSTI TZ KVARNERA

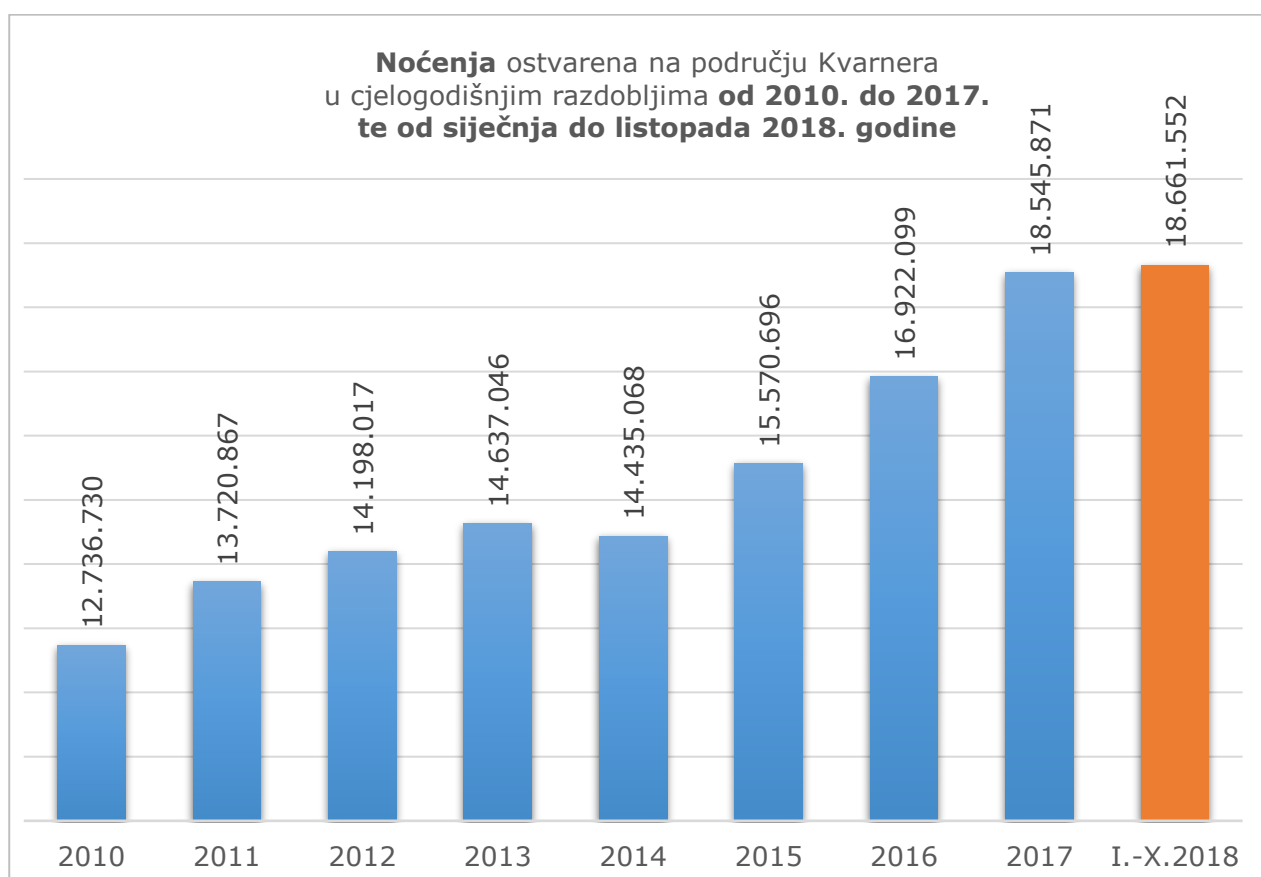
Tijekom desetomjesečnog razdoblja 2018. godine TZ Kvarnera je odradila i niz tekućih aktivnosti u sustavu turističkih zajednica:

- ✓ prikupljanje, obrada i izvješćivanje o ostvarenju fizičkog turističkog prometa na području PGŽ
- ✓ analiza i praćenje naplate boravišne pristojbe i turističke članarine i analiza i praćenje realizacije financijskog plana za 2018. godinu
- ✓ aktivnosti i poslovi prema nalogu Ministarstva turizma (prikupljanje i obrade anketa i podataka)
- ✓ aktivnosti i poslovi prema nalogu HTZ-a (prikupljanje i obrada anketa i podataka, priprema radionica, sudjelovanje u radnim skupinama i povjerenstvima,...)
- ✓ i drugo.

2. STATISTIKA

2.1. Turistički promet u razdoblju siječanj – listopad 2018. godine

U prvih deset mjeseci 2018. godine ostvareno je 2,96 milijuna dolazaka i 18,66 milijuna noćenja, što predstavlja **porast od 4% u dolascima i 2% u noćenjima** u odnosu na isto razdoblje 2017. godine. Ukupan prošlogodišnji broj noćenja ostvaren je do 6. listopada 2018. godine. Usporedba s turističkim rezultatima istog razdoblja 2 godine unatrag (siječanj-listopad 2018./2016.) pokazuje porast turističkog prometa od 13% u dolascima i 12% u noćenjima.



I.-X.2018
u odnosu na
CIJELU 2010

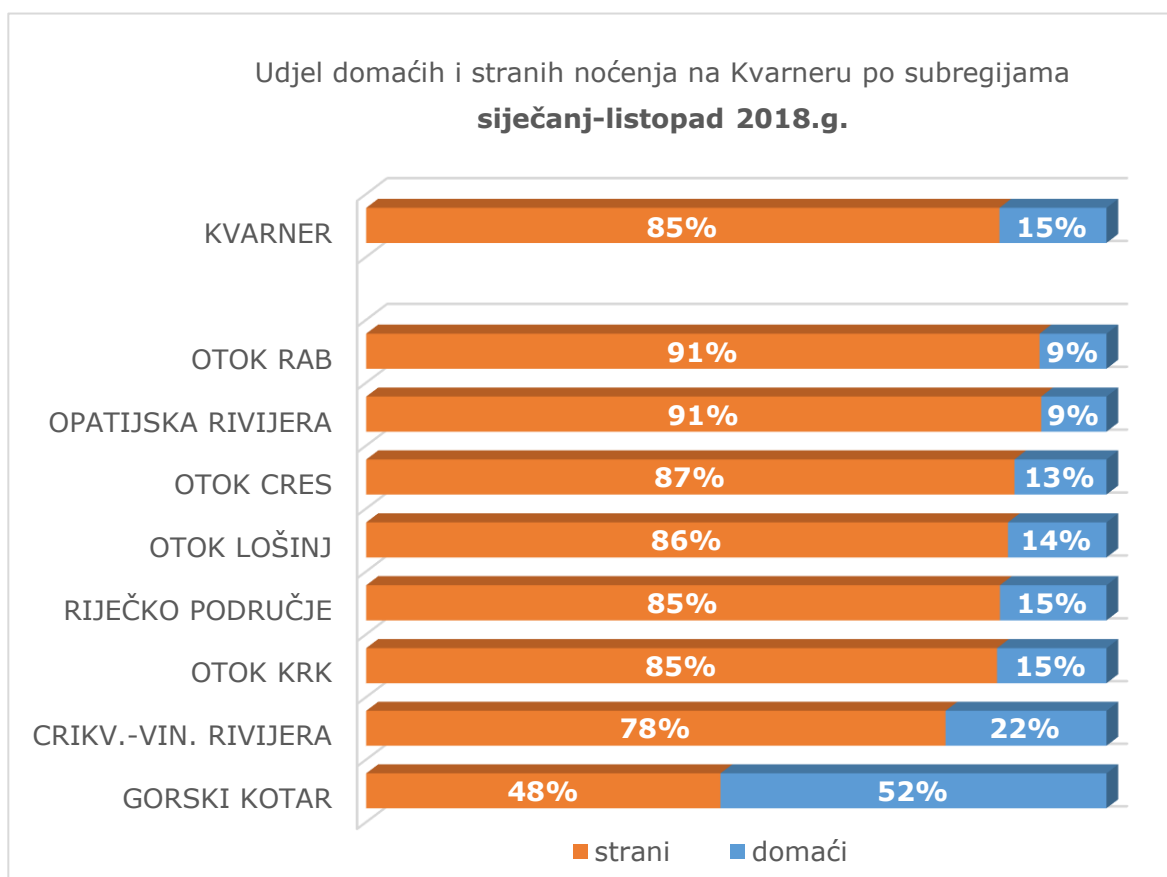
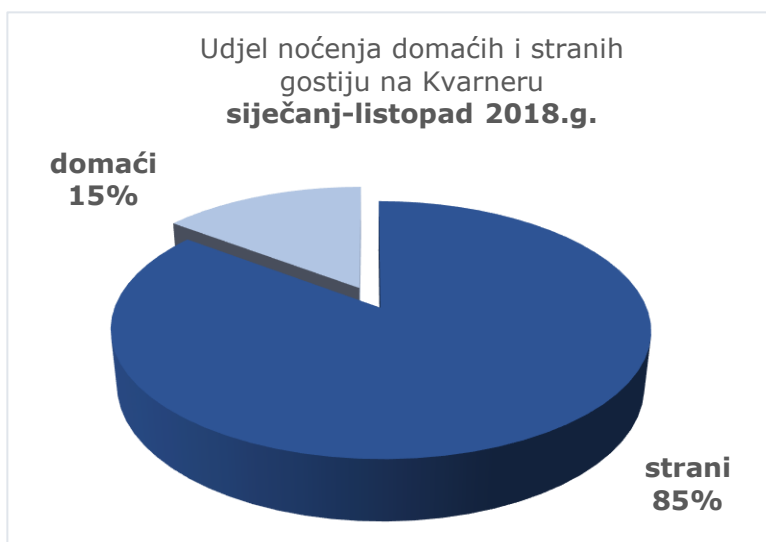
**5,9 milijuna
noćenja VIŠE**
**Porast:
+47%**

ukupna
noćenja iz
2017.
ostvarena do
6.10.2018.

Izvor: 2010-2015: TU TZ Kvarnera; od 2016.: eVisitor, stanje na dan 7.11.2018.

Domaći gosti su ostvarili 342.000 dolazaka i 2.744.000 noćenja, a **strani** 2.617.000 dolazaka i 15.917.000 noćenja. Izraženo u postocima, na domaće goste otpada 15%, a na strane 85% od ukupnog broja noćenja.

S obzirom na ukupan broj noćenja u pojedinoj subregiji, domaći gosti su najzastupljeniji u Gorskom kotaru, a najmanje su zastupljeni među gostima na otoku Rabu i Opatijskoj rivijeri.

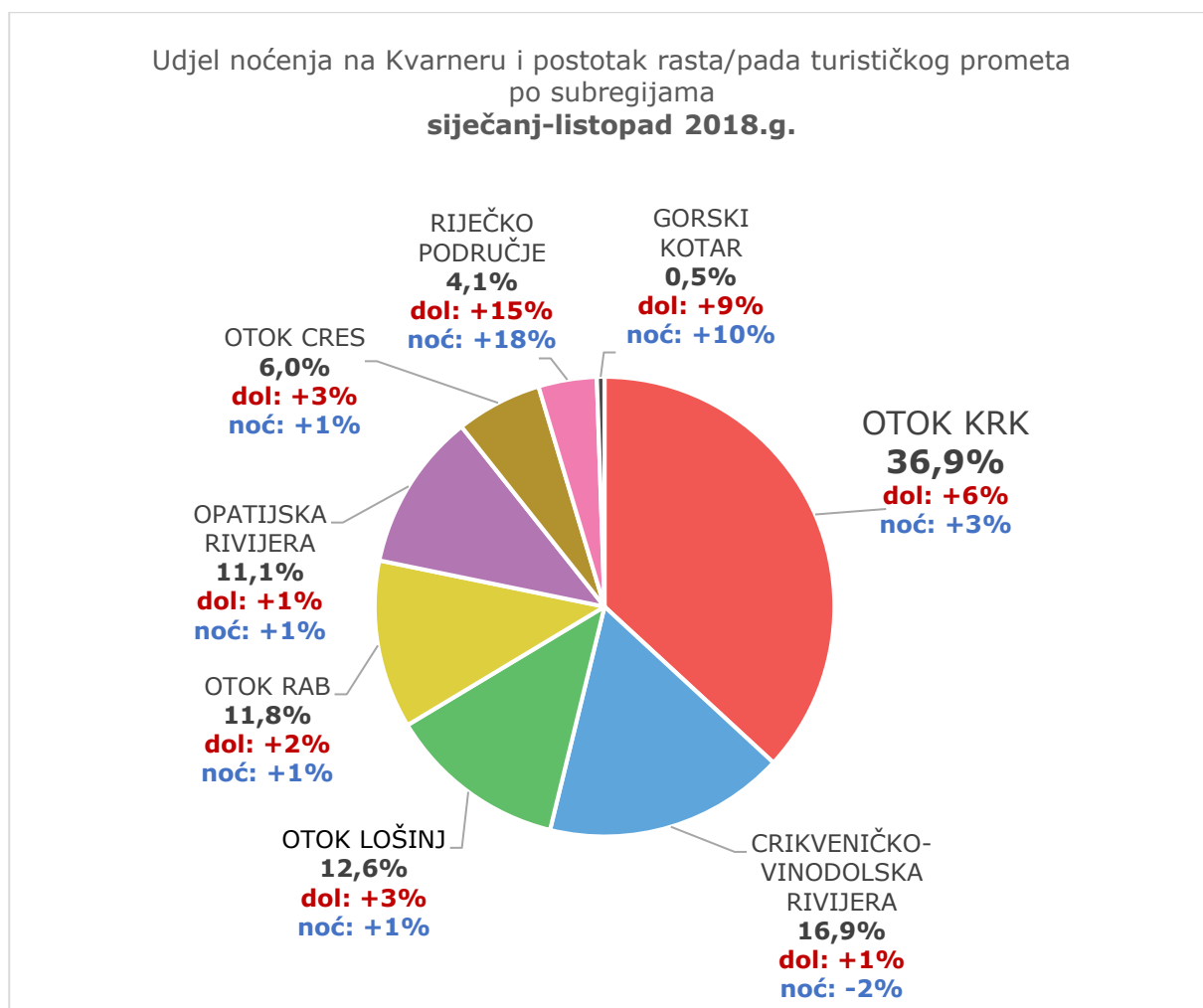


Izvor: eVisitor, stanje na dan 7.11.2018.

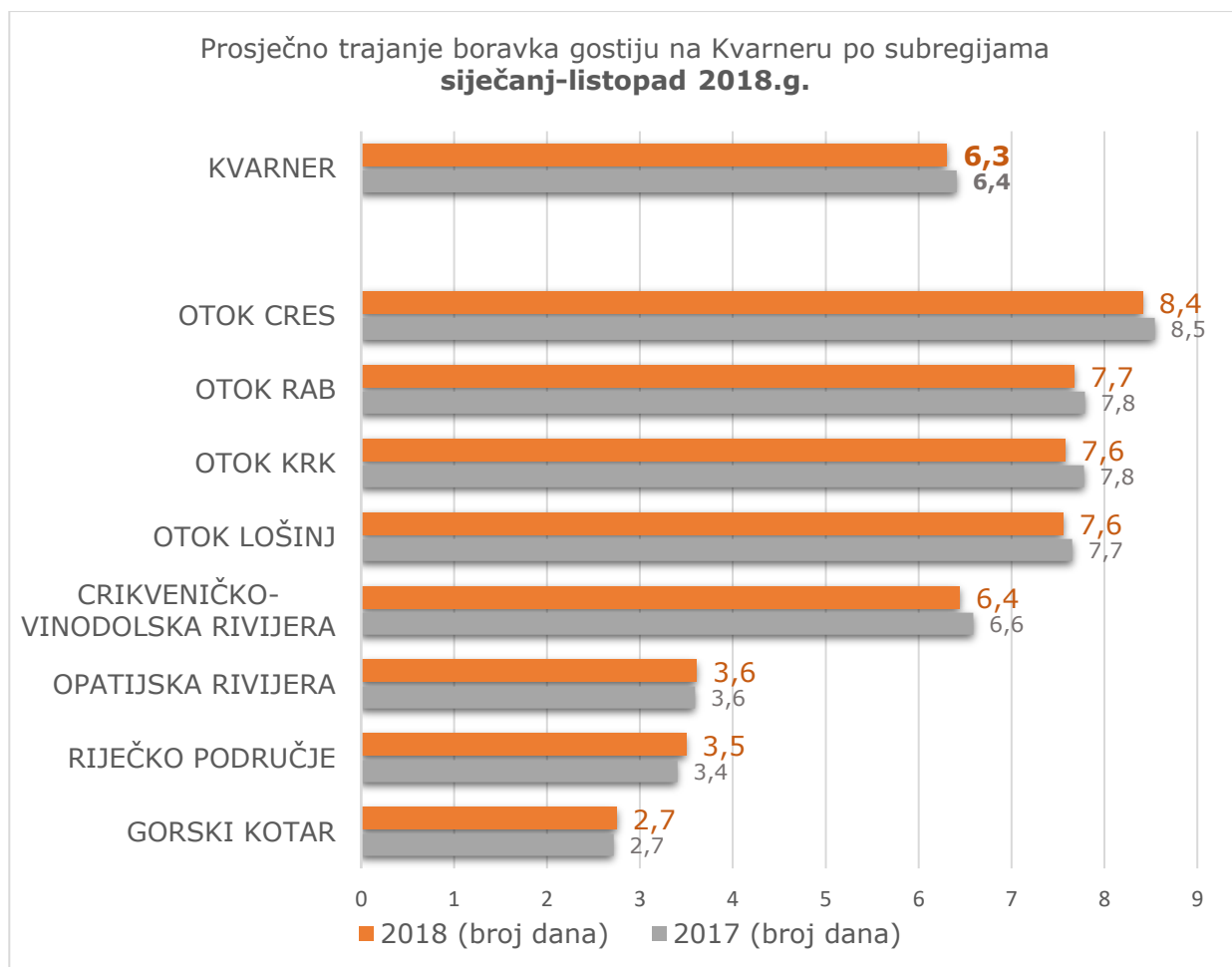
Po subregijama:

- otok Krk je ostvario najveći broj noćenja, 6,88 milijuna, što iznosi 36,9% ukupnog udjela u županijskim noćenjima Kvarnera
- Crikveničko-vinodolska rivijera: 3,16 milijuna noćenja; udjel 16,9%
- otok Lošinj: 2,35 milijuna noćenja; udjel 12,6%
- otok Rab: 2,21 milijun noćenja; udjel 11,8%
- Opatijska rivijera: 2,07 milijuna noćenja; udjel 11,1%
- otok Cres: 1,13 milijuna noćenja; udjel 6%
- Riječko područje: 765.000 noćenja; udjel 4,1%
- te Gorski kotar: 1000.000 noćenja s udjelom od 0,5% u županijskim noćenjima u razdoblju od siječnja do listopada 2018. godine

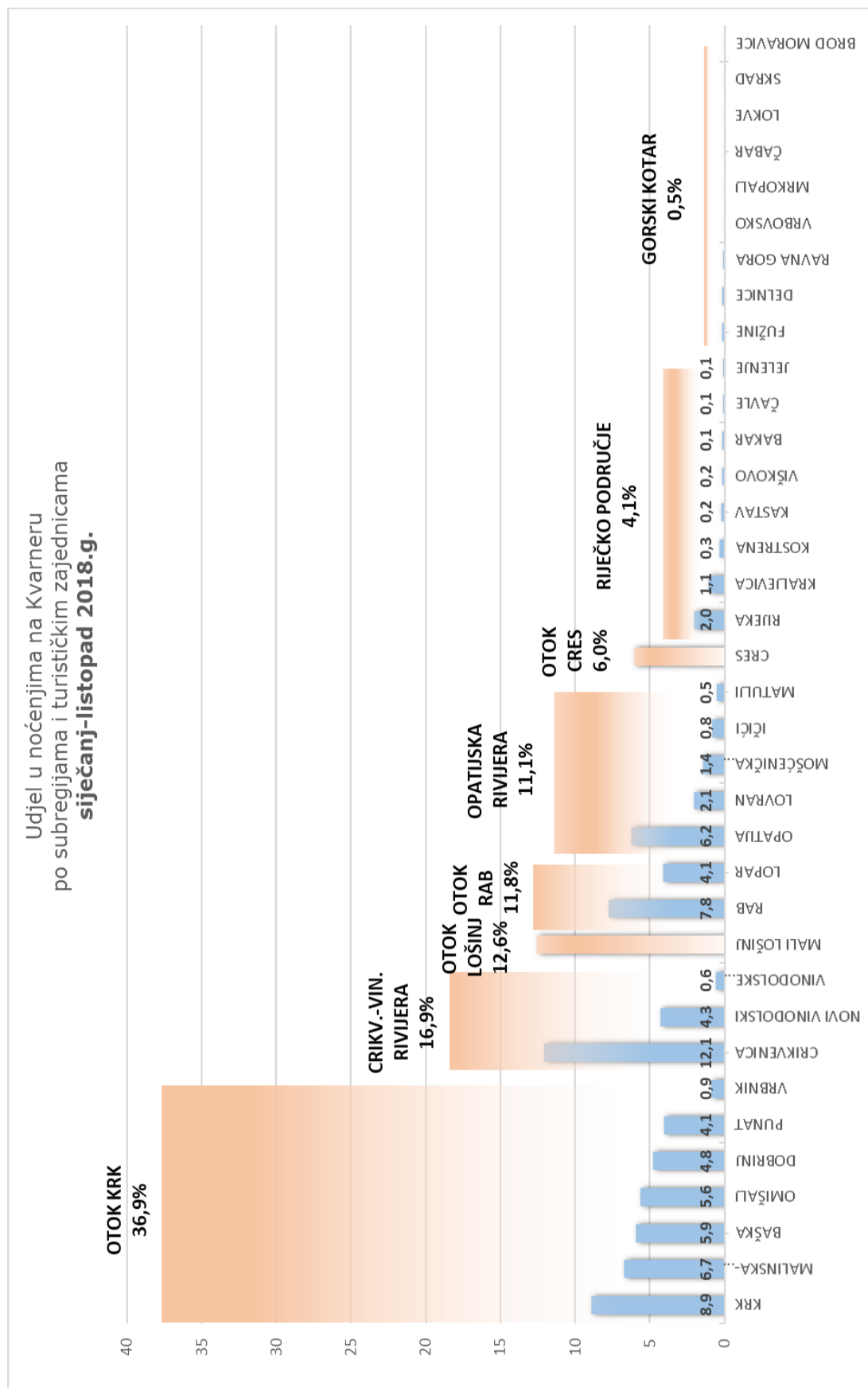
Turistički promet na Kvarneru u razdoblju siječanj-listopad 2018. g. po subregijama



SUBREGIJA	SIJEČANJ-LISTOPAD 2018.					
	DOLASCI			NOĆENJA		
	dolasci	UDJEL dolazaka	INDEKS dolazaka (Ix 18/17)	noćenja	UDJEL noćenja	INDEKS noćenja (Ix 18/17)
OTOK KRK	907.805	30,7%	106	6.880.182	36,9%	103
CRIKVENIČKO-VINODOLSKA	490.599	16,6%	101	3.161.782	16,9%	98
OTOK LOŠINJ	310.465	10,5%	103	2.345.673	12,6%	101
OTOK RAB	287.874	9,7%	102	2.210.013	11,8%	101
OPATIJSKA RIVIJERA	572.779	19,4%	101	2.069.280	11,1%	101
OTOK CRES	134.190	4,5%	103	1.128.940	6,0%	101
RIJEČKO PODRUČJE	218.791	7,4%	115	765.305	4,1%	118
GORSKI KOTAR	36.509	1,2%	109	100.347	0,5%	110
KVARNER	2.959.012	100%	104	18.661.522	100%	102



Izvor: eVisitor, stanje na dan 7.11.2018.



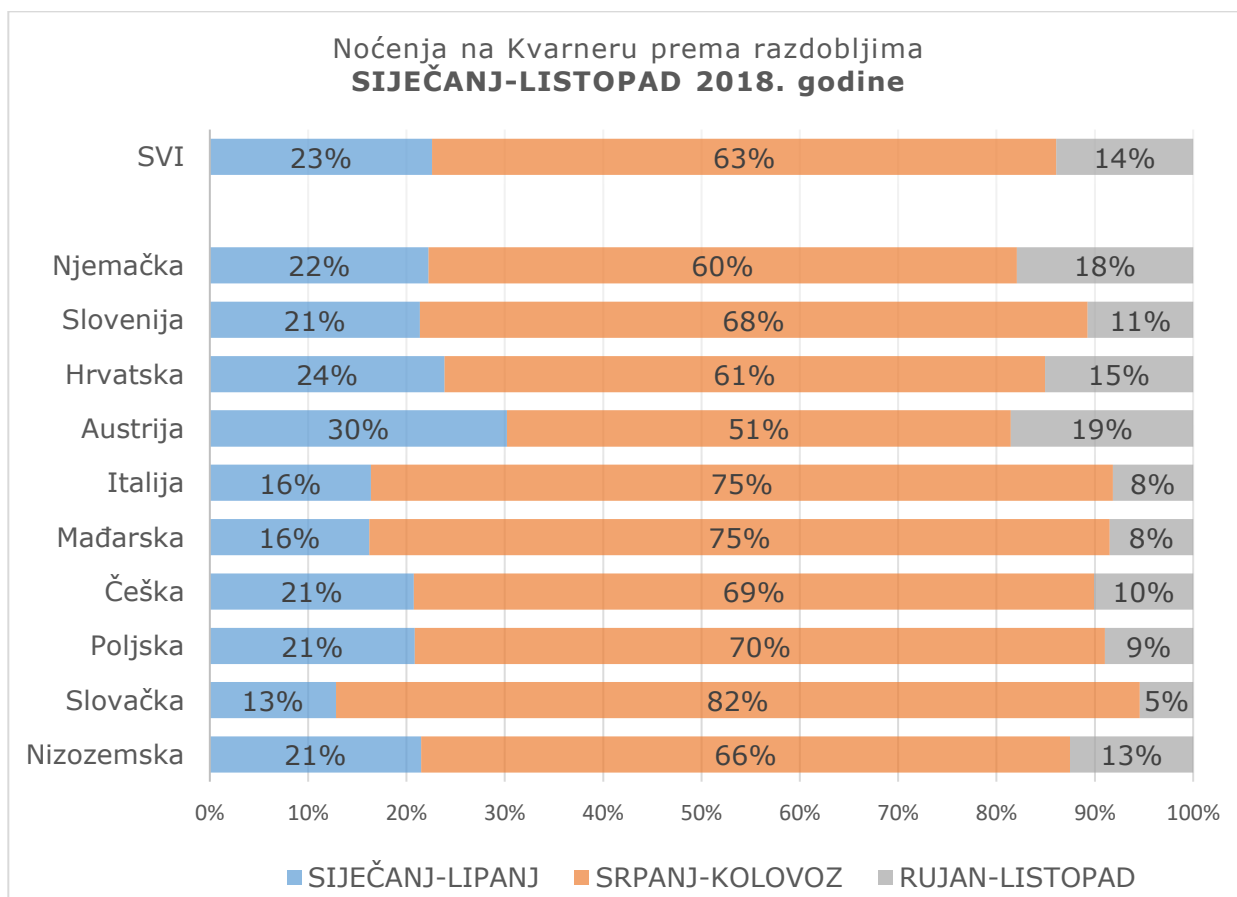
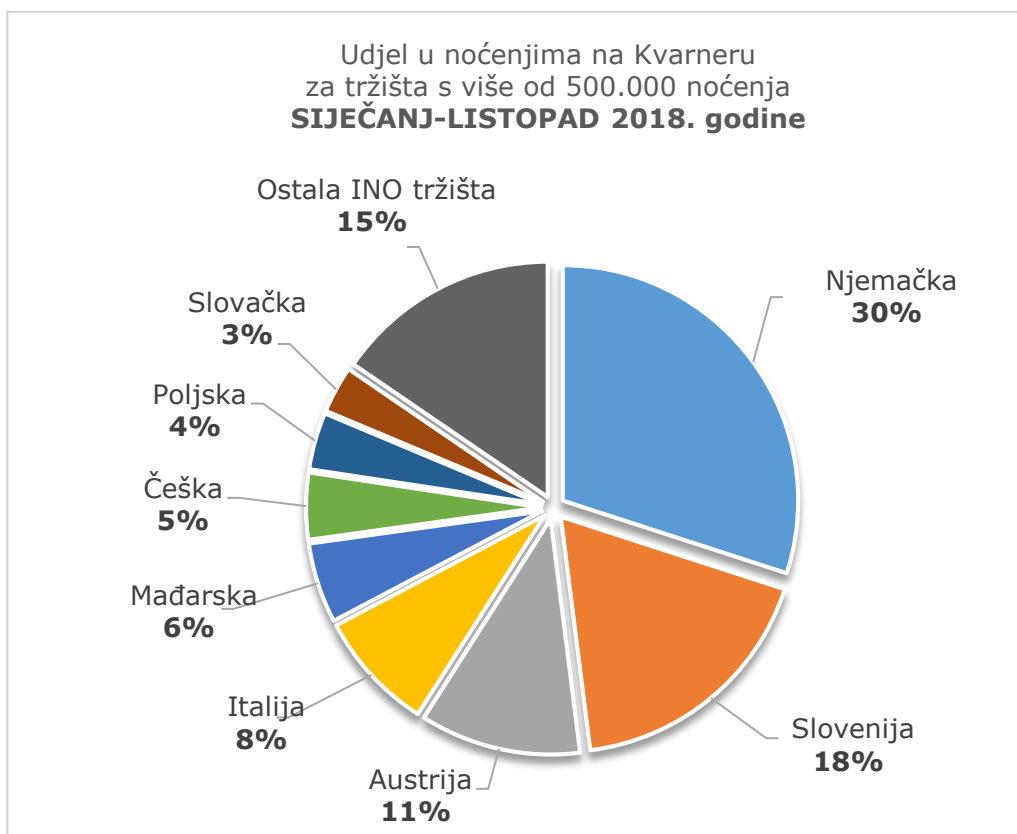
Po tržištima: Najveći broj inozemnih noćenja na Kvarneru u razdoblju siječanj-listopad 2018. godine ostvarili su gosti iz Njemačke 30% (3% više), Slovenije 18% (3% više), Austrije 11% (2% više), Italije 8% (1% manje) te Mađarske 6% (8% više) i Češke 5% (4% više).

Turistički promet na Kvarneru u razdoblju siječanj - listopad 2018. godine za prvih 12 emitivnih tržišta

siječanj - listopad 2018./2017./2016.							
	Indeks 2018./2017.		Indeks 2018./2016.		Turistički promet 2018.		
	dolasci	noćenja	dolasci	noćenja	dolasci	noćenja	udjel u noćenjima
1. Njemačka	+5%	+3%	+19%	+17%	631.000	4.774.000	30%
2. Slovenija	+3%	+3%	+1%	+9%	356.000	2.867.000	18%
3. Austrija	+3%	+2%	+11%	+9%	336.000	1.758.000	11%
4. Italija	+1%	-1%	+2%	+0%	262.000	1.312.000	8%
5. Mađarska	+9%	+8%	+25%	+22%	180.000	878.000	6%
6. Češka	+6%	+4%	+13%	+10%	112.000	730.000	5%
Ukupni udjel (INO gosti)							78%
Domaći gosti	+4%	-2%	+13%	+7%	342.000	2.744.000	15%

siječanj - listopad 2018./2017./2016.							
	Rast/Pad		Rast/Pad		Turistički promet 2018.		
	dolasci	noćenja	dolasci	noćenja	dolasci	noćenja	udjel u noćenjima
7. Poljska	-7%	-7%	+11%	+10%	99.000	626.000	4%
8. Slovačka	+0%	-2%	+14%	+11%	82.000	514.000	3%
9. Nizozemska	+9%	+6%	+23%	+15%	58.000	325.000	2%
10. BIH	+7%	+17%	+17%	+37%	33.000	234.000	1%
11. Srbija	+12%	+26%	+25%	+44%	26.000	216.000	1%
12. Švicarska	+2%	-1%	+6%	+3%	47.000	201.000	1%
Ukupni udjel							12%
Ukupni udjel 12 TOP zemalja u ino noćenjima							90%

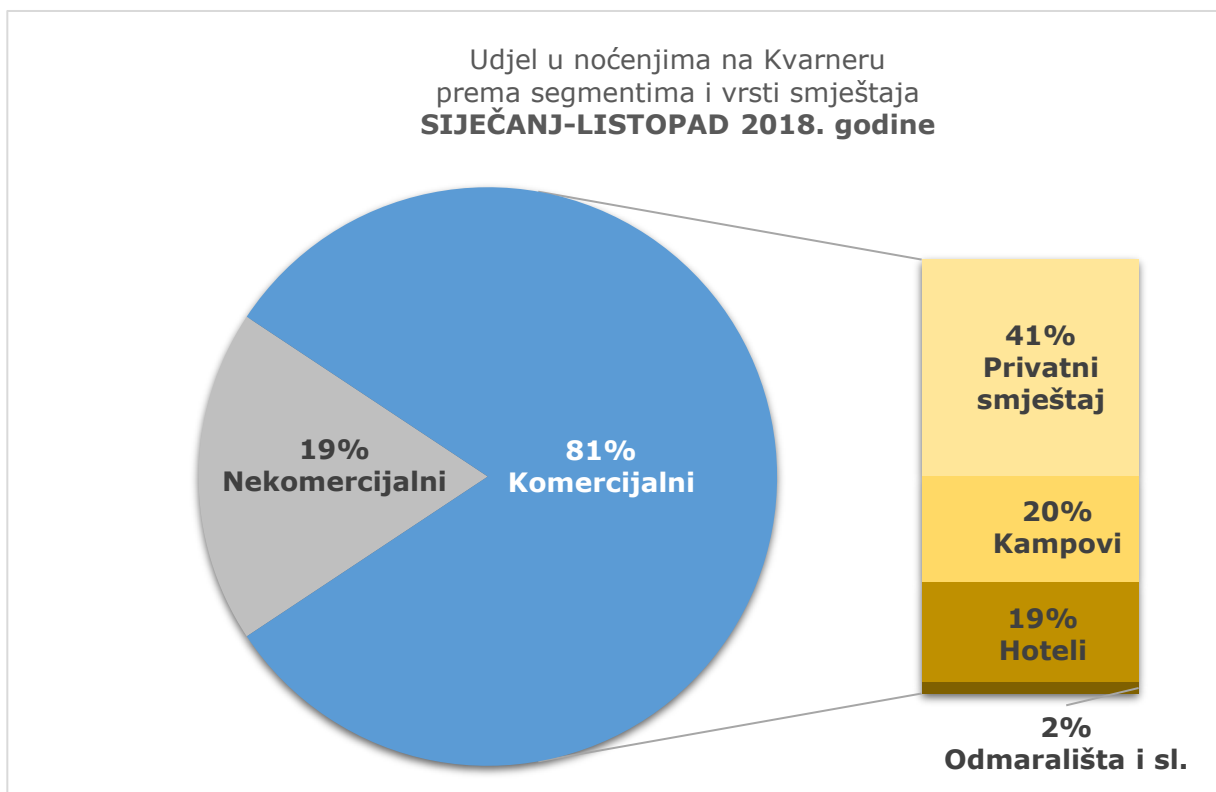
Izvor: eVisitor, stanje na dan 7.11.2018.



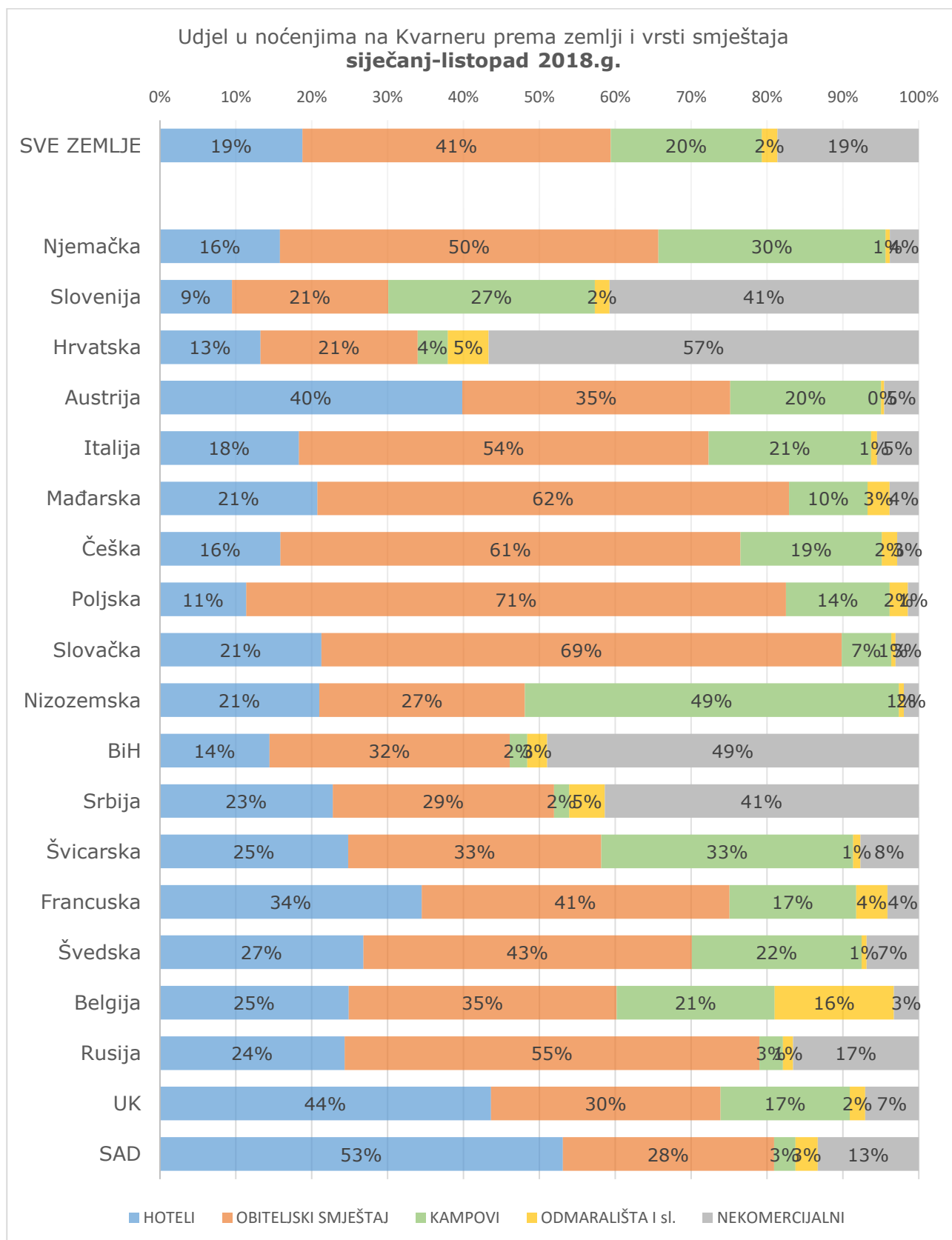
Po smještajnim kapacitetima: Od ukupnog broja ostvarenih noćenja 15,18 milijuna je ostvareno u komercijalnom (81% noćenja), a 3,48 milijuna u nekomercijalnom smještaju (19% noćenja). Gledajući po vrsti komercijalnog smještaju najviše noćenja, 7,6 milijuna ostvareno je u privatnom smještaju, zatim u kampovima (3,7 milijuna noćenja) te u hotelima 3,5 milijuna noćenja.

**Turistički promet na Kvarneru u razdoblju siječanj - listopad 2018. godine
prema segmentima i vrsti smještaja**

SEGMENT/VRSTA SMJEŠTAJA	SIJEČANJ-LISTOPAD 2018.		
	dolasci	noćenja	UDJEL noćenja
Komercijalni	2.836.363	15.183.879	81%
<i>Privatni smještaj</i>	1.195.853	7.581.696	50%
<i>Hoteli</i>	936.350	3.506.355	23%
<i>Kampovi</i>	599.153	3.710.877	24%
<i>Odmarališta i sl.</i>	105.007	384.951	3%
Nekomercijalni	122.649	3.477.643	19%
UKUPNO	2.959.012	18.661.522	100%

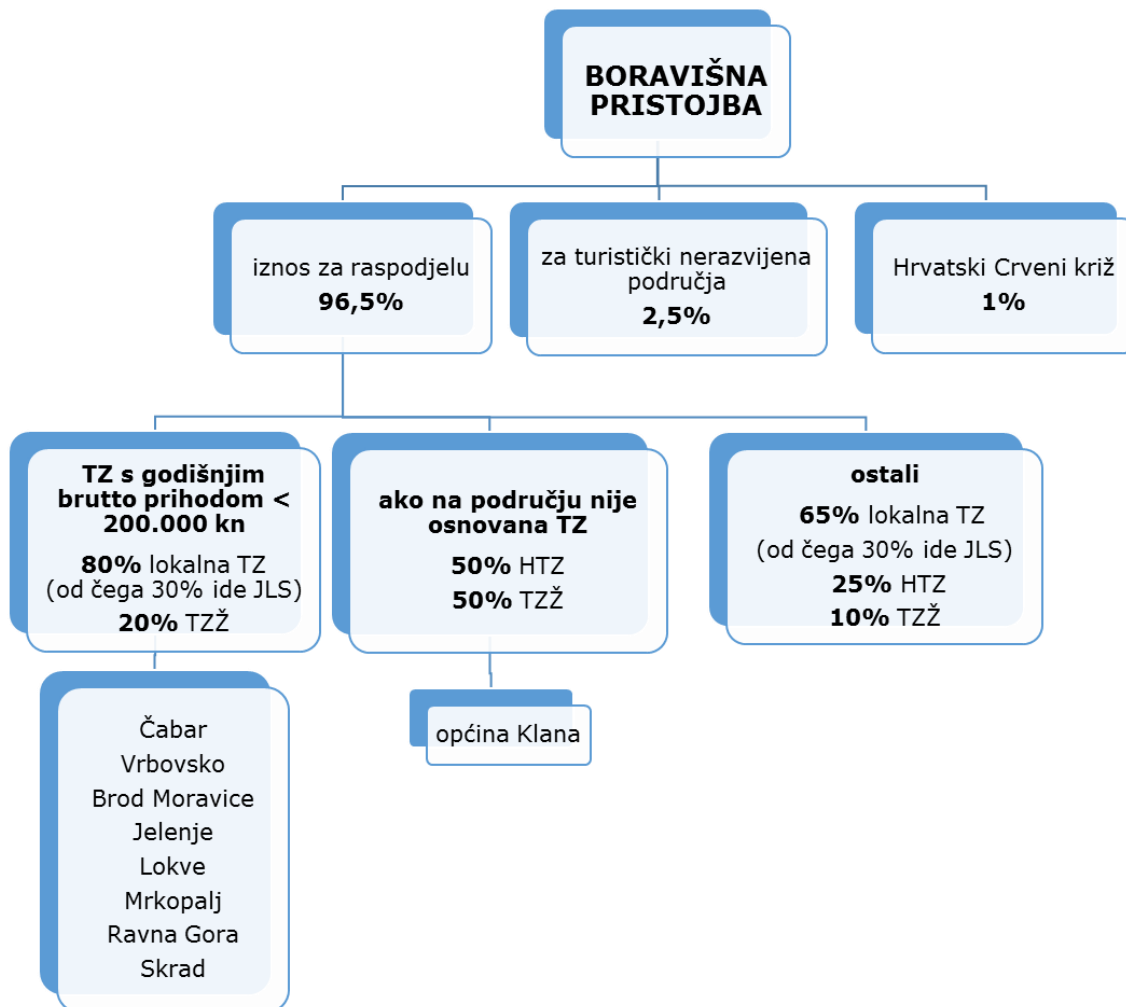


Izvor: eVisitor, stanje na dan 7.11.2018.

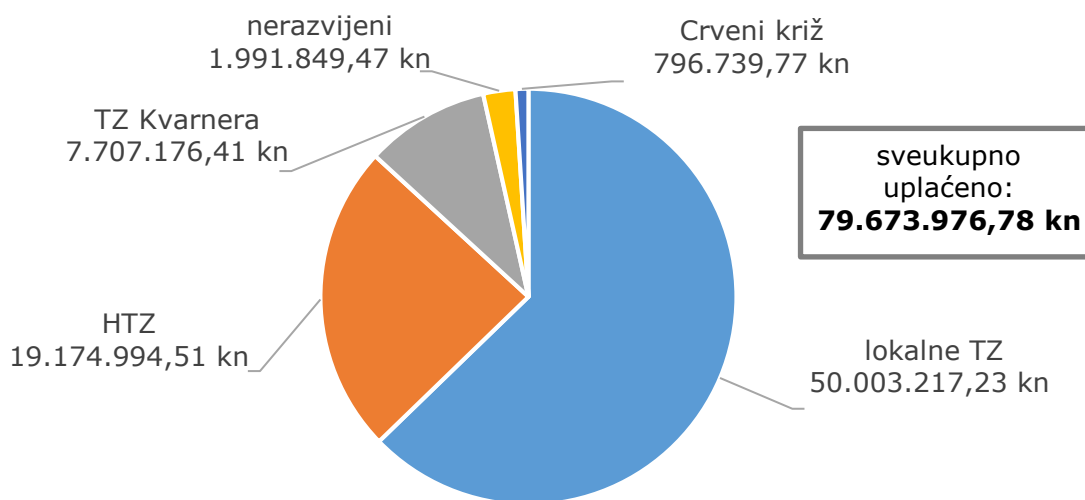


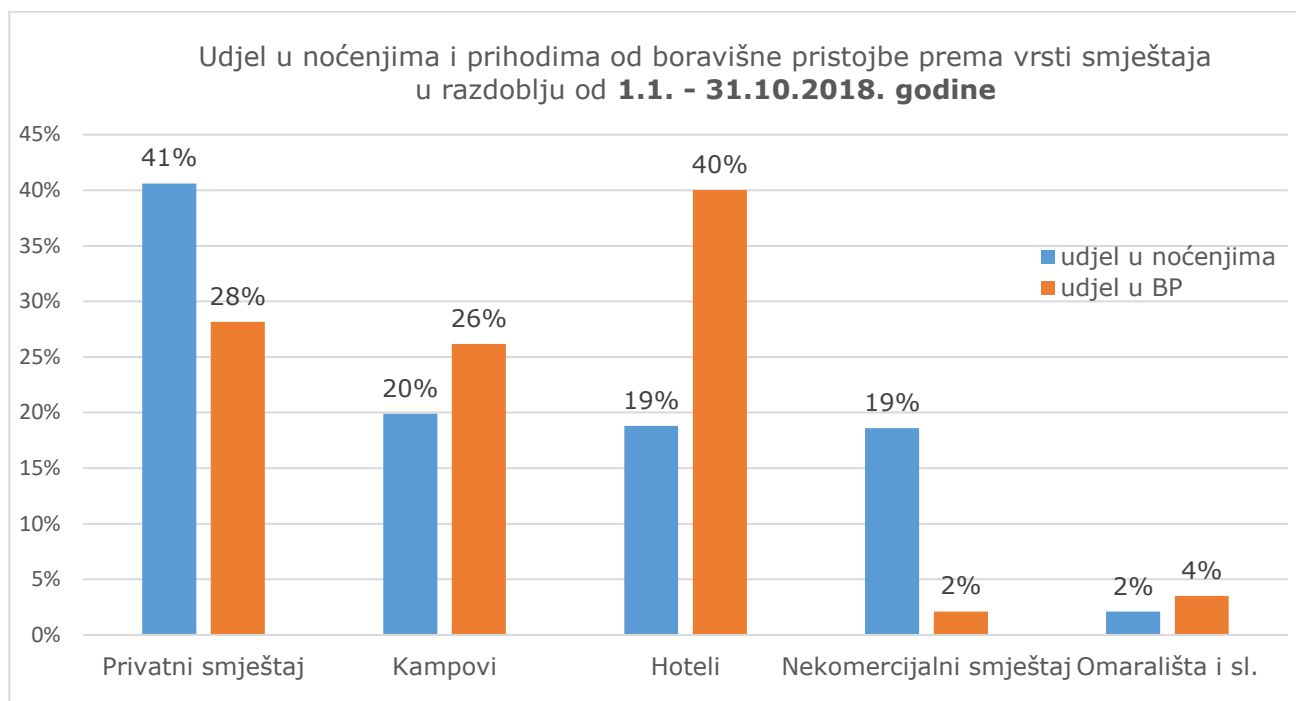
Izvor: eVisitor, stanje na dan 7.11.2018.

Boravišna pristojba



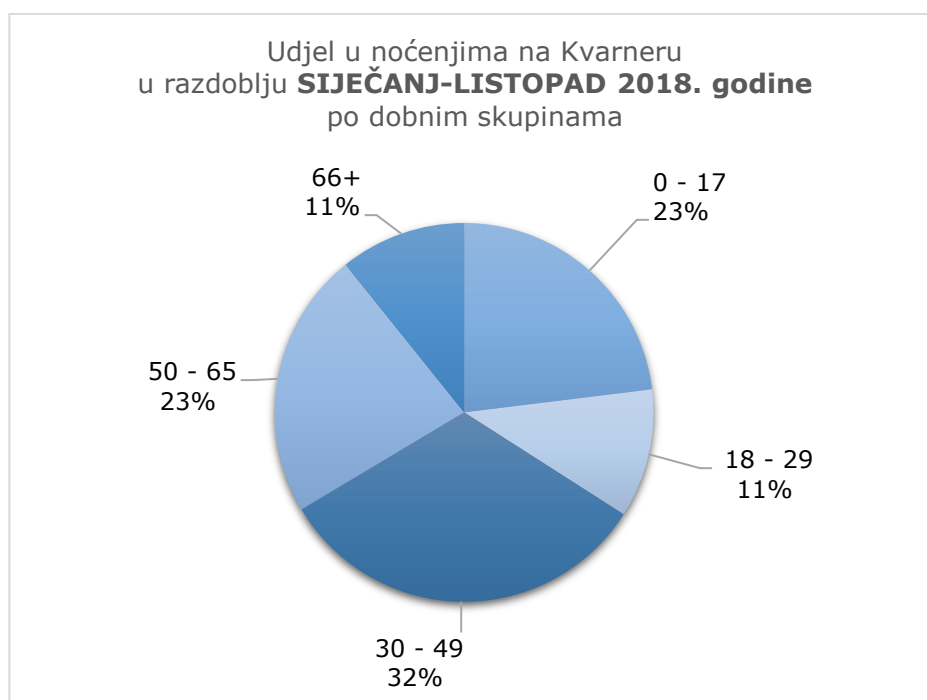
Raspodjela sredstava **uplaćenih** za boravišnu pristojbu na području Kvarnera u razdoblju od **1.1.-31.10.2018. godine**





Izvor: eVisitor, stanje na dan 16.11.2018.

Po dobnim skupinama: Najviše noćenja, 32%, ostvarili su gosti u dobi između 30 i 49 godine. Po 23% otpada na najmlađu dobna skupina gostiju (gosti do 17 godina) te na osobe stare od 50 do 65 godina. S po 11% zastupljeni su u noćenjima gosti stari od 18 do 29 godina te oni stariji od 66 godina.

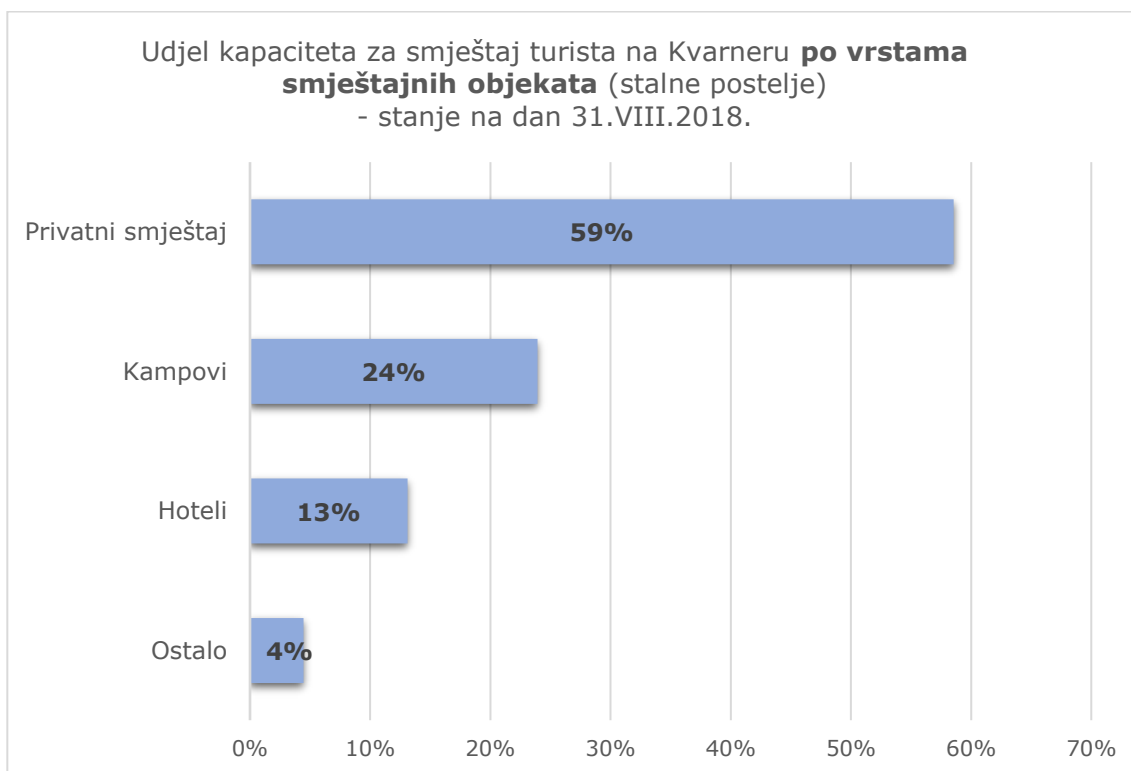


Izvor: eVisitor, stanje na dan 7.11.2018.

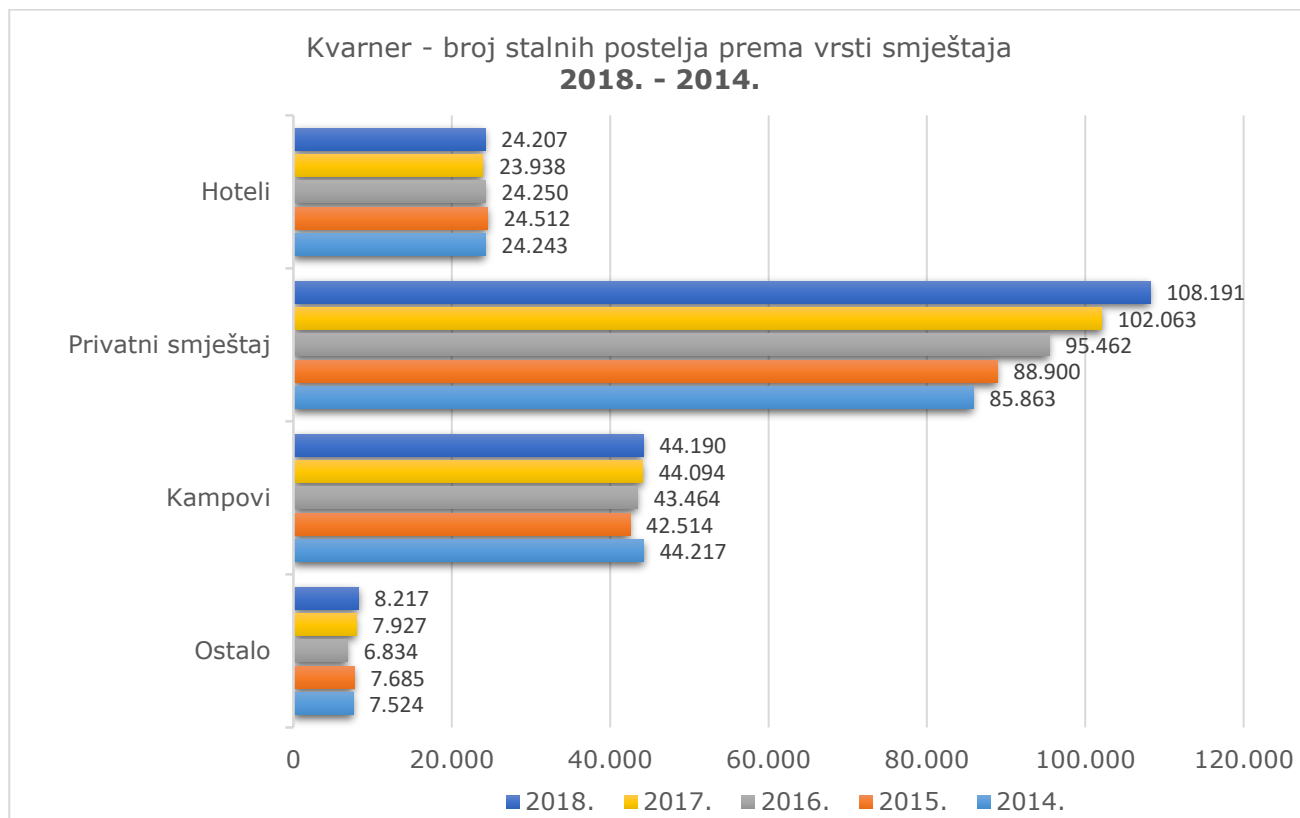
2.2. Kapaciteti za smještaj turista na Kvarneru – stanje na dan 31.VIII.2018.

Kapaciteti za smještaj turista na Kvarneru po vrstama smještajnih objekata - USPOREDBA stanje na dan 31.VIII.2018. i 31.VIII.2017.

Vrsta smještaja	STALNE postelje			
	2018.	2017.	INDEKS 2018/2017	UDJEL (2018.g)
Ostalo	8.217	7.927	104%	4%
Kampovi	44.190	44.094	100%	24%
Privatni smještaj	108.191	102.063	106%	59%
Hoteli	24.207	23.938	101%	13%
Kvarner	184.805	178.022	104%	100%



Izvor: DZS, stanje na dan 31.VII.2018., 31.VII.2017.



Izvor: DZS, stanje na dan 31.VII.2018., 31.VII.2017., 31.VIII.2016., 31.VIII.2015., 31.VIII.2014.

I. ADMINISTRATIVNI TROŠKOVI

I.1. TURISTIČKI URED TZ KVARNERA

TZ Kvarnera osnovana je na Osnivačkoj Skupštini Zajednice dana 10. listopada 1994. godine u Opatiji i djeluje kroz aktivnosti Ureda i Zajednice u skladu sa Zakonom i propisima. U 2018. godini (11.9.2018.) održana je sedma po redu Izborna sjednica Skupštine za četverogodišnji mandat (2018. – 2022.) članova Skupštine, Turističkog vijeća i Nadzornog odbora TZ Kvarnera.

Ministarstvo turizma je u rujnu 2018. godine, nakon sedamnaestogodišnjeg funkcioniranja sustava turističkih zajednica za koje navodi da je dokazao mnoge prednosti i opravdao svoje postojanje, jer su turističke zajednice postale važni subjekti razvoja i promocije hrvatskog turizma, izradio prijedloge novih zakona kojima se regulira djelovanje i financiranje turističkih zajednica. Ukoliko se usvoje, novi Zakoni stupit će na snagu 1.1.2020. godine, a 2019. godina smatrat će se godinom prilagodbe.

Naglasak je na povećanju učinkovitosti sustava turističkih zajednica što podrazumijeva osiguranje svih preduvjeta za sustavnu provedbu poslova destinacijskog upravljanja, a ponajprije donošenje propisa kojim bi se ti preduvjeti stvorili.

No i dalje u 2019. godini, sve aktivnosti TZ Kvarnera proizlaze iz zadaća navedenih u važećem 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 ili drugim propisom.

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

U svom djelovanju Turistički ured TZ Kvarnera surađuje s Hrvatskom turističkom zajednicom i predstavništvima HTZ-a u inozemstvu, 36 turističkih zajednica gradova, općina, mjesta i jedinom otočkom turističkom zajednicom, otoka Krka, te koordinacijom turističkih zajednica Gorskog kotara zatim s Ministarstvom turizma, Primorsko-goranskom županijom i HGK Županijskom komorom Rijeka, Obrtničkom komorom, JLS, Hrvatskom udrugom hotelijera, UHPA, Udrugom hrvatskih marina, Kamping udrugom Hrvatske, ostalim županijskim turističkim zajednicama, hotelskim kućama, turističkim agencijama, jedinicama lokalne samouprave, medijima, PR agencijama, Sveučilištem u Rijeci i drugima te je član međunarodnih turističkih organizacija (Med Cruise – pridruženi član, UNWTO – pridruženi član, Skål Club International) i drugima.

I.2. TIJELA TZ KVARNERA

U razdoblju siječanj-listopad (s anticipacijom za prosinac) 2018. godine održane su:

- ✓ 3 sjednice Skupštine (28. ožujka, 11. rujna, predstoji sjednica 12. prosinca 2018.)
- ✓ 6 sjednica Turističkog vijeća (28. veljače, 27. lipnja, 28. kolovoza, 10. listopada, 30. listopada, te 27. studenoga 2018.)
- ✓ 4 sjednice Nadzornog odbora (28. veljače, 20. srpnja, 10. listopada i 27. studenoga 2018.)

Na sjednicama Turističkog vijeća TZ Kvarnera kojih je održano 6, uz rasprave i usvajanja raznih materijala i dokumenata, raspravljalo se i o aktualnim temama, kao što su sufinanciranje i udruživanje sredstava za avio oglašavanje, praćenje tijeka sezone i financijskog poslovanja, plan promocije, razvijanje marketing brendova i dr.

I.3. SKLADIŠTENJE

Tiskani turistički promidžbeni materijal skladištio se u 2 skladišta:

- skladište Rhea, Zagreb
- skladište TZ Kvarnera, lokacija info punkta „Kvarner info – Vrata Jadrana“

Tijekom 2018. godine materijal se sukladno potrebama raspoređuje na skladište u Zagreb (sajmovi, prezentacije, ostale promidžbene aktivnosti, slanje materijala na upit gospodarskih subjekata) i na info punktu „Kvarner info – Vrata Jadrana“ za potrebe informiranja gostiju.

I.4. OPREMA I ODRŽAVANJE TZ KVARNERA

TZ Kvarnera ima ugovoreno redovno mjesečno održavanje uredske informatičke opreme.

I.5. KVARNER INFO – VRATA JADRANA

«**KVARNER INFO – VRATA JADRANA**» - u razdoblju od 1.1. do 31.10.2018. godine, info punkt „Kvarner Info“ posjetilo je 20.333 posjetitelja, što je 4% više u odnosu na isto razdoblje prošle godine (1.1.2017. – 31.10.2017. bilo je 19.474 posjetitelja) od čega su s 54% najviše zastupljeni posjetitelji iz Njemačke i njemačkog govornog područja; zatim posjetitelji iz Italije s 12%; te slijede domaći posjetitelji, posjetitelji iz Francuske i posjetitelji iz skupine "ostali" (većinom iz Kine, Japana, Taiwana, Singapura...) sa 7%; posjetitelji engleskog govornog područja 5%; posjetitelji ruskog govornog područja 3%; posjetitelji iz Španjolske, Slovenije, Češke/Mađarske/Slovačke/Poljske s 2%; te posjetitelji iz Skandinavije 0,3%, Nizozemske 0,2% i Izraela 0,1%. Ukupno je na info punktu „Kvarner Info“ podijeljeno preko 21.000 primjeraka tiskanog promo materijala (u izdanju Turističke zajednice Kvarnera, Hrvatske turističke zajednice te u izdanju lokalnih turističkih zajednica članica).

II. DIZAJN VRIJEDNOSTI

II.1. POTPORE MANIFESTACIJAMA I PROJEKTIMA

1.1. Sufinanciranje projekata na manje razvijenim područjima

Natječaj je raspisan, te su turističke zajednice koje su zadovoljavale uvjete natječaja, dostavile svoje kandidature. Donesena odluka o odobravanju sredstava.

RB	NAZIV PRIDAVITELJA	PROGRAM	KRATAK OPIS	DATUM ODRŽAVANJA	DANI TRAJANJA	UKUPNI TROŠAK MANIFESTACIJE	OČEKIVANA SREDSTVA TZ KVARNERA	% traženog od ukupnog troška	ODOBRENO
<p>Na Javni poziv su se mogle javiti one turističke zajednice koje su u 2017. godini sudjelele s manje od 1% u prihodima TZ Kvarnera ostvarenim od boravišne pristojbe i turističke članarine. To su turističke zajednice: Ičići, Matulji, Bakar, Krajevica, Kostrena, Kastav, Viškovo, Čavle, Jelenje, Općine Vinodolske, Vrbnik, Čabar, Lokve, Fužine, Delnice, Mrkopalj, Skrad, Ravna Gora, Brod Moravice, Vrbovsko. Turističke zajednice koje prijavljuju projekt ne smiju imati dug iz bilo kakve osnove prema Turističkoj zajednici Kvarnera.</p> <p>Od mogućih 20 turističkih zajednica, kandidature je dostavilo 15 TZ-a.</p>									
TURISTIČKA ZAJEDNICA	PROGRAM	KRATAK OPIS	DATUM ODRŽAVANJA	DANI TRAJANJA	UKUPNI TROŠAK MANIFESTACIJE	OČEKIVANA SREDSTVA TZ KVARNERA	% traženog od ukupnog troška	ODOBRENO	
1	2	3	4	5	6	7	8 (7/6)*100	9	
UKUPNO TZ BEZ GORSKOG KOTARA					1.030.900,00	194.000,00	18,82	70.000,00	
1	TZM IČIĆI	KING OF UČKA	29.9.2018.; biciklistička cestovna utrka sa startom iz marine u Ičićima do vrha Učke, Vojaka	29.9.2018.	1	140.000,00	25.000,00	17,86	15.000,00
2	TZG KASTVA	KASTAV BLUES FESTIVAL	3-4.8.2018.; 11. Kasatv blues festival; renomirani blues glazbenici nastupaju na Fortici	3-4.8.2018.	2	162.700,00	20.000,00	12,29	15.000,00
3	TZG KASTVA	USUSRET NOVOJ UZ KLAPE S KVARNERA	16.12.2018.; nastup klapa u Kastvu, Fortica	16.12.2018.	1	28.000,00	10.000,00	35,71	
4	TZO VIŠKOVO	KULTURNO-ZABAVNA MANIFESTACIJA "MATEJNA 2018."	15-24.9.2018.; kulturni, zabavni, sportski, edukativni, gastronomski programi u Viškovu	15-24.9.2018.	9	249.000,00	15.000,00	6,02	4.000,00
5	TZO KOSTRENA	USKRS U KOSTRENI 2018.	25.3.2018.; zabavno-kulturni, te sportski i gastronomski programi u Kostreni	25.3.2018.	1	51.200,00	50.000,00	97,66	4.000,00
6	TZO KOSTRENA	MIKULINA 2018.	8.12.2018.; zabavni program, edukativne radionice, gastronomski programi u Kostreni	8.12.2018.	1	150.000,00	10.000,00	6,67	
7	TZO ČAVLE	MAŠKARANI PLATAK	26.1.2019.; zabavni program na Platku, pod maskama na snijegu	26.1.2019.	1	30.000,00	10.000,00	33,33	4.000,00
8	TZO VINODOLSKE	RUŽICA VINODOLA	10.-18.8.2018.; 15. po redu, natjecanje beračica i sl.; više lokacija na području Novog Vinodolskog i općine Vinodolske	10.-18.8.2018.	8	45.000,00	15.000,00	33,33	8.000,00
9	TZO VINODOLSKE	18. VINODOLSKE LIJETNE VEČERI	12.7. - 24.8.2018.; vrhunska umjetnička zbivanja na različitim lokacijama i oživljavanje frankopanskih kaštela; Brbir, Grižane, Tribalj, Drvenik	12.7. - 24.8.2018.	42	60.000,00	20.000,00	33,33	10.000,00
10	TZO VRBNIK	POPI I POJEDI 2018.	30.6. - 1.7.2018.; Festival Zlahtine 8.7. - 15.7.2018.; Dani šurlica 24 - 25.8.2018.; Dani vina otoka Krka	30.6. - 1.7.2018. 8.7. - 15.7.2018. 24 - 25.8.2018.	11	115.000,00	19.000,00	16,52	10.000,00
GORSKI KOTAR					OD 9 TZ-A, 8 DOSTAVILO KANDIDATURU (BROD MORAVICE)	570.300,00	154.000,00	27,00	80.000,00
11	TZO FUŽINE	"FUŽINE2SEA"	24-25.8.2018.; biciklistička utrka (organizator od 4 islands) od Fužina do Crkvenice	24-25.8.2018.	2	90.000,00	15.000,00	16,67	14.000,00
12	TZO FUŽINE	WESTERN CITY ROSWELL	izrada nove turističke signalizacije i valorizacija projekta odnosno lokacija gdje je sniman film Winnetou;		0	90.000,00	15.000,00	16,67	
13	TZO LOKVE	NOĆ SPILJA 2018.	25.7.2018.; Obilazak "Staza spilja" pod lampama (staza povezuje 12 lokacija, od čega 8 spilja)	25.7.2018.	1	30.000,00	15.000,00	50,00	7.000,00
14	TZG ČABRA	DOWNHILL TRŠČE 2018.	28-30.9.2018.; prvenstvo Hrvatske u biciklističkom spustu	28-30.9.2018.	2	40.000,00	30.000,00	75,00	15.000,00
15	TZO RAVNA GORA	FESTIVAL VUNE I PLODOVA JESENI	17.-23.9.2018.; ponuda jela od glijva 22.9.2018.; Centralna manifestacija 23.9.2018.; Svijet vune	17.-23.9.2018. 22.9.2018. 23.9.2018.	8	55.000,00	12.000,00	21,82	8.000,00
16	TZG DELNICA	DELNIČKA ADVENTSKA BAJKA 2018.	1.12.2018. - 5.1.2019.; Advent u Delnicama; kulturno-zabavna događanja; sportski, edukativni, gastronomski programi	1.12.2018. - 5.1.2019.	35	127.500,00	30.000,00	23,53	15.000,00
17	TZO SKRAD	FESTIVAL MALINA	14.7.2018.; Zeleni vir; okupljanje proizvođača bobičastog voća, uz kulturno-zabavna događanja i gastronomski program	14.7.2018.	1	30.000,00	15.000,00	50,00	7.000,00
18	TZO VRBOVSKOG	XIV BUNDEVIJADA	13-14.10.2018.; izložba autohtono uzgojene hrane i običaja Gorskog kotara; etno gastronomska manifestacija, kulturno umjetnički program	13-14.10.2018.	2	100.000,00	15.000,00	15,00	10.000,00
19	TZO MRKOPALJ	SANJKANJE POD MASKAMA	19.1.2018.; sanjkanje maskaranih grupa	19.1.2018.	1	7.800,00	7.000,00	89,74	4.000,00
UKUPNO					1.601.200,00	348.000,00	21,73	150.000,00	

II.2. ORGANIZACIJA I UPRAVLJANJE DESTINACIJOM

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

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

II.2.1. Razvoj marketing brendova

II.2.1.1. Kvarner Family



„KVARNER FAMILY“ je jedan od vodećih projekata povezivanja i unapređenja kvalitete i promocije obiteljskog smještaja na području Hrvatske i primjer dobre prakse kojeg provodi TZ Kvarnera u suradnji s lokalnim turističkim zajednicama s područja Kvarnera i Primorsko-goranskom županijom. Projekt danas uključuje oko 520 objekata koji nude smještaj standardizirane kvalitete, od toga oko 65 njih nosi oznaku Pet Friendly kao znak da su dobrodošli i kućni ljubimci, a 30-tak objekata prilagođeno je potrebama ljubitelja aktivnog odmora te nose oznaku Bike Friendly i Hike Friendly što

znači da su prilagođeni za smještaj i udovoljavaju specifičnim potrebama cikloturista i gostiju koji pješače ili planinare.

Kroz projekt uključeno je i 30-tak turističkih agencija koje u svojoj ponudi naglasak stavljaju na promociju i popunjavanje kapaciteta s oznakama Kvarner Family.

Iza oznake kvalitete Kvarner Family stoji preporuka TZ Kvarnera za provjerenu turističku kvalitetu, standard i prepoznatljivost brendiranih apartmana, kuća za odmor, kampova i soba privatnih iznajmljivača u ovoj regiji.

Kod obiteljskog smještaja nastavio se odličan prošlogodišnji trend kada je u kapacitetima s 5* ostvareno čak 44% više noćenja te dodatnih 24% ove godine. Ovo je pokazatelj kako su iznajmljivači prepoznali da su ulaganja u kvalitetu isplativa, a rezultati dugoročni te se sve veći broj njih odlučuje na investicije kojima se podiže kvaliteta. Tako se u posljednje 2 godine broj privatnih objekata s 5* udvostručio.

Kreditni program

Kreditni program Kvarner Family s potencijalom od 5.000.000 kuna provodi se od dana njegove objave 30.12.2015. godine, a na njemu surađuju PGŽ, TZ Kvarnera i 3 poslovne banke. Program je omogućio povoljno kreditiranje uređenja, opremanja i podizanja kvalitete u Kvarner Family domaćinstvima. Time su Kvarner Family iznajmljivači prepoznali kako su ulaganja u kvalitetu isplativa te se sve veći broj njih odlučuje na investicije kojima se podiže kvaliteta i dugoročno osigurava zarada od turizma, što potvrđuju i finalne brojke ostvarenog turističkog prometa u

obiteljskom smještaju visoke kategorije. Kreditni potencijal programa Kvarner Family je priveden kraju, a odobrena su 62 kredita te je u obradi još 1 kreditni zahtjev. Po iskorištenju kreditnog potencijala provest će se Analiza dodijeljenih sredstava za unapređenje kvalitete smještaja. Analiza bi uključila strukturu po vrstama smještaja, destinacijama, sadržaju ulaganja, razgovore s korisnicima kredita, razgovore s predstavnicima banaka i ostale elemente kojima bi se analizirali učinci kreditne linije u smjeru poticanja unapređenja ugostiteljske usluge smještaja u domaćinstvima na Kvarneru.

Aktivnosti projekta „Kvarner Family“ obuhvaćaju:

1. s razine PGŽ – provedbu i koordinaciju na projektu; djelovanje Povjerenstava s tri razine – prvostupanjsko/temeljno Povjerenstvo (na lokalnoj razini), drugostupanjsko Povjerenstvo (na županijskoj razini), Povjerenstvo za provedbu projekta / tzv. operativno tijelo na razini PGŽ.

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

- **web portal Kvarner Family** – TZ Kvarnera postavila je web portal dostupan u pet jezičnih verzija, i to na engleskom, njemačkom, talijanskom, slovenskom i hrvatskom jeziku, a u suradnji s turističkim zajednicama članicama se vrši ažuriranje, dopunjavanje i održavanje. Svaki iznajmljivač predstavljen je početnom stranicom i stranicama smještajnih jedinica. Prikaz obuhvaća informacije o iznajmljivaču, 10 fotografija, pozdravni tekst domaćina, grafički prikaz ponude i sadržaja koje iznajmljivač nudi, udaljenosti od plaže, centra, trajektne luke, zračne luke, ..., stranih jezika koje domaćin koristi, pa sve do dodatnih aktivnosti u blizini (teniski tereni, ribolov, jedrenje, vinske ceste,...). Uz to, omogućeno je i korištenje Google karte s točnom lokacijom odabranog objekta i tražilicom koja omogućuje pretraživanje po mjestu, vrsti smještaja i broju zvjezdica te kalendar popunjenosti (pretraživanje po 3 kriterija: mjesto, vrsta smještaja i broj zvjezdica),
- **Facebook fan stranica Kvarner Family i grupa Pet Friendly** - pozitivan trend rasta broja posjetitelja, trenutno brojimo oko 4.052 fanova:
 - doseg dnevnih objava (Total Reach) u zadanom periodu je relativno visok s obzirom na relativno malenu bazu fanova i iznosi 198.458, dok ukupni broj prikaza objava (Total impressions) iznosi 366.088 - što znači da su isti (jedinstveni) Facebook korisnici u prosjeku 2 puta pregledali istu objavu
 - Facebook stranica ima interaktivnu Google kartu na kojoj su vidljivi svi Kvarner Family iznajmljivači
 - u sklopu stranice djeluje i grupa Pet Friendly koja je namijenjena vlasnicima kućnih ljubimaca i Pet Friendly iznajmljivačima - preko 3.112 članova,
- **prezentacije** – TZ Kvarnera organizirala je prezentacije na odabranim tržištima i to u okviru sajamskih nastupa TZ Kvarnera, kao i u drugim prigodama, te je promovirana ponuda obiteljskog smještaja s posebnim naglaskom na kapacitete s oznakom kvalitete Kvarner Family Više pod IV.4. Prezentacije,
- **tiskovne konferencije, redovito obavještavanje medija o stanju projekta** kao i najava i slanje press informacija nakon svake održane radionice; ostali plaćeni članci, intervjui i oglasi,

- **oglašavanje portala** putem online oglašavanja i to preko Facebook i Google AdWords alata;
 - portal www.kvarnerfamily.hr bilježi veći broj posjeta s talijanskog, slovenskog, njemačkog, austrijskog i nizozemskog tržišta
 - najveći broj posjetitelja na web stranice dolazi preko Google tražilice, zatim preko oglasa u sklopu online kampanje TZ Kvarnera te službenog web portala TZ Kvarnera www.kvarner.hr
- **edukacija domaćina i agenata** u suradnji s lokalnim turističkim zajednicama, ostalim institucijama i partnerima,
- **provedena marketinške akcije „Obiteljski paket** kojom bi se vlasnicima obiteljskog smještaja koji su nositelji oznake kvalitete „Kvarner Family“ pomoglo u povećanju konkurentnosti apartmana s pomoćnim ležajevima tijekom perioda predsezone i posezone.
 - tijekom provedbe Obiteljskog paketa Kvarner Family iznajmljivači koji se uključe u akciju nude svojim gostima pogodnost besplatnog smještaja za djecu do 18 godina na pomoćnim ležajevima u apartmanima, „košaricu dobrodošlice“ (bocu mineralne vode i svježe voće u frižideru) i obiteljski kupon za 10% popusta na ulaznice za neku lokalnu atrakciju (panoramska vožnja brodom, vožnja taxijem, ulaznice za muzej, iznajmljivanje bicikala,...)
 - u 2018. godini proveden je Javni poziv za uključenje u akciju Obiteljski paket i to za Kvarner Family iznajmljivače, Kvarner Family agencije i pružatelje turističkih/ugostiteljskih usluga s područja Kvarnera (objava 18.4.2018. godine u Novom listu i na web stranici TZ Kvarnera)
 - trajanje akcije: u periodu od 15.5. do 30.6. i od 1.9. do 15.10. oznaka „Obiteljski paket“ istaknuta je u svim promotivnim materijalima. Kvarner Family iznajmljivači koji su se u akciju uključili na web portalu www.kvarnerfamily.hr označeni su posebnom ikonom u obliku paketa s mašnom
 - agencije s oznakom kvalitete „Kvarner Family Agency“ isticale su ponudu Obiteljskog paketa ako imaju sklopljene ugovore s domaćinstvima koja su bila uključena u akciju
 - u 2018. godinu u akciju je bilo uključeno **25 Kvarner Family iznajmljivača, 3 Kvarner Family agencije i 5 pružatelja usluga s područja Kvarnera** koji su na svoje usluge ponudili 10% popusta
 - tiskani su voucheri s popustima za Prirodoslovni muzej Rijeka, Zabavni i paintball park Vrata, panoramske jednodnevne izlete brodom i katamaranom, najam glisera te ponudama Kvarner Family agencija koje su nudile popust za obiteljski smještaj, jednodnevne izlete po Kvarneru, najam bicikala, skutera, ATV Quadova, automobila, barki i glisera
 - cilj je promovirati i turističke atrakcije na Kvarneru, te domaća poduzeća koja se bave turističkom djelatnošću
- Kvarner Family iznajmljivači redovito se obavještavaju o svim **novostima i javnim pozivima Ministarstva turizma i ostalih javnih institucija** – npr. najava održavanja regionalnog Foruma obiteljskog smještaja, razne edukacije ostalih javnih institucija, savjetovanja pri izradi

Zakona, informacija i upozorenja o Internet prijevarama kroz oglašavanje obiteljskog smještaja, i ostalo

- **obavještavanje medija o stanju projekta** kao i najava i slanje press informacija nakon svake održane radionice; ostali plaćeni članci, intervjui i oglasi

Podbrend projekta „Kvarner Family – Pet Friendly“



TZ Kvarnera nastavlja raditi i na razvijanju daljnjih podbrendova projekta „KVARNER FAMILY“. Cilj je segmentirati ponudu smještaja odnosno pružiti upravo onu vrstu smještaja koju gost traži. Oko 60-tak iznajmljivača nosi oznaku Pet Friendly kao znak da su dobrodošli i kućni ljubimci te **4 „Dog**

Friendly“ agencije, dok su nam partneri na projektu **Veterinarska stanica Rijeka, 2 salona za uljepšavanje pasa te hotel za pse „Monty`s Dog Hotel“**.

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

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

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



TZ Kvarnera s podbrendom Bike Friendly i Hike Friendly nastavlja s brendiranjem Kvarnera kao outdoor destinacije. Značenje „outdoor“ aktivnosti podrazumijeva sve aktivnosti koje se odvijaju u prirodi, a odnose se na aktivni odmor. Najveći obim aktivnosti u ovome segmentu bilježi se upravo kroz cikloturizam i pješaćenje, te upravo u svrhu postizanja željenih ciljeva (dobro organizirana

ponuda, kvalitetna ponuda obiteljskog smještaja, prepoznatljivost, rast prometa i prihoda, zapošljavanje, poticanje poduzetništva u turizmu, stvaranje podloge za nove investicije...).

30-tak objekata prilagođeno je potrebama ljubitelja aktivnog odmora te nose oznaku **Bike Friendly i 30-tak objekta Hike Friendly** što znači da su prilagođeni za smještaj i udovoljavaju specifičnim potrebama cikloturista i gostiju koji pješaće ili planinare. Kvarner Family iznajmljivači, koji su nosioci ovih dodatnih oznaka kvalitete, na web portalu www.kvarnerfamily.hr i u brošuri Kvarner Family označeni su posebnim Bike Friendly odnosno Hike Friendly ikonama.

Kvarner Family Agency

„Kvarner Family Agency“ je oznaka kvalitete turističkim agencijama koje u svojoj ponudi naglasak stavljaju na promociju i popunjavanje kapaciteta s oznakama Kvarner Family.

Oznaku kvalitete nosi oko 30-tak turističkih agencija, a prijaviti se mogu sve turističke agencije koje imaju sklopljena najmanje tri ugovora o posredovanju s domaćinstvima koja nose oznaku kvalitete „Kvarner Family“.

Edukativne radionice

Jedan od značajnih kriterija koje trebaju zadovoljiti nositelji kvalitete „KVARNER FAMILY“ je i redovito usavršavanje i permanentna edukacija. U 2018. godini TZ Kvarnera je aktivnosti u sklopu projekta Kvarner Family kao primjer dobre prakse i prenošenja te dijeljenja stečenih iskustava i znanja predstavila na:

- regionalnom Forumu obiteljskog smještaja PGŽ, 16.3.2018. godine u Opatiji; organizator HGK ŽK Rijeka, TZ Kvarnera je bila suorganizator
- 6. Forumu lošinjskih iznajmljivača – INOVATIVNI PRIVATNI, 19.3.2018. - 20.3.2018. godine u Malom Lošnju (direktorica sudjelovala u panel raspravi tijekom koje je predstavila nastavak aktivnosti u sklopu projekta Kvarner Family); organizator TZG Malog Lošinja i Grad Mali Lošinj

Regionalni Forum obiteljskog smještaja PGŽ, 16.3.2018.

TZ Kvarnera i Upravni odjel za turizam, poduzetništvo i ruralni razvoj PGŽ bili su suorganizatori, a Hrvatska gospodarska komora-Županijska komora Rijeka organizator ovogodišnjeg regionalnog Forumu obiteljskog smještaja održanog u Opatiji u sportskoj dvorani Marino Cvetković u sklopu sajma Relax Adria (15.3.-17.3.2018.). Na Forum se prijavilo više od 150 iznajmljivača s područja Kvarnera. U sklopu programa TZ Kvarnera održala je prezentaciju na temu outdoor aktivnosti na području Kvarnera, i to pod nazivom “Kvarner Outdoor: biciklističke staze, pješačke staze i ronjenje te ostali prateći sadržaji”. Sve dodatne informacije zainteresirani iznajmljivači mogli su zatražiti i na info štandu na kojem su predstavnici TZ Kvarnera bili prisutni za vrijeme održavanja Forumu.

Brošura „Kvarner Family“

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

Novo izdanje tiskane brošure planira se otisnuti na 3 jezika (hrvatski, njemački i engleski jezik), a distribuirat će se na svim ostalima sajmovima, prezentacijama i radionicama na kojima TZ Kvarnera nastupa u okviru svojih promotivnih aktivnosti.

Više pod III.2.4. Brošure i info materijali

Izbor za najbolje i najkreativnije iznajmljivače na Kvarneru

TZ Kvarnera je u suradnji s Novim listom i Glavnim uredom HTZ-a pokrenula akciju ocjenjivanja najkreativnijih iznajmljivača, i to u nekoliko kategorija - Objekti na lokacijama s izlazom na more, Objekti na lokacijama bez izlaza na more i Objekti u urbanoj jezgri: Pet Friendly, Bike Friendly, Hike Friendly, Turizam bez barijera, Family friendly, Green & Eco, Bed & Breakfast, Wellness.

Ovom akcijom želi se dati naglasak na kreativnost i kvalitetu ponude obiteljskog smještaja na Kvarneru, a posebno na praćenje suvremenih trendova u specijalizaciji obiteljskog smještaja. Na natječaj za Izbor mogli su se prijaviti svi vlasnici soba, apartmana i studio apartmana te kuća za odmor, uz naglasak da su prednost pri prijavi imali nositelji oznake kvalitete Kvarner Family i ostalih podbrendova.

Svi zainteresirani iznajmljivači imali su mogućnost samostalno se prijaviti. Tijekom mjeseca studenog odradit će se obilazak povjerenstva koje čine predstavnici TZ Kvarnera i Novog lista, a priznanja i nagrade iznajmljivačima se dodjeljuju u sklopu svečanosti Kvarnerskog dana turizma.

Planirane aktivnosti do konca godine u sklopu projekta

- odrađivanje obilaska novoprijavljenih domaćinstava za dodjelu oznaka kvalitete od strane Povjerenstava Kvarner Family
- priprema novog tiskanog izdanja brošure „Kvarner Family“
- obilazak povjerenstva za Izbor najkreativnijih iznajmljivača
- organizacija edukativnih radionica:
 - u suradnji s Gradskom knjižnicom Rijeka za Kvarner Family iznajmljivače;
 - u suradnji s kolegama iz Austrije koji su osmislili oznaku kvalitete „Südtirol Privat“ za obiteljski smještaj planirano je predavanje na temu „Upravljanje robnom markom u turizmu - primjeri dobre prakse“ za predstavnike TZ Kvarnera, lokalnih turističkih zajednica i ostalih dionika koji sudjeluju u provedbi projekta „Kvarner Family“
- analiza posjećenosti web portala www.kvarnerfamily.hr i prijedlog unapređenja ovog kanala promocije
- redovito obavještavanje Kvarner Family iznajmljivača o novostima, javnim pozivima Ministarstva turizma, i ostalih institucija
- analiza provođenja projekta s prijedlogom poboljšanja implementacije i provođenja sustava

II.2.1.2. Kvarner Gourmet i Kvarner Food



Gastronomija je jedan od najjačih turističkih proizvoda Kvarnera, a brend Kvarner Gourmet i Food jedan od najprepoznatljivijih, te je TZ Kvarnera i u 2018. godini nastavila s promicanjem i razvojem brenda kvarnerske kuhinje, kao komparativne prednosti ovoga kraja i motiva dolaska gostiju tijekom cijele godine (projekt je pokrenut još 2012. godine).

Priča o primorsko-goranskoj gastronomiji, koja opravdano zaslužuje svoje mjesto na turističkoj karti, zahvaljujući generacijama njegovanoj stručnoj ugostiteljskoj usluzi i vrhunskim regionalnim namirnicama i delicijama poput kvarnerskog škampa, janjetine, ekstra djevičanskog maslinova ulja, sireva, vina autohtonih sorti, zaokružuje se promocijom i turističkom valorizacijom kroz ovaj projekt.

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

Unutar postojećih oznaka kvalitete, postoje podoznake:

Kvarner Gourmet – 1 škamp, 2 škampa ili 3 škampa,
Kvarner Food – Food Plus (za one s osvojenih 90 do 99 bodova)

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



U 2018. godini važeći kriteriji su:

Kvarner Food (75 - 89 bodova)

Kvarner Food Plus (90 – 100 bodova)

Kvarner Gourmet (1 škamp) – 100 bodova

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

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

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

Slijedom obavljene akcije ocjenjivanja objekata koji su se bili odazvali na Javni poziv za uključivanje ugostiteljskih objekata u projekt Kvarner Gourmet & Food za 2017/2018 godinu, te slijedom ranije pripreme, na samom početku 2018. godine otisnuta je **tematska brošura Kvarner Gourmet & Food**, na hrvatskom i engleskom jeziku, koja je zatim podignuta na Internet stranice TZ Kvarnera, s mogućnošću preuzimanja, odnosno dostupna je u digitalnom izdanju. Brošura se distribuira na svim važnijim promidžbenim aktivnostima TZ Kvarnera, od sajмова i prezentacija, do uručivanja novinarima i partnerima koji su posjetili regiju.

Po primitku godišnje oznake kvalitete 73 restorana istaknulo je standardiziranu ploču s logom projekta na vidno mjesto, i to:

- 1 restoran s oznakom kvalitete Kvarner Gourmet (2 škampa) - Bevanda
- 12 restorana s oznakom kvalitete Kvarner Gourmet (1 škamp)
- 14 restorana s oznakom kvalitete Kvarner Food Plus
- 46 restorana s oznakom kvalitete Kvarner Food

Od ukupno 73 restorana više od polovice objekata nosi i dodatnu oznaku Dog Friendly.

Promidžbene aktivnosti Kvarner Gourmet&Food:

Tijekom promidžbene kampanje za sezonu 2018. TZ Kvarnera je u sklopu serije prezentacija na domaćem i inozemnim tržištima predstavila projekt *Kvarner Gourmet & Food*, pri čemu su u prezentacije organizacijski i financijski uključili Kvarner Gourmet restorani i Udruga Žlahtina prepoznajući goste koji su nazočili prezentacijama kao buduće goste Kvarnera. Također, gotovo sve studijske grupe realizirane na Kvarneru imale su na programu boravka upoznavanje s gastronomijom na Kvarneru, odnosno s projektom Kvarner Gourmet i Kvarner Food. TZ Kvarnera podržala je u suradnji s PR ArtRedaktionsteam posjete nezavisnih gourmet novinara, koji su pisali reportaže o našim restoranima i destinaciji s poznatom gastronomskom ponudom.

Suradnja s HSK – Hrvatski Sommelier Klub

- TZ Kvarnera pokrenula je suradnju s HSK, koji je na Kvarneru, u Malom Lošinj, organizirao 22. Prvenstvo Sommeliera Hrvatske, te je uz ostale aktivnosti, TZ Kvarnera pokrovitelj događaja.

Suradnja s JRE – Jeunes Restaurateurs

Kvarnerski restorani s oznakom branda JRE, te oznake Kvarner Gourmet, zasigurno doprinose ugledu i image-u gastronomije na Kvarneru, te ih kao takve TZ Kvarnera ističe u prigodi promocije kvarnerske gastro scene, koju i domaći i strani mediji posebno dobro prate. TZ Kvarnera redovito sudjeluje u izdanju JRE vodiča.

Gastro i eno-festivali na Kvarneru

2018. godina obilježena je popularizacijom vinskih festivala na Kvarneru, među kojima su bili Vip Wine Event - Međunarodna konferencija vrhunskih vinskih znalaca, Opatija (14.3.2018.), te Međunarodni eno-gastro festival WineRi 2018, Rijeka (20.4.-21.4.2018.), koje su održani pod pokroviteljstvom TZ Kvarnera. Također, putem prezentacija i oglašavanja podržane su kvarnerske vinarije, kako vrbničke, tako i vinarija Pavlomir, koje su priredile brojne tematske manifestacije tijekom godine. Sve to doprinosi povećanju vidljivosti brenda Kvarner Gourmet & Food i povećanju kvalitete gastronomske ponude na Kvarneru.

Suradnja s Fakultetom za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Opatija - prezentacija projekta Kvarner Gourmet & Food, 12.10.2018.

TZ Kvarnera održala je prezentaciju projekta Kvarner Gourmet & Food u sklopu radionice iskustvenog učenja ERASMUS+ projekta FOODBIZ u organizaciji Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Opatija. Radionica se održavala u Kastvu u Hotelu i restoranu Kukuriku te vinskom podrumu OPG-u Dejan Rubeša, a na radionici je sudjelovalo oko 30 polaznika koje su činili studenti Fakulteta, zatim predstavnici realnog sektora, lokalne samouprave i ostali zainteresirani.

II.2.1.3. Kvarner Health and Wellbeing

Kvarner destinacija zdravlja

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

Nastavno na projekt TZ Kvarnera Kvarner Health&Wellbeing, te Strategije razvoja zdravstvene industrije Primorsko-goranske županije od 2013. do 2020. godine, te uz aktivnosti PGŽ i stručnih dionika u ponudi zdravstvenog turizma, osnovan je koncem 2014. godine Klaster zdravstvenog turizma na Kvarneru, kojega je TZ Kvarnera članicom, a direktorica dr.sc. Irena Peršić Živadinov je članica Upravnog odbora klastera i zamjenica predsjednice Upravnog odbora. Također, direktorica TZ Kvarnera dr. sc. Irena Peršić Živadinov članica je Znanstvenog vijeća Referentnog centra za zdravstveni turizam i medicinski programirani odmor, te je aktivna u kreiranju strateških aktivnosti i rješavanju problematike u zdravstvenom turizmu Kvarnera.

Cilj klastera je objedinjavanje ponude i zajednička promocija, apliciranja na javne pozive ministarstava RH i fondova EU, edukacija članova klastera, zajedničko istraživanje i razvoj, te druge aktivnosti. Tz Kvarnera je kao članica klastera i u sklopu razvoja zdravstvenog turizma kao turističkog proizvoda, još tijekom 2017. godine pristupila analizi stanja na tržištu zdravstvenog turizma i višegodišnjem, faznom projektu, u suradnji s Fakultetom za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Opatija, Sveučilišta u Rijeci, pod nazivom „Podizanje konkurentnosti zdravstveno-turističke ponude kao temelja ostvarenja odrednica nacionalnog programa razvoja zdravstvenog turizma Republike Hrvatske“. Projekt se provodi kao pilot projekt operacionalizacije nacionalne razine ranga zdravstvenog turizma, a temeljem činjenice da je zdravstveni turizam Strategijom razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. definiran kao primarni turistički proizvod Kvarnera u svim segmentima (wellness, lječilišni, medicinski). Isto je u skladu i sa Strateškim planom razvoja turizma Kvarnera te Strateškim i Operativnim marketing planom 2016.-2020. godine. Nakon u 2017. godini odrađene prve dionice projekta „Metodološki okvir istraživanja konkurentnosti zdravstveno-turističke ponude turističke destinacije Kvarner slijedom odrednica strateških dokumenata Republike Hrvatske“, u 2018. godini izrađeni su podprojekti, odnosno druga i treća dionica:

- Situacijska analiza, u okviru koje je uključeno empirijsko istraživanje dostignutog stupnja razvoja zdravstveno-turističke ponude Kvarnera, te ocjena mogućnosti implementacije uspješnih modela razvijenih i konkurentskih destinacija zdravstveno-turističke ponude s naglaskom na ocjenu stavova odgovornog menadžmenta (ponuda) o mogućnostima razvoja zdravstveno-turističkog proizvoda Kvarnera;

Dosadašnji rezultati ovog istraživanja su prezentirani javnosti na slijedećim konferencijama na Kvarneru:

- a. Na konferenciji „Tourism & Hospitality Industry 2018“, u organizaciji Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Opatija, Sveučilišta u Rijeci, objavljeno u Congress Proceedings (320-345) pod nazivom „HEALTH TOURISM DEVELOPMENT RESEARCH FRAMEWORK AT THE DESTINATION LEVEL“
- b. Na konferenciji CIHT- Crikvenica International Health Tourism Conference, sažetak objavljen u brošuri konferencije, te na www stranicama konferencije pod nazivom „IS THE KVARNER TOURISM DESTINATION FOLLOWING THE EU SCENARIOS FOR HEALTH TOURISM DEVELOPMENT“

Prezentacije, objave i sudjelovanje na stručnim panelim zasigurno doprinosi povećanoj vidljivosti branda Kvarner Health and Wellbeing, kao i reješavanju problematike sektora zdravstvenog turizma.

TZ Kvarnera surađuje s Klasterom zdravstvenog turizma na Kvarneru, te je zdravstveni turizam i nadalje jedan od najvažnijih turističkih proizvoda na Kvarneru. Osim aktivnog sudjelovanja u radu Upravnog odbora Klastera, većina promidžbenih aktivnosti na temu ponude zdravstvenog turizma tijekom 2018. godine organizirana je i odrađena u suradnji s Klasterom zdravstvenog turizma Kvarnera. TZ Kvarnera organizirala je niz promotivnih aktivnosti s ciljem predstavljanja ponude zdravstvenog turizma, kao što su:

- TZ Kvarnera bila je pokroviteljem CIHT – Crikvenica International Health Tourism Conference, koja je održana u 8. i 9. studenoga 2018. godine u Crikvenici,
- pod kreiranom i usvojenom sintagmom „Kvarner Effekt“ koji govori o zdravstvenom turizmu na Kvarneru, održane su brojne druge prezentacije i aktivnosti oglašavanja

BERLIN, ITB – PONUDA ZDRAVSTVENOG TURIZMA - nastup na sajmu, press konferencija i prezentacije zdravstvenog turizma

TZ Kvarnera je u 2018. godini, nakon tri godine nastupa na posebnom štandu Kvarnera u hali za opću turističku ponudu, zakupila dodatni prostor u posebnoj hali, odnosno paviljonu za zdravstveni turizam (Medical Tourism Segment Pavillion), čime je taj prostor postao platforma za plasman proizvoda zdravstvenog turizma na Kvarneru, gdje su predstavnici Klastera zdravstvenog turizma Kvarnera bili prisutni cijelo vrijeme trajanja sajma i imali mogućnost u direktnom kontaktu s partnerima i posjetiteljima dati informacije „iz prve ruke“.

Također, TZ Kvarnera sudjelovala je na press konferenciji dana 8.3.2018. godine, u organizaciji Njemačkog zdravstvenog i wellness udruženja (Deutscher Medical Wellness Verband) i Klastera zdravstvenog turizma Kvarnera, gdje je održala prezentaciju pod nazivom „Kvarner Health – Luft holen und gesund werden“, o pozicioniranju regije Kvarner kao destinacije zdravlja, o razvoju i aktualnoj ponudi zdravstvenog turizma, kao značajnog segmenta turističke ponude Kvarnera. U sklopu prezentacije, TZ Kvarnera posebno je predstavila Thalassoterapiju Opatija, Thalassoterapiju Crikvenica, Terme Selce, kao i druge članove Klastera. Prezentacijom se ukazalo na utjecaj boravka na Kvarneru na opće zdravlje turista, kao i na mogućnosti za razne tretmane, od korištenja klimatskih pogodnosti u tretmanima thalassoterapijama, aromaterapijama, plućnim rehabilitacijama i utjecaju na astmatična stanja i drugo, te o medicinskim tretmanima u klinikama. Također, svi sudionici prezentacije i press konferencije bili su po završetku prezentacije pozvani na druženje na štandu Kvarnera, gdje su degustirali vrbničku žlahtinu i domaći sir, te u direktnom kontaktu s kvarnerskim izlagačima saznali više detalja o cjelokupnoj turističkoj ponudi na Kvarneru.

Dodatno je na tematskoj bini za zdravstveni turizam, u sklopu paviljona za zdravstveni turizam, TZ Kvarnera dana 9. 3. 2018. održala prezentaciju o turističkoj ponudi Kvarnera, s naglaskom na zdravstveni turizam.

BUY CROATIA – tematska poslovna radionica za zdravstveni turizam na Kvarneru od 19. – 21. 4. 2018. i inspekcijski posjet turističkih agenata za zdravstveni turizam iz 7 zemalja

- Po četvrti puta Kvarner je bio domaćin susreta ponude i potražnje u jednom od najvažnijih segmenata turističke ponude na Kvarner – zdravstvenom turizmu. Naime, u organizaciji Turističke zajednice Kvarnera, Turističke zajednice grada Crikvenice i Hrvatske turističke zajednice, te uz potporu turističke zajednice Grada Opatije, organiziran je poseban dvodnevni program boravka odabranih agenata iz 7 zemalja: Austrije, Švicarske, Njemačke, Češke, Švedske, Rusije i Francuske, koji su specijalizirani za zdravstveni turizam. Agenti su boravili u Crikvenici, gdje je

danas u hotelu „Omorika“ održana tematska poslovna radionica pod nazivom Buy Croatia, na kojoj su se agenti susreli s hrvatskim partnerima.

Strani sudionici imali su priliku obići i upoznati se s ponudom najvažnijih klinika, institucija, specijalnih bolnica i lječilišta, kao i hotela, te se susresti s ravnateljima, liječnicima specijalistima i managerima tih ustanova. Zahvaljujući suradnji i susretljivosti domaćina, agenti su posjetili specijalnu bolnicu za medicinsku rehabilitaciju bolesti respiratornih organa i lokomotornog sustava Thallasoterapia Crikvenica, polikliniku za baromedicinu Oxy u Crikvenici, te polikliniku Terme Selce. U posjetu Opatijskoj rivijeri upoznali su se s radom Klinike za liječenje, rehabilitaciju i prevenciju bolesti srca i krvnih žila Thalassotherapie Opatija, te sa Specijalnom bolnicom za ortopediju dr. Nemeč i klinikom sportske medicine u Matuljima. Kvarner je predstavljen kao destinacija zdravlja, kao moderna turistička destinacija s najdužom tradicijom u turizmu i to upravo u zdravstvenom turizmu, gdje zahvaljujući kontinuiranim aktivnostima na unapređenju i promociji zdravstvenog turizma, pod nazivom Kvarner Health&Wellbeing, kao i sinergiji svih gospodarskih subjekata u domeni zdravstvene ponude, a posebice i djelovanju Klastera zdravstvenog turizma, danas Kvarner ima respektabilnu infrastrukturu i profesionalno osoblje spremno odgovoriti zahtjevima svjetskog tržišta.

- U suradnji s Klasterom zdravstvenog turizma Kvarnera, regija Kvarner bila je predstavljena u sklopu sljedećih aktivnosti:

Datum	Zemlja	Aktivnost/Sajam/Konferencija
01.-03.03.	Hrvatska	HTI Conference u Zagrebu
07. - 11.03.	Njemačka	ITB Sajam u Berlinu
15.05.	Hrvatska	Strategija pametne specijalizacije RH 2016.-2020.- "Zdravstvene usluge i nove metode preventivne medicine i dijagnostike"
21.-24.05.	Grčka	IMTJ Medical Travel Summit u Ateni
12.06.	Poljska	Eastern Health and Medical Tourism Summit- Eastern Europe 2018.
16. i 17.06.	Hrvatska	1. Hrvatski kongres estetske medicine s međunarodnim sudjelovanjem
31.08.-02.09.	Hrvatska	1. Znanstvenostručni kongres "Lječilišni turizam i prirodni ljekoviti činitelji"
18.09.	Hrvatska	Croatian-Slovenian Symposium of Pharmacoeconomics & Outcomes Research- "Patient access to medical innovation- regional challenges & initiatives"
20.09.	Hrvatska	Mađarsko-hrvatski gospodarski forum "Zdravstvena industrija" u Rijeci
18.-20.09.	Hrvatska	Ministarska konferencija HLM Initiative China + 16 u Dubrovniku
25.09.	Hrvatska	Konferencija Može li hrvatski turizam 365?
01.-04.11.	Švicarska	Swiss International Holiday Exhibition u Luganu
08. i 09.11.	Hrvatska	Crikvenica International Health Tourism Conference
29.11.-02.12.	Slovenija	Sajam Narava-Zdravje u Ljubljani

II.2.1.4. Kvarner Culture

TZ Kvarnera u cilju produljenja turističke sezone i poboljšanja kvalitete turističke ponude radi na razvoju kulturnog turizma, a u sklopu drugih projekata u kojima je TZ Kvarnera partner ili pokrovitelj sustavno se razvijaju pojedini segmenti ponude kulturnog turizma. Tematska brošura

„Lica kulturnog identiteta“ u izdanju TZ Kvarnera nalazi se na Internet stranici TZ Kvarnera, odnosno dostupna je u digitalnom izdanju u više jezičnih varijanti.

U 2018. godini otisnut je tematski letak „Kvarner Cultural Heritage“ na engleskom jeziku, koji predstavlja 3 istaknute teme koje su dominirale 2018. godinom: Obilježavanje 900 godina Frankopana, pomorske festivale tradicijskih barki na Kvarneru, te muzej Apoksiomena u Malom Lošinj.

Također, u 2018. godini TZ Kvarnera pristupila je razvoju novog brenda pod nazivom Kvarner Culture, a prvi podbrand je Maritime Heritage, koji je primijenjen u sklopu obilježavanja markacija u projektu zaštite pomorske, ribarske i brodograđevne baštine Mala barka 2.

Započelo se s uvođenjem markacija lokacija maritimne baštine i s tim u vezi s uvođenjem novog brenda pod radnim nazivom „Kvarner Culture – Maritime Heritage“.



Uslijed angažiranosti na projektima financiranih iz EU fondova, na kojima je TZ Kvarnera partner, mahom zadužen za kreiranje i promociju proizvoda iz domene kulturnog turizma, većina aktivnosti odrađena je u sklopu projekata:

- 1) Mala barka 2 - u 2018. godini se slijedom projekta „Mala barka 2“ (sufinanciranog iz EU fondova) posebna pažnja posvećivala maritimnoj baštini Kvarnera, što ostaje trajnim zadatkom.
- 2) Kulturno–turistička ruta „Putevima Frankopana“ - iz programa Operativni program Konkurentnost i kohezija „Priprema i provedba integriranih razvojnih programa temeljenih na obnovi kulturne baštine“
- 3) Claustra Plus - jedan od osnovnih ciljeva projekta je definiranje i oživljavanje nove kulturno-turističke destinacije temeljene na ostacima kasnorimskog unutarnjeg obrambenog sustava – iz programa Interreg Slovenija – Hrvatska.
- 4) Art Vision + predstavlja projekt kreiranja IT platforme ponude i potražnje u domeni kulturnog turizma, a iz programa Interreg Italy – Croatia.

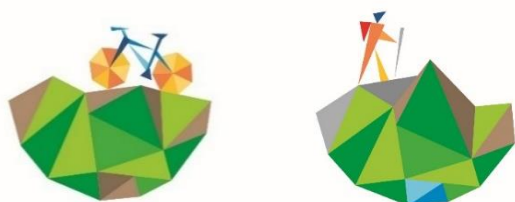
U svim promidžbenim aktivnostima tijekom 2018. godine isticane su kulturne atrakcije, a gosti, novinari i partneri upoznavani s kulturnim identitetom Kvarnera, što je značajan motiv dolaska u destinaciju. Također, u svim prezentacijama i drugim aktivnostima isticano je kao najava da je Rijeka EPK 2020, te će se nastaviti s aktivnostima na tom projektu. Organizirana su posebna

studijska putovanja novinara, odnosno njihovi boravci u Rijeci, specifično na temu Rijeka EPK 2020.

Više pod VI.2. Suradnja s međunarodnim institucijama i EU fondovi: EU projekti u 2018 - TZ Kvarnera kao partner

II.2.1.5. Kvarner Outdoor

Početkom 2018. godine, TZ Kvarnera organizirala je i provela program edukacije za licencirane



KVARNER **KVARNER**
Biking Trails *Hiking Trails*

biciklističke vodiče za područje Kvarnera. U sklopu programa odrađena su gradiva važna za pružanje kvalitetne i sigurne usluge biciklističkih vodiča: kartografija, orijentacija, fiziologija, sportska prehrana i trening, izrada biciklističkih paketa, upravljanje grupom biciklističkih turista i vođenja, prva pomoć, tehnike vožnje, terensko servisiranje bicikla, kao i upoznavanje sa zakonskom regulativom. Ukupno 24 polaznika dobilo je Uvjerenje o

položenom stručnom osposobljavanju na osnovi kojega je pri Hrvatskom biciklističkom savezu svim uspješnim polaznicima dostavljena licenca biciklističkog vodiča za 2018. godinu.

Nadalje, PGŽ je u suradnji s TZ Kvarnera naručila i započela s izradom Operativnog plana razvoja cikloturizma na području Kvarnera. Očekuje se da će Operativni plan dati smjernice za daljnji razvoj, ali i za nastavak već započetih aktivnosti, posebno u dijelu promocije aktivnog odmora kroz manifestacije koje su zasigurno čvrst motiv dolaska, te produžuju turističku sezonu. Tako je Turistička zajednica Kvarnera nastavila s pružanjem potpora manifestacijama koje su motiv dolaska na Kvarner. Pohvalno je svakako ovogodišnje domaćinstvo Lošinja ekstremnoj biciklističkoj spust utrci World cup – Downhill Lošinj. World cup Downhill Lošinj smatra se unikatnom utrkom s obzirom na to da su natjecatelji pedalirali kroz urbano područje što je bio prvi slučaj u svjetskom kupu. Također, Red Bull Media House, te 19 televizijskih kuća koje su otkupile prava prijenosa, prijenosom uživo omogućile su prijenos u 99 zemalja, a procijenjuje se da je utrku uživo pratilo više od milijun gledatelja. Nastavilo se sa pružanjem potpore biciklističkoj utrci svjetskog ranga „Tour of Croatia“, pa etapnoj brdsko rekreativnoj biciklističkoj utrci „4 islands MTB stage race 2018.“, koja se odvijala na kvarnerskim otocima – Krku, Cresu, Lošinju i Rabu, trail running utrkama pod nazivom Kvarner trails (Učka trail, Risnjak trail, Hahlići trail, 5 islands trail running utrke), koje tijekom pred i posezone dovode sve veći broj trkača, koji utrke spajaju s godišnjim odmorom. U tijeku je priprema izrade brošure.

U 2018. godini je proveden i Javni poziv za brendiranje ronilačkih centara koji zadovoljavaju određene kriterije. Na natječaj se javilo 12 ronilačkih centara, a obilazak povjerenstva je u tijeku.

Regionalni sportsko rekreacijski i turistički centar Platak

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

II.2.2. Cruising

TZ Kvarnera nastavila je s nastojanjima dovođenja cruisera u kvarnerski akvatorij. Tako su u suradnji s Lučkom upravom Rijeka predstavljene mogućnosti Rijeke kao luke, te Kvarnera kao izletničke i privlačne destinacije za goste broda. Brodari dobro reaguju na prezentaciju regije, s obzirom da je Kvarner neotrikvna destinacija, te se nameće kao moguća nova točka ticanja na Mediteranu. Rezultat intenzivnih aktivnosti (od nastupa na specijaliziranim sajmovima, izdavanja brošure namijenjene isključivo brodarima, učlanjenjem u asocijaciju „MedCruise“, prisustvovanje Generalnim Skupštinama MedCruisa, održavanje B2B sastanaka, direktnog kontaktiranja brodara i dr.) jest uplovljavanje 11 cruisera u Riječku luku.

TZ Kvarnera je u suradnji s TZG Rijeke i Lučkom upravom Rijeka organizirala dobrodošlicu gostima, na način da su postavljeni štandovi s autohtonim proizvodima, te su djevojke odjevene u narodne nošnje nudile smokve i rakiju.

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

Tijekom 2018. godine TZ Kvarnera održala je i /ili sudjelovala na brojnim sastancima, konzultacijama i radionicama s MINT-om i HTZ-om, vezano uz upravljanje destinacijom i problematikom od zajedničkog interesa i suradnje na svim razinama.

U srpnju 2018. godine ministar turizma Gari Cappelli posjetio je Opatiju povodom Dana Grada Opatije. Tom prilikom ministar se sastao s opatijskim gradonačelnikom Ivom Dujmićem i svim načelnicima općina liburnijske rivijere koji su mu predstavili projekt zajedničkog nastupa na turističkom tržištu. Sastanku je nazočila direktorica TZ Kvarnera dr.sc. Irena Peršić Živadinov.

III. KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI

III.1. ONLINE KOMUNIKACIJE

III.1.1. Internet oglašavanje

Na Facebook stranici Visit Kvarner se na dnevnoj bazi postavljaju „postovi“ i informacije vezani uz proizvode, događanja, mikro lokacije ili druge zanimljivosti za pratitelje FB Visit Kvarner.

TZ Kvarnera je u 2018. godini, u suradnji s marketinškom agencijom odradila media plan destinacije, te tako kroz razne turističke portale, zatim tražilice, te društvene mreže promovirala Kvarner kroz proizvode „Kvarner Gourmet & Food“, „Kvarner Family“, „Kvarner kamping“, „Kvarner Outdoor“, „Kvarner Health&Wellbeing“, te opću ponudu Kvarnera...Kampanja je odrađena u Austriji, Njemačkoj, Danskoj, Norveškoj, Švedskoj, Italiji, Nizozemskoj i Sloveniji. Oglašavanja za Google prikazivačke (GDN) (Skandinavija, Italija i Slovenija), prikazivačke Display (Austrija, Njemačka, Italija, Nizozemska i Švedska) i Facebook kampanje (Italija i Slovenija) polučile su dobre parametre i rezultate.

Glavni cilj promocije na internetu bio je predstaviti više turističkih proizvoda Kvarnera na odabranim ključnim tržištima, jačanje percepcije o destinaciji kao poželjnoj za odmor u pred i post sezoni, te dovođenje relevantnih korisnika na posebno izrađen landing page TZ Kvarner. Kod alokacije budgeta po tržištima, vodilo se računa o ostalim aktivnostima koje se odrađuju tijekom godine na pojedinim tržištima.

Kampanja je postavljena na 4 osnovna stupa – content marketing (tzv. Storytelling), zatim social marketing (oglašavanje na društvenim mrežama), display marketing (prikazivanje banneri na naprednim display mrežama te u internetskim izdanjima vodećih medija na odabranim tržištima), te mobile advertising (prikazivanje oglasa korisnicima na pametnim telefonima).

Rezultat online marketinška kampanje je:

- a) „Advertorial“ = 9.000.400 impresija / 23.070 čitatelja
- b) Social media / Facebook i Instagram = 634.100 impresija / 9.600 klikova
- c) Display advertising channels = 5.741.155 impresija / 24.200 klikova
- d) Mobile advertising channels = 3.442.240 impresija / 28.785 klikova

a) Content marketing bio je plasiran na jednom od najvećih medija u Italiji – Corriere della Sera i specijaliziranim portalima za lifestyle i outdoor Aktivni.si i Sensa.si u Sloveniji. Storytelling je jedan od najboljih formata za promociju destinacije jer kombinacija vjerodostojnog medija na kojem su korisnici navikli konzumirati sadržaj, kvalitetnih fotografija

i zanimljivih tekstova djeluje na korisnike na početku *funnela* u fazi inspiracije i razmatranja Kvarnera kao potencijalne destinacije za njihovo sljedeće putovanje. Prosječno vrijeme čitanja je između 2 i 6 minuta što pokazuje relevantnost sadržaja i interes publike.

b) Kampanja na društvenim mrežama se odvijala na dvije najveće društvene mreže – Facebooku i Instagramu. Oglasi su se prikazivali ciljnoj publici te su omogućili i dodatne prikaze prijateljima korisnika koji su reagirali na oglas (komentar, like, share). Kampanja je generirala 634.091 prikaz oglasa te 9.579 klikova na posebno izrađene web stranice TZ Kvarner.

c) Display kampanja generirala je 5.741.153 prikaza oglasa i 24.170 klikova, a korisnici su se na stranicama zadržavali u prosjeku 1 minutu i 14 sekundi što pokazuje kvalitetu prometa i zainteresiranost korisnika za sadržaj.

d) Mobile advertising kampanja rezultirala je s 3.442.241 prikazom oglasa te je generirala 28.783 klika prema stranicama TZ Kvarner. Vrijeme zadržavanja korisnika i aktivnog konzumiranja sadržaja na stranici je između 1 minute i 26 sekundi i 2 minute i 44 sekunde, što također pokazuje visoku zainteresiranost korisnika za sadržaj stranice i ponudu Kvarnera.

Na „Display advertising channels“ se korisnik zadržavao u prosjeku 1 min i 47 sekundi, a istraživanja su pokazala da se kampanja smatra uspješnom, ukoliko se korisnik zadrži 1 minutu i 14 sekundi, što dokazuje da je kampanja dobro osmišljena i odrađena, te je doprijela do krajnjeg korisnika. Na „Mobile advertising channels“ su se posjetitelji zadržavali 2 minute i 44 sekunde.

III.1.2. SEO i SEM strategija

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

III.1.3. Upravljanje Internet stranicom

Web portal usmjeren je na ciljne tržišne segmente, a dostupan je na hrvatskoj, engleskoj, njemačkoj i talijanskoj verziji, a za 9 jezičnih mutacija dostupne su uvodne stranice.

U razdoblju od 1.1. do 31.10.2018. godine web portal www.kvarner.hr je imao 217.041 posjeta i 172.381 posjetitelja od čega 87% čine posjetitelji koji su stranice posjetili prvi put, a 13% posjetitelja je već pregledavalo sadržaj web stranica.

Najposjećenija jezična verzija je stranica na hrvatskom jeziku (40%), slijedi engleska jezična verzija koja je zastupljena s 21%, potom njemačka s 19%, a 7% od ukupne posjećenosti ostvareno je na talijanskoj jezičnoj verziji. Udjel od preostalih 13% otpada na sve ostale jezične mutacije.

U 2017. godini započete su aktivnosti koje prethode samoj izradi novih web stranica TZ Kvarnera čija izrada se nalaže Strateškim planom razvoja turizma Kvarnera sa strateškim i operativnim marketing planom 2016.-2020. godine.

Tijekom 2018.godine provedena je analiza trenutnog stanja weba kvarner.hr (analiza portfelja, analiza performansi web stranica, analiza upravljanja web stranicom, analiza ključnih komponenti web stranice, integracija web stranice s ostalim platformama, usporedba performansi sa strateškim ciljevima te usporedba analize s primjerima dobre prakse i analiza konkurencije). Dobiveni rezultati su se koristili za definiranje web strategije.

WEB STRATEGIJA – ANALIZA TRENUTNOG STANJA

Analiza trenutnog stanja web stranice kvarner.hr bila je prva faza u projektu izrade web strategije za TZ Kvarner, a izvršeno je:

- *Analiza portfelja (aplikacije, specijalizirane stranice, itd)*
- *Analiza performansi web stranica* – napravljena je na nizu parametara poput brzine učitavanja stranice, meta tagova koji se koriste (Meta tag je HTML kod koji pruža podatke o web stranici: tko ju je kreirao, koliko često se ažurira, o čemu se radi i koje ključne riječi predstavljaju sadržaj stranice. Najvažniji meta tagovi su naslov (title), ključne riječi (key words) i opis (description), potrebnih datoteka koje stranica treba imati
- *Integracija web stranice s ostalim platformama*
- *Analiza upravljanja web stranicom*
- *Usporedba performansi sa strateškim ciljevima*
- *Analiza ključnih komponenti web stranice (dizajn, pristupačnost, sadržaj,...)*
- *Usporedba analiza s primjerima dobre prakse (benchmark analiza) i analiza konkurencije*

Cilj analize trenutnog stanja je osigurati kvalitativne i kvantitativne podloge potrebne za definiranje dugoročno održive web strategije.

SAŽETAK KLJUČNIH NALAZA – analiza trenutnog stanja:

1. Primijećena je neusklađenost sadržaja s interesima ciljnih skupina kao i nedostatak personalizacije.
2. Uočen je nedostatak vizualne konzistentnosti od regionalne do lokalne razine, mnogi imaju zasebne vizualne smjernice.
3. Otežan je način "konzumacije" sadržaja na Kvarner.hr jer se stranice većinom sastoje od većeg komada teksta (kao Word dokument). Ovo utječe na smanjivanje interesa korisnika, odlazak s weba i pronalazak željenih informacija i inspiraciju za odmor negdje drugdje.
4. Web nije prilagođen za manje ekrane (mobile, tablet) i dobrim dijelom je neupotrebljiv. Korisniku je na takvim uređajima pronalazak željenih informacija otežan, pa je samim time i korisničko iskustvo loše. Budući da je mobile/tablet "promet" u odnosu na desktop cca 50%-50%, gubi se polovica posjeta.
5. Elementi stranice su nedorečeni: karta, "moj planer" koji sprema samo pretrage, a ne događanja, "podijelite iskustvo" ne dopušta dijeljenje iskustava itd.
6. Nije u potpunosti iskorištena mogućnost društvenih mreža u podršci weba

ZAKLJUČAK: Web stranica kvarner.hr ima snažan prostor za unapređenje elemenata/performansi i prilagodbu današnjim web standardima (korisničkim, vizualnim, tehničkim). Primarni potencijal leži u unapređenju funkcionalnosti, personalizacije iskustva i povezivanju s ostalim kanalima.

WEB STRATEGIJA – DEFINIRANJE WEB STRATEGIJE

Ključni nalazi analize su adresirani kroz fazu II – izrada web strategije tako da se za njih nudi konkretan prijedlog rješenja.

Da bi se definirala web strategija održana je radionica na kojoj je definirano strateško pozicioniranje i ciljevi za kvarner.hr. Pristupilo se usklađivanju strateških ciljeva kvarner.hr sa strategijom i strateškim ambicijama Kvarnera, definirani su novi KPI-jevi (ključni pokazatelji interesa) te smjernice za novu web stranicu (struktura portfelja, dizajn, funkcionalnost, tehnologija).

ZAKLJUČAK:

Kvarner.hr bi bio centralna stranica Kvarnera koja bi sadržavala pregled svih subregija.

Turističke zajednice mogu birati dvije opcije pozicioniranja na centralnoj Kvarner.hr stranici:

a) Centralna stranica pod kontrolom TZ Kvarner

Prebacivanje unutar kvarner.hr sustava - turističke zajednice mogu uređivati svoju stranicu za koju će se pripremiti template koji bi obuhvatio sve potrebne funkcionalnosti za predstavljanje te turističke zajednice. Također turistička zajednica bi imala template za događanja i turističke proizvode. Postojeća domena bi se preusmjeravala na tu stranicu.

b) Neovisne stranice lokalne turističke zajednice

Ako turistička zajednica već ima vanjsku web stranicu koju bi željela i dalje koristiti tada se na centralnoj stranici nalazi samo kratki opis s bazičnim informacijama i ključnim fotografijama te link na vanjsku postojeću stranicu. U tom slučaju i svi informacije za područje djelovanja bi se nalazile na toj stranici i ne bi bile pod kontrolom TZ Kvarnera.

Odabrani model pruža dovoljnu fleksibilnost za dionike koji žele biti unutar kvarner.hr kao i za one koji žele ostati samostalni.

Idući korak je izrada strukture i arhitekture weba.

III.2. OFFLINE KOMUNIKACIJE

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

Hrvatska turistička zajednica raspisala je u rujnu 2017. godine Javni poziv za udruženo oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora u 2018. godini. HTZ je odobrio ukupan iznos za regiju Kvarner za sve modele, pa je bilo potrebno donijeti odluku o rasporedu sredstava po modelima. Novina ovogodišnjeg Javnog poziva je odvajanje avio oglašavanja iz ovog poziva, definiranje raspodjele sredstava unutar modela, te prepuštanje kompletne administracije i nadzora provođenja Javnog poziva županijskim turističkim zajednicama.

Potpora gospodarskim subjektima, nositeljima smještajne ponude; model I b; ukupna vrijednost odobrene kampanje – oko 4 mln kn / udjel TZ Kvarnera 230.000 kn; udjel tvrtki oko 2 mln kn, lokalnih TZ-a oko 700.000 kn, te 1 mln kn HTZ. Media planovi 30-ak tvrtki s područja Kvarnera realizirani su skoro u cijelosti.

Destinacijski programi - Model I d (oglašavanje destinacijskih programa) –model I c – ukupna vrijednost – oko 1,1 mln kn / nositelj (agencija) 590.000 kn / udružena sredstva na Kvarneru 280.000 kn / HTZ 280.000 kn. Radi se o sufinanciranju posebnih programa destinacije koji imaju za cilj privući što veći broj gostiju tijekom pred i posezone.

Javni poziv HTZ-a za strateške projekte / AVIO OGLAŠAVANJE

Na Javni poziv HTZ-a, avio prijevoznici su u srpnju s Predstavništvima HTZ-a u inozemstvu kandidirali svoje programe / promotivna kampanja. Prethodio je tome niz razgovora i pregovora, te je zaključno ugovoreno kako slijedi:

Odobreno od HTZ-a:

Odobrene kandidature za 2018. godinu			BRUTTO iznosi (u kn i euro)		
AVIO PRIJEVOZNIK / Touroperator	rute	razdoblje letenje	ukupno	HTZ	UDRUŽENA SREDSTVA NA KVARNERU
RYANAIR	Stockholm London Bruxelles Frankfurt	1.4. - 31.10.2018. 1.7. - 30.8.2018. 1.7. - 30.8.2018. 1.4. - 31.10.2018.	2.195.043,75 kn	1.097.521,88 kn	1.097.521,88 kn
			292.672,50 €	146.336,25 €	146.336,25 €
EUROWINGS	Koln Dusseldorf Hamburg Berlin Stuttgart	1.1. - 31.12.2018. 22.5. - 21.10.2018. 6.5. - 25.10.2018. 7.4. - 27.10.2018. 20.5. - 25.10.2018.	656.250,00 kn	328.125,00 kn	328.125,00 kn
			87.500,00 €	43.750,00 €	43.750,00 €
NORDICA AVIATION GROUP	Tallin	12.5. - 29.9.2018.	108.571,88 kn	54.285,94 kn	54.285,94 kn
			14.476,25 €	7.238,13 €	7.238,13 €
Thalasso no.1 / charter /	Paris	14.4. - 4.10.2018.	843.750,00 kn	421.875,00 kn	421.875,00 kn
			112.500,00 €	56.250,00 €	56.250,00 €
CROATIA AIRLINES	Munchen	1.5. - 27.10.2018.	913.750,00 kn	456.875,00 kn	456.875,00 kn
			121.833,33 €	60.916,67 €	60.916,67 €
CROATIA AIRLINES	Munchen	1.11. - 31.12.2018.	1.068.750,00 kn	534.375,00 kn	534.375,00 kn
			142.500,00 €	71.250,00 €	71.250,00 €
UKUPNO ZA UDRUŽITI:			5.786.115,63 kn	2.893.057,81 kn	2.893.057,81 kn
			771.482,08 €	385.741,04 €	385.741,04 €

Dodatno samostalno sufinanciranje (bez HTZ-a):

Dodatni zahtjevi ZL Rijeka			BRUTTO iznosi (u kn i euro)
AVIO PRIJEVOZNIK	rute	razdoblje letenje	ukupno
EUROWINGS - Dodatni zahtjev za jednu liniju / HANNOVER	Hannover	4.6. - 30.9.2018.	1.228.125,00 kn
			163.750,00 €
DODATNE KANDIDATURE :			1.228.125,00 kn
			163.750,00 €

Sveukupno

POTREBNO PODMIRITI PREMA AVIO KOMPANIJAMA U 2018. GODINI (prema Javnom pozivu HTZ-a)	brutto iznos koji snosi Kvarner	brutto udjel HTZ-a	brutto udjel ZL Rijeka
Ryanair, Eurowings, Nordica, Thalasso no.1, Croatia Airlines	2.893.057,81 kn	2.893.057,81 kn	0,00 kn
Ryanair	1.097.521,88 kn	1.097.521,88 kn	0,00 kn
Eurowings	328.125,00 kn	328.125,00 kn	0,00 kn
Nordica	54.285,94 kn	54.285,94 kn	0,00 kn
Thalasso	421.875,00 kn	421.875,00 kn	0,00 kn
Croatia Airlines	991.250,00 kn	991.250,00 kn	0,00 kn
I. UKUPNO UGOVORENO (udjel Kvarnera, 50%)	2.893.057,82 kn	2.893.057,82 kn	0,00 kn
II. DODATNO / SAMOSTALNO - Eurowings	1.230.000,00 kn	0,00 kn	1.585.000,00 kn
I+II	4.123.057,82 kn	2.893.057,82 kn	1.585.000,00 kn
SVEUKUPNO	8.601.115,63 kn		

Kampanja oglašavanja, ovisno o avio prijevozniku podrazumijeva promociju letova, pa su tako odrađene kampanje sa avio prijevoznicima, a ostvaren je promet kako slijedi:

- **Ryanair** – mrežne stranice, Facebook kampanja, Instagram
- **Eurowings** – inflight magazin, table advertising, čaše (u avionu), naljepnica na avionu, boarding pass
- **Nordica Aviation Group** – outdoor banneri (vanjsko plakatiranje)
- **Thalasso no. 1** – taxi advertising, Vente Privee portal
- **Croatia Airlines** – newswtteri, kolica u avionu, inflight magazin, video ekrani u avionu

AVIOPRIJEVOZNIK	DESTINACIJA	ZRAKOPLOVI (operacije)			PUTNICI (dol.+odl.)		
		I-X 2017.	I-X 2018.	INDEKS	I-X 2017.	I-X 2018.	INDEKS
TRADE AIR	SPLIT - DUBROVNIK	165	171	103,6	1.522	1.416	93,0
	OSIJEK - ZAGREB	165	171	103,6	941	770	81,8
UKUPNO TRADE AIR		330	342	103,6	2.463	2.186	88,8
UKUPNO REDOVITI DOMAĆI PROMET		330	342	103,6	2.463	2.186	88,8
CROATIA AIRLINES	LONDON (HEATHROW)	50			3.996		
	MÜNCHEN	136	134	98,5	7.227	7.457	103,2
UKUPNO CROATIA AIRLINES		186	134	72,0	11.223	7.457	66,4
RYANAIR	STOCKHOLM (SKAVSTA)	124	116	93,5	20.224	18.998	93,9
	FRANKFURT		82			12.765	
	LONDON (STANSTED)	70	36	51,4	11.643	6.048	51,9
	BRUSSELS	36	32	88,9	5.656	4.921	87,0
UKUPNO RYANAIR		230	266	115,7	37.523	42.732	113,9
GERMANWINGS/EUROWINGS	KÖLN	128	164	128,1	13.855	16.119	116,3
	STUTTGART	112	96	85,7	10.967	10.003	91,2
	HAMBURG	100	98	98,0	10.593	11.751	110,9
	DÜSSELDORF	62	94	151,6	7.946	12.175	153,2
	BERLIN (TEGEL)	62	120	193,5	6.612	12.662	191,5
UKUPNO GERMANYWINGS / EUROWINGS		498	618	124,1	51.669	66.185	128,1
LAUDA MOTION (karte prodaje Ryanair)	BERLIN (TEGEL)		84			12.537	
CONDOR	FRANKFURT		118			13.912	
AIR BALTIC	RIGA	72	68	94,4	7.775	6.887	88,6
TRANSAVIA	EINDHOVEN		34			5.018	
NORWEGIAN AIR SHUTTLE	OSLO	16	16	100,0	2.246	1.995	88,8
LOT	TALLIN	60	52	86,7	4.635	3.677	79,3
UKUPNO REDOVITI MEĐUNARODNI PROMET		1.062	1.390	130,9	115.071	160.400	139,4
UKUPNO REDOVITI PROMET		1.392	1.732	124,4	117.534	162.586	138,3
REGOURD AVIATION	OSIJEK (u dolasku iz PMO prazan)		2			32	
CROATIA AIRLINES	SPLIT		2			70	
UKUPNO DOMAĆI CHARTER PROMET			4			102	
ENTER AIR	PARIS (CDG)		44			3.317	
ARKIA ISRAELI AIRLINES	TEL AVIV	42	38	90,5	5.034	4.641	92,2
CSA	KOŠICE	14	20	142,9	713	850	119,2
ADRIA AIRWAYS	GOTEBORG / GOTEBORG, NORRKOPING, KARLSTAD (prazni letovi iz/za Ljubljano)	14	38	271,4	1.377	2.781	202,0
TRAVEL SERVICE	GOTEBORG, STOCKHOLM (prazni letovi iz/za Bratislavu)		4			365	
AIR BALTIC	VIENNA		6			209	
AUSTRIAN AIRLINES	VIENNA		2			42	
TRADE AIR	OSLO		4			133	
SMALL PLANET AIRLINES	WARSAW	36			5.764		
CORENDON AIRLINES EUROPE	TEL AVIV		4			403	
ISRAIR AIRLINES	TEL AVIV	4			350		
CROATIA AIRLINES	TEL AVIV	4			337		
BULGARIA AIR	SOFIA	30			1.497		
	VARNA	6			513		
UKUPNO BULGARIA AIR		36			2.010		
GERMANIA	DRESDEN	6			462		
UKUPNO MEĐUNARODNI CHARTER PROMET		156	160	102,6	16.047	12.741	79,4
UKUPNO CHARTER PROMET		156	164	105,1	16.047	12.843	80,0
SVEUKUPNO		1.548	1.896	122,5	133.581	175.429	131,3

Izvor: ZL Rijeka

III.2.2. Opće oglašavanje

Opće oglašavanje obuhvaća prigodne, ad hoc oglase tijekom godine.

III.2.3. Odnosi s javnošću i newsletter

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

Redoviti newsletter

Priprema, oblikovanje i distribucija skupnih „newslettera“ na različite teme, koji se šalju krajnjim korisnicima (cca. 17.300 adresa) i odabranim, prvoklasnim novinarima/medijima (cca.1.500-2.000 kontakata), kako za tiskana, tako i za elektronska izdanja te društvene mreže, i to za opću turističku ponudu i za specijalizirane teme sukladno proizvodnom portfelju TZ Kvarnera. Svrha newslettera je s jedne strane da pobudi interes medija i novinara za Kvarnera a s druge da krajnje korisnike motivira za dolazak na Kvarner.

Uz navedene „newslettere“, slijedom suradnje A.R.T. Redaktionsteama s pojedinim hotelijerima s područja Kvarnera (Hotel Miramar, Kvarner Palace i Navis) izrađeni su i drugi newsletteri od čijih objava je profitirala i čitava regija.

Siječanj

10.01.2018: Zvoncari im Kvarner - Karneval als UNESCO-Weltkulturerbe

Veljača

02.02.2018: NEU: Das gratis KVARNER MAGAZIN 2018 für Ihre Ferienplanung

28.02.2018: Kvarner Bucht für Foodies und Gourmets + Presseeinladung

Ožujak

22.03.2018: Medical Wellness an der Adria

Travanj

20.04.2018: Ferien auf vier Pfoten

Svibanj

03.05.2018: Gourmet-Hideaways an der Opatija Riviera (Kvarner, Kroatien)

08.05.2018: Wandern zwischen Himmel und Meer

23.05.2018: VINITALY 2018 „Sekt des Jahres“- Auszeichnung für kroatischen Schaumwein

25.05.2018: MITAN MARINA – die neue Top-Marina am Tor zur Adria

29.05.2018: KVARNER MAGAZIN - Bleiben Sie uns weiterhin treu!

Srpanj

05.07.2018: PRESSEEINLADUNG: Individuelle Genuss-Tour auf der Insel Krk/Kroatien

Listopad

10.10.2018: EINLADUNG: Presse-Lunch mit eine der Top-Regionen Kroatiens in Wien

Pojedinačna putovanja u 2018. godini – na prijedlog PR agencije za njemačko govorno područje

Termin	Ime	Medij	Područje/teme
10.-15.2.2018.	Christiane Neubauer	Freelance, Stuttgarter Zeitung	Rijeka, Opatija, zvončari, karneval
1.-3.6.2018.	Wolfgang Fercher	Keline Zeitung	Opatijska rivijera, Rijeka
9.6.2018.	Franziska Riedl	www.insiderei	Opatijska rivijera
18.-20.06.2018.	Karin Hauenstein	Freelance	
24.-28.6.2018.	Frank Heuer	fotograf	Crikvenica, Krk
1.-6.10.2018.	Udo Haafke	Badiesche Zeitung	Opatija
7.-10.9.2018.	Margarete Riepl i Helmut Neuhauser	Bild Zeitung	Učka, Opatija, Crikvenica, Krk
25.-28.9.2018.	Kurt Zeilinger + Heinz Henninger	Auto touring	Rijeka, Krk, Crikvenica

Ukupno je posredstvom PR agencije prihvaćeno 10 novinara iz Njemačke i Austrije.

Posebne PR aktivnosti 2018.

a) lobiranja i kontakti s novinarima

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

b) Posebna lobiranja i podrška prilikom priprema reportaža

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

c) Lobiranje na ITB u Berlinu:

A.R.T. RedaktionsTeam zastupao je regiju Kvarner u razgovoru s 30 odabranih novinara na ITB u Berlinu tijekom trajanja cijelog sajma.

Izdvojeni press-razgovori tijekom godine:

- 21.-25.2.2018. razgovori s novinarima na sajmu f.re.e u München
- 7.-11.3.2018.- lobiranje na ITB sajmu u Berlinu
- 3.3.2018. – individualni razgovori s novinarima na manifestaciji EatBerlin! Gourmetfestivalu
- Travanj 2018. – individualni razgovori s novinarima tijekom manifestacije FELIX u Austriji
- 27.-29.4.2018. – Food Editors Club Meetin
- Rujan i listopad 2018.- individualni razgovori tijekom obilaska redakcija u Hamburgu
- 22.10.2018. – večer s novinarima u Hamburgu
- 12.11.2018. EatBerlin meets Wien Gourmetfestival, individualni razgovori s novinarima
- Studen 2018 2018: obilazak redakcija u Beču, individualni razgovori s novinarima *pojedinačni razgovori u uredu A.R.T.-a tijekom cijele godine*

d) Dodatne reportaže

Uz PR aktivnosti za Adria-Relax-Resort Miramar, Hotel Kvarner Palace i Designhotel Navis nastale su dodatne reportaže o regiji Kvarner. Studijska putovanja novinara u hotelu Miramar, Navis i Villa Astra gotovo su uvijek rezultirale atraktivnim izvještajima o Opatiji i opatijskoj rivijeri. Reportaže o hotelu Kvarner Palace privlače značajnu pozornost na crkveničku rivijeru i otok Krk (Vrbnik). Za tour-operatora I.D Riva tours organiziran je niz press putovanja jedrenjakom po Kvarneru o kojih su izrazito profitirali Rijeka i kvarnerski otoci

e) Kvarner-Magazin

Kvarner Magazin, objavljen po prvi puta u 2015. godini, stvorio je ključnu osnovu za sveukupni rad prema novinarima i za PR aktivnosti. Tiskani magazin s integriranom kartom destinacije omogućio je direktan i nekomplikirani način informiranja novinara o raznolikosti regije. Od 2016. sastavni dio Kvarner magazina je popis hotela, hostela i kampova na Kvarneru. Izdanje Kvarner magazina i dalje prima samo pohvale svih korisnika kojima je došao u ruke, od samih gostiju koji su ga razgrabili na sajmovima i prezentacijama, novinara kojima se nudio u svim važnijim press centrima i dostavljao na kućne adrese, pa do partnera touroperatora i Predstavništava HTZ-a. Cilj Kvarner Magazina je isticanje Kvarnera kao privlačne, raznolike i cjelogodišnje turističke destinacije, potaknuti goste i novinare na osobni dolazak u destinaciju te na objavu autentičnih reportaža i priloga, koji se uobičajenim oglašavanjem ne mogu financirati. Četvrta naklada ima visak stupanj prepoznatljivosti i izrazito je tražen tijekom cijele godine, a na sajmovima je najtraženiji tiskani promo-materijal. Po prvi puta Kvarner Magazin je prilagođen i preveden na engleski jezik.

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

TZ Kvarnera obrađuje promo aktivnosti na britanskom tržištu kroz PR agenciju Julia Berg Consulting Ltd. iz Londona. Kroz produkciju tekstova na teme o turističkim proizvodima na Kvarneru, te kroz newslettere Kvarner se predstavlja kao regija Kvarner – the best kept secret. Newsletteri nisu klasični, već su to priopćenja kojima se privlači pažnja novinara, touroperatora ili gosta, na razne teme, od osnovnih informacijama o činjenicama o Kvarneru, do posebnih zanimljivosti. Za istaknuti je animacija, dovođenje i obrada vrlo respektabilnih medija kao što su Guardian, Evening Standard, The Mail on Sunday, The Sun i drugih. Do sada realizirane objave imaju vrijednost preko 156.000 EUR-a, uz doseg od gotovo 3,5 mil. čitatelja.

III.2.3.2. Suradnja s PR Agencijom Sincro Plus Ljubljana – slovensko govorno područje

Redoviti mjesečni newsletter

Priprema tekstova i fotografija, prijevod, oblikovanje i distribucija skupnih „newslettera“ na različite teme, koji se šalju krajnjim korisnicima (cca. 7.500 adresa) i odabranim, prvoklasnim novinarima/medijima (cca. 600 kontakata svih medija u Sloveniji), kako za tiskana, tako i za elektronska izdanja te društvene mreže, i to za opću turističku ponudu i za specijalizirane teme sukladno proizvodnom portfelju TZ Kvarnera:

Siječanj 2018.

Produžen zakup software-a za distribuciju newslettera i distribuiran newsletter pod nazivom „Pustovanje na Kvarnerju“, 18.1.2018., na slovenskom jeziku, na slijedeće teme:

- Karneval v Opatiji
- Maškare v Crikvenici
- Karneval na Lošinju
- Noč muzejev

Veljača 2018.

Pripremljen, oblikovan i distribuiran newsletter pod nazivom „Pomlad se prebuja“, 20.2.2018, u dogovoru sa TZŽ Kvarnera, na slijedeće teme:

- Velika noć na Kvarnerju, Rab, Opatija, Crikvenica
- Spoznajte vrhunsko kliniko Terme Selce
- Odkrijte vrhunsko kulinariko Kvarnerja – Villa Ariston

Ožujak 2018.

Pripremljen, oblikovan i distribuiran newsletter pod nazivom „Pomlad na Kvarnerju“ 21.3.2018., u dogovoru sa TZŽ Kvarnera, na slijedeće teme:

- Oaza wellnessa Opatija
- Krk Food Festival
- Velika noć na Kvarnerju
- Draga di Lovrana – Michelin Guide 2018
- Spoznajte vrhunsko kvarnersko polikliniko RIDENT

Travanj 2018.

Pripremljen, oblikovan i distribuiran newsletter pod nazivom „Prvomajske počitnice na Kvarnerju“ 19.4.2018., u dogovoru sa TZŽ Kvarnera, na slijedeće teme:

- Dnevi špargljev na Kvarnerju
- Tour of Croatia, 2 etape
- Adria Spring Trail, Njivice Omišalj
- World Cup Downhill, Lošinj
- Žabarka noć, Lokve

Svibanj 2018.

Pripremljen, oblikovan i distribuiran newsletter pod nazivom „Kvarner je le en korak od poletja“ 21.5.2018., u dogovoru sa TZŽ Kvarnera, na slijedeće teme:

- Gourmet zgodba opatijske riviere
- Fiumare 2018., Rijeka
- Bakar Bike
- Smotra klap, Dramalj

Lipanj 2018.

Pripremljen, oblikovan i distribuiran newslette pod nazivom „Poletje na Kvarnerju se je začelo“, 21.6.2018. u dogovoru sa TZŽ Kvarnera, na slijedeće teme:

- Margaretino leto, Bakar
- Kantuni, Bakar
- Krk Music Fest
- Tjedan plave ribe, Crikvenica
- RetrOpatija

Srpanj 2018.

Pripremljen, oblikovan i distribuiran newsletter pod nazivom „Poletje na Kvarnerju se je začelo“, 20.7.2018. u dogovoru sa TZŽ Kvarnera, na slijedeće teme:

- Rabska fjera
- Kastafsko kulturno leto
- Lovrečeva, Krk
- Opatija riviera Blues fest
- Ljeto na Gradini, Rijeka

Kolovoz 2018.

Pripremljen, oblikovan i distribuiran newsletter pod nazivom „Podaljšajte si poletje na Kvarnerju“, 23.8.2018. u dogovoru sa TZŽ Kvarnera, na slijedeće teme:

- Ribarski tjedan, Crikvenica
- Festival čakavske šansone, Kastav
- Dnevi fig, Krk
- Rab Jazz Festival
- Učka Trail, Mošćenička Draga

Rujan 2018.

Pripremljen, oblikovan i distribuiran newsletter pod nazivom „Poletja na Kvarnerju še ni konec“, 19.9.2018. u dogovoru sa TZŽ Kvarnera, na slijedeće teme:

- Crikvenica 4 pets
- Rab island Trail
- Krk Food Fest
- Belica Bike, Kastav
- Baška Outdoor Festival

Listopad 2018.

Pripremljen, oblikovan i distribuiran newsletter pod nazivom „Lepa jesen na Kvarnerju“, 23.10.2018., u dogovoru sa TZŽ Kvarnera, na slijedeće teme:

- Marunada Lovran
- Cres&Lošinj Trail weekend
- Advent na Kvarnerju
- Festival čokolade, Opatija

Blog „SPOZNAJMO KVARNER“

I dalje djeluje domena na Wordpressu pod imenom www.spoznajmokvarner.com. Biraju se teme koje mogu biti motivirajuće za dolazak slovenskih gostiju. Osobni odlazak na destinaciju, priprema tekstova i fotografija, prijevod, oblikovanje i distribucija blog priča o Kvarneru. Priče se objavljuju na FB Visit Kvarner, kao i na društvenim mrežama portala Objemi Hrvaško.

Siječanj 2018.

Produžena i plaćena zakupljena domena www.spoznajmokvarner.com

Pripremljena i objavljena priča „Na počitnice z ljubljenci“ – Monty's Dog Beach&Bar - <https://spoznajmokvarner.com/2017/12/28/na-pocitnice-z-ljubljenci/>

Distribuirana na mreži Objemi Hrvaško, Visit Kvarner i na partnerskim mrežama

Veljača 2018.

Objavljena priča – Rab – kvarnerski otok sreće, sonca in morja – intervju sa Ivanom Matušan, direktoricom TZG Rab - <https://spoznajmokvarner.com/2018/02/11/rab-kvarnerski-otok-srece-sonca-in-morja/>

Distribuirana na mreži Objemi Hrvaško, Visit Kvarner i na partnerskim mrežama

Ožujak 2018.

Objavljena priča – Lošinj – otok vitalnosti, intervju sa Daliborom Cvitkovićem, direktorom TZG Lošinj – <https://spoznajmokvarner.com/2018/03/01/losinj-otok-vitalnosti/>

Distribuirana na dr. mrežama Objemi Hrvaško i Visit Kvarner

Travanj 2018.

Objavljena priča – Kastav – oddih na Kvarnerju za dušu in telo , intervju sa direktoricom TZG Kastav, Dolores Kukurin

<https://spoznajmokvarner.com/2018/04/14/mesto-kastav-oddih-na-kvarnerju-za-duso-in-telo/>

Distribuirana na dr. mrežama Objemi Hrvaško i Visit Kvarner

Lipanj 2018.

Sudjelovanje na događaju „Bakar Bike“ – putevima Frankopana, pripremljena i objavljena priča – Bakar Bike – po poti Frankopanov, intervju sa direktoricom TZG Bakar, Sonjom Jelušić Marić– <https://spoznajmokvarner.com/2018/06/14/bakar-bike-po-poti-frankopanov/>

Distribuirana na dr. mrežama Objemi Hrvaško i Visit Kvarner

Srpanj 2018.

Organizacija studijskog putovanja slovenskih novinara na događaj Kantuni, u dogovoru sa TZG Rab. Priprema i objava priče „Kantuni – izvorna turistična tradicija na Rabu“ -

<https://spoznajmokvarner.com/2018/07/24/kantuni-izvirna-turisticna-atrakcija-na-rabu/>

Distribuirana na društvenim mrežama Objemi Hrvaško i Visit Kvarner

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

Vodi se i administra FB Visit Kvarner za slovensko govorno područje, na kojem se objavljuju aktualnosti u kvarnerskoj turističkoj ponudi - od pripreme, oblikovanja, prijevoda tekstova i postiranje. Također, kreirira se video-slide show i video klipovi sa ponudom Kvarnera, kao i

priprema objava za najvećeg slovenskog touroperatora Kompas Ljubljana (44.000) te objave na mrežama Objemi Hrvaško (cca 5.000), Potnik.si (8.000) i Likeout (180.000):

Siječanj – 12 FB post objava Visit Kvarner, 10 objava Objemi Hrvaško, 4 Instagram, 5 Twitter, objava pozdrava i poziva na Kvarner direktorice TZŽ Kvarnera, doseg 8.135

Veljača – 12 post objava Visit Kvarner, 9 objava Objemi Hrvaško, 4 Instagram, 5 Twitter

Ožujak – 8 post objava Visit Kvarner, 13 Objemi Hrvaško, 4 Instagram, 5 Twitter,

Travanj – 9 objava Visit Kvarner, 8 objave Objemi Hrvaško, 5 Instagram, 6 Twitter

Svibanj – 10 objava Visit Kvarner, 12 objave Objemi Hrvaško, 5 objava Kompas FB, 6 Instagram, 5 Twitter, pripremljena i realizirana Google Display kampanja, 389.000 impresija i 147 klikova na www.kvarner.hr

Lipanj – 12 objava Visit Kvarner, 15 objava Objemi Hrvaško, 6 Instagram, 5 Twitter

Srpanj – 10 objava Visit Kvarner, 11 objava Objemi Hrvaško, 7 Instagram, 7 Twitter

Kolovoz – 11 objava Visit Kvarner, 11 objava Objemi Hrvaško, 7 Instagram, 4 Twitter

Rujan – 9 objava Visit Kvarner, 10 objava Objemi Hrvaško, 6 Instagram, 5 Twitter

Kreiran i distribuiran video „Jesen na Kvarnerju“, 23.9.2018. na cijeloj mreži Objemi Hrvaško i Visit Kvarner

Listopad – 11 objava Visit Kvarner, 14 objava Objemi Hrvaško, 6 Instagram, 6 Twitter

SVEUKUPNO: 104 FB objave Visit Kvarner, 113 FB objave Objemi Hrvaško, 56 Instagram, 54 Twitter

Press Clipping na slovenskom tržištu

Prikupljanje, obrada i distribucija svih napisa o Kvarneru na slovenskom tržištu – on-line i off-line

Siječanj – 8 dnevnih clippinga sa ključnim riječima

Veljača – 11 dnevnih clippinga sa ključnim riječima

Ožujak – 14 dnevnih clippinga sa ključnim riječima

Travanj – 14 dnevnih clippinga sa ključnim riječima

Svibanj – 17 dnevnih clippinga sa ključnim riječima

Lipanj – 17 dnevnih clippinga sa ključnim riječima

Srpanj – 20 dnevnih clippinga sa ključnim riječima

Kolovoz – 19 dnevnih clippinga sa ključnim riječima

Rujan – 14 dnevnih clippinga sa ključnim riječima

Listopad – 18 dnevnih clippinga sa ključnim riječima

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

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

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

- Priprema i obrada te uključenje velikog autorskog članka u Niki, izdanju Dnevnika, na temu Kvarnerska kulinarika – Gourmet, recepti i fotografije – uredica Vesna Levičnik
- Realiziran mailing na Kompasovu bazu od 120.000 primatelja na temu Karneval na Kvarnerju
- Realiziran Google Display kampanja - predsezona na Kvarneru, doseg 400.000 impresija
- Organizirano i realizirano studijsko putovanje slovenskih novinara na događaj Kantuni, na Rabu
- Realizirana kampanja vanjskog oglašavanja – autobus oslikan brandom Kvarnera, linija kroz centar Ljubljane, cijela lijeva strana, 6 mjeseci
- Realizirana je online kampanja predstavljanja kvarnerskih restorana i zdravstvenih klinika
- Realiziran mailing na bazu Kompas primatelja od 120.000 – prijedlog za posezonske događaje
- U pripremi: organizacija nastupa Kvarnera i predstavljanje kulinarike te adventskih događaja u Novom Mestu i Ljubljani tijekom studenog 2018.

III.2.4. Brošure i info materijali

III.2.4.1. Kvarner Magazin

Kvarner Magazin – realizira se s ugovornom PR agencijom za njemačko govorno područje, A.R.T. Redaktionsteamom. Tiskat će se do konca 2018. godine u nakladi od 20.000 primjeraka, u formatu A4, 40 stranica knjižnog bloka + 4 stranice omota, ukupno 44 stranica, a prva distribucija bit će na sajmu CMT 2019. u Stuttgartu od 12. do 20.1.2019. godine. I četvrto izdanje Kvarner Magazin u cijelosti financira TZ Kvarnera uz komercijalne oglase gospodarskih subjekata.

Distribucija se vrši prema odabranim novinarima i krajnjim korisnicima posredstvom PR agencije (5.000 primjeraka), posredstvom predstavništava HTZ-a u Njemačkoj, Austriji i Švicarskoj (2.500), na odabranim turističkim sajmovima u Njemačkoj, Austriji i Švicarskoj (6.000). TZ Kvarneru dostavlja se 6.500 primjeraka za daljnju distribuciju. Zbog izuzetno dobre prihvaćenosti i potražnje njemačke verzije, po prvi puta napravljena je i engleska verzija Kvarner Magazina koja se uspješno distribuirala na tržištima engleskog govornog područja i na upit gospodarskih subjekata prilikom organizacije internacionalne aktivnosti (skupovi, kongresi i sl.). I njemačko i englesko izdanje sadrže popis hotela, hostela i kampova te link na Kvarner Family iznajmljivače tako da brošura ujedno daje sažeti prikaz smještajnih kapaciteta sa orijentacijskom kartom u sredini.

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

Izdana prvi puta u 2016. godini u formatu A5, opsega 120 stranica (knjižni blok + omot) ažurira se i dotisnut će se u ukupnoj nakladi od 4.000 primjeraka na njemačkom (2.000 komada) i engleskom jeziku (2.000 komada). Brošura daje detaljan prikaz kvarnerskih hotela, butik-hotela, villa, apartmana, pansiona i hostela.

III.2.4.3. Kalendar događanja „Otkrij Kvarner – Iz dana u dan“

Kalendar događanja „Otkrij Kvarner – Iz dana u dan 2018“ tiskan je u nakladi od 50.000 primjeraka na 5 jezičnih verzija (hrvatski, engleski, njemački, talijanski i slovenski) te u formatu A5 opsega 56 stranica u boji. Distribuiran je na lokalne turističke zajednice, turističke informativne centre i mrežu info punktova.

III.2.4.4. Dotisak i tisak info i promo materijala

Tijekom 2018. godine TZ Kvarnera izdala je i/li dotisnula je sljedeći tiskani promidžbeni materijal:

- Mini image brošura – praktična i informativna brošura sa 16 stranica (12 str. Knjižni blok + 4 str. Omota) otisnut će se u ukupnoj nakladi od 20.000 komada (8.000 engleski, 4.000 njemački, 3.000 talijanski, 2.000 francuski, 2.000 ruski, 1.000 hrvatski)
- Cestovna i turistička karta – formata 999 x 684 mm; ukupna naklada od 10.000 komada (10.000 engleski, 5.000 njemački, 3.000 hrvatski, 2.000 talijanski)

U pripremi:

- Image brošuru Kvarnera – u tijeku je djelomično obnavljanje brošure novim fotografijama a tiskat će se u nakladi od 12.000 komada (8.000 engleski, 2.000 njemački, 1.000 hrvatski, 1.000 talijanski)
- Camping brošura – s ažuriranim popisom kampova otisnut će se u ukupnoj nakladi od 5.000 komada na njemačkom jeziku
- Kvarner Family brošura – ove godine sa povećanim obimom stranica, sa 132 na 152 stranice tiskat će se u ukupnoj nakladi od 3.000 komada (po 1.00 primjeraka na njemačkom, engleskom i hrvatskom jeziku).
- Katalog atrakcija Gorskog kotara, dotisnut će se obnovljenim fotografijama u ukupnoj nakladi od 10.000 komada, na 5 jezika (njemački 2.000, engleski 5.000, hrvatski, francuski i nizozemski po 1.000)
- Turistička karta Gorskog kotara kompletno izmjenjenog dizajna sa popisom atrakcija i šetnica i korigiranim formatom 450 x 810 mm (135 x 225 mm preklapljena) tiskat će se u nakladi od 5.000 komada na hrvatskom jeziku.

III.2.4.5. Suveniri i ostali promo materijal

TZ Kvarnera je u 2018. godini izradila niz različitih suvenira – od mirisnih vrećica lavande, platnenih vrećica, promotivnih razglednica, letaka, roll-upova, sukladno proizvodnom portfelju TZ Kvarnera. Do konca godine predstoji još izrada ostalog prigodnog promotivnog materijala, te njegova distribucija.

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

Info punkt „Kvarner Info - Zračna luka Rijeka“

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

Ponedjeljak	08:00 – 16:00
Utorak	07:00 – 20:00
Srijeda	08:00 – 14:00
Četvrtak	07:00 – 21:00
Petak	08:00 - 20:00
Subota	07:00 – 21:00
Nedjelja	07:00 - 16:00

- ukupno je u razdoblju od **26.3.2018. do 28.10.2018.** Info punkt «Zračna luka Rijeka» posjetilo **28.875** posjetitelja i to po zemljama kako slijedi:
- Iz Njemačke i zemalja njemačkog govornog područja **12.824** posjetitelja, odnosno **44.41%**

- Iz Hrvatske **4.413** posjetitelja, odnosno **14,35%**
- Iz Skandinavije **3.075** posjetitelja odnosno **10,65%**
- Iz Latvije **1.442** posjetitelja, odnosno **4,99%**
- Iz Francuske **1.436** posjetitelja, odnosno **4,97%**
- Iz Estonije **1.051** posjetitelja, odnosno **3,63%**
- Iz Velike Britanije **982** posjetitelja, odnosno **3,40%**

U usporedbi s istim razdobljem prošle godine, bilježi se povećanje posjećenosti za 27%

IV. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI

IV.1. NASTUPI NA TURISTIČKIM SAJMOVIMA

TZ Kvarnera je sudjelovala na **četrdesetak sajмова, na 20 inozemnih i domaćem tržištu**, od toga je većina nastupa realizirana u sklopu nastupa HTZ-a, zatim u suradnji s partnerima, a najvažniji sajmovi realizirani su pojačanim nastupom u organizaciji TZ Kvarnera.

TZ Kvarnera odradila je promotivne aktivnosti, od kojih su sajamski nastupi i poslovne radionice najintenzivniji bili u prvom dijelu godine (dobrim dijelom pripremljeni još u prethodnoj godini), kao i prezentacije.

Osim na samostalnim sajamskim nastupima, Kvarner je predstavljen

- a) u sklopu sajmovi Hrvatske turističke zajednice, a to su u 2018. godini bili: Utrecht, Beč, Stuttgart, Madrid, Leeuwarden, Helsinki, Düsseldorf, Bratislava, Zürich, Ljubljana, Prag, Essen, München, Beograd, Herning, Tulln, Berlin, Moskva, Pariz, Dubai, Frankfurt, Rimini, London, Barcelona, Pariz
- b) u sklopu nastupa Klastera zdravstvenog turizma Kvarnera tijekom 2018. godine Kvarner je predstavljen kao destinacija zdravlja na 3 sajamska nastupa i to u Berlinu, Luganu i Ljubljani

Sajamski nastupi TZ Kvarnera:

⇒ **Stuttgart – CMT, 13.1. - 21.1.2018. - regija Kvarner predstavila se na 4 tematska štanda**

Ove godine 50-ti po redu sajam CMT posjetilo je 265.000 posjetitelja (čak 40.000 više nego u 2017.) Sve što se događa na sajmu CMT, prati oko 1.500 predstavnika medija iz više od 20 zemalja. Tim više je nastup Kvarnera na sajmu CMT u Stuttgartu, gdje je TZ Kvarnera u konkurenciji s više od 2.000 izlagača iz 90-tak zemalja, (kao i na još nekoliko sajmovi u Njemačkoj) značajan i za očekivati je da će svi sudionici u ovom projektu imati uspjeha u cilju dovođenja još većeg broja njemačkih turista.

Godina 2018. četvrta je u nizu sve značajnijeg i opsežnijeg izlaganja turističke ponude Kvarnera na CMT-u, pa je tako Kvarner sada predstavljen na čak 4 tematska štanda:

- kamping segment (13.1.-21.1.2018.)
- aktivni odmor (u posebnoj hali 13.1.-14.1.2018.)
- krstarenja i brodska putovanja (u posebnoj hali 18.1.-21.1.2018.)
- u sklopu štanda HTZ-a (13.1.-21.1.2018.)

Angažirani su stručni informatori, suizlagači i pripremljene aktivnosti tijekom 9-dnevnog izlaganja, a TZ Kvarnera koja kao nositelj nastupa predstavlja ponudu cijelog Kvarnera, pozvala je turističke zajednice i predstavnike gospodarstva, prvenstveno kampova, da se uključe u zajednički nastup, u cilju racionalizacije sredstva, povećanja destinacijske vidljivosti i zajedničke promidžbu.

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

- **TZ Otoka Krka – Kampovi otoka Krka**
(Autokamp „Njivice“, Autokamp „Tiha“ - Šilo, Autokamp „Pila“ - Punat, Autokamp „Konobe“ - Punat n.c., , Autokamp „Bor“ - Krk, Autokamp „Slamni“ - Klimno, Kamp „Glavotok“ - Glavotok, Ježevac Premium Camping Resort, Krk Premium Camping Resort, Škrila Camping, Bunculuka Camping Resort, Zblaće Camping Resort)
- **Camping Glavotok – otok Krk**
- **Jadranka kampovi – otok Lošinj**
- **Cresanka d.d., otok Cres**
(Autokamp Kovačine, Kamp Zdovice)
- **TZG Rab i TZO Lopar, otok Rab**
(Autokamp San Marino – Lopar, Autokamp Padova III)
- **TZ Grada Crikvenice i Jadran d.d.**

Na drugom štandu Kvarnera s tematskom ponudom za aktivni odmor u hali posvećenoj tom sve traženijem segmentu turističke ponude i pripadajućoj ponudi opreme, na dvodnevnom sajamskom „eventu“ pod nazivom Fahrrad-&ErlebnisReisen, predstavio se Kvarner s naglaskom na biciklističke i pješačke staze, kako u Gorskom kotaru, a posebno u Nacionalnom parku Risnjak, na otocima, tako i na Opatijskoj rivijeri, području Riječkog prstena, te na Crikveničko-vinodolskoj rivijeri. Ponuda aktivnosti u prirodi na području Kvarnera podrazumijeva i ponudu za smještaj prilagođenu potrebama tih gostiju sa specijalnim interesom. Tu do izražaja dolazi ponuda obiteljskog smještaja s oznakom „Kvarner Family“, koji su svoju ponudu prilagodili te im je TZ Kvarnera dodijelila dodatne oznake kvalitete „Bike Friendly“ i „Hike Friendly“.

Novost u 2018. godini bio je treći štand Kvarnera, tematski štand u posebnoj nautičkoj hali, gdje se na prijedlog gospodarstva predstavila ponuda krstarenja i brodskih putovanja. Na štandu Kvarnera suizlagači su:

- **Marina Punat, Punat**
- **Katarina Line, Opatija**
- **I.D. Riva Tours, Munchen** - touroperator specijalist za Hrvatsku

Već tradicionalno, na sajmu CMT u Stuttgartu premijerno je prikazano aktualno izdanje „Kvarner Magazin“ za 2018. godinu, što je medijski popraćeno, a od posjetitelja vrlo pozdravljeno. Tako je „Kvarner Magazin“ i dalje najtraženiji promidžbeni materijal u izdanju TZ Kvarnera – magazin sadrži i kartu regije, popis hotela i hostela, popis kampova, te aktualnosti iz turističke ponude cijele destinacije.

U sklopu sajamskog nastupa na štandu Kvarnera odvijaju se i brojne druge aktivnosti, koje uključuju:

- sastanci i susreti s novinarima i partnerima
- degustacije autohtonih proizvoda i Vrbničke žlahtine

- TZ Kvarnera zakupila je tzv. „Pressefach“ koji se nalazi u press centru sajma, te se dnevno dopunjava promidžbenim materijalom za novinare
- osim prepoznatljivih motiva kojima je uređen štand, na velikom ekranu se kontinuirano prikazuju filmovi Kvarnera i kvarnerskih destinacija
- uz materijal dijele se i suveniri Kvarnera

⇒ **Hamburg – Reisen, 7.2. - 11.2.2018.**

U suradnji s Predstavništvom HTZ-a u Frankfurtu TZ Kvarnera se kao suizlagač po prvi put predstavila na sajmu Reisen u Hamburgu. Na sajmu se odradila i promocija avio linije Hamburg – Rijeka a s obzirom na lokaciju Zračne luke Rijeka, prezentirane su mogućnosti za kraći odmor budući da su letovi 2 tjedno i to četvrtkom i nedjeljom. Dio posjetitelja je već imalo informaciju o letovima, dok je ostalima to bio poticaj da uskoro i posjete Kvarner. Najveći interes posjetitelji kvarnerskog štanda iskazali su za kampove i hotelski smještaj, a veliki interes vladao je i za motorističkim rutama. Najviše upita što se tiče odredišta na Kvarneru odnosilo se na destinacije Crikvenica i otok Cres.

⇒ **München - F.re.e., 21.2. - 25.2.2018.**

Ukratko:

- **štand TZ Kvarnera i 4 suizlagača s područja Kvarnera**
- **više od 15 tematskih prezentacija na binama za zdravstveni turizam, za outdoor aktivnosti, i u tzv. „Urlaubskino“**
- **2 prezentacije Kvarnera na posebnoj bini Bavarske televizije (Bayerischer Rundfunk) koja uživo emitira sa sajma**

U organizaciji TZ Kvarnera na štandu Kvarnera predstavila se ponuda cijele regije Kvarner, dok su suizlagači na štandu predstavili ponudu svojih destinacija, i to: TZ otoka Krka, TZG Crikvenice, TZG Raba, te tvrtka Cresanka s otoka Cresa.

TZ Kvarnera održala je više od 15 svakodnevnih tematskih prezentacija na binama za zdravstveni turizam, za outdoor aktivnosti, kao i kino projekcije tzv. „Urlaubskino“. Poseban naglasak stavljen je i na uključivanje uživo u program Bavarske televizije kroz prezentaciju na posebnoj bini Bavarske televizije na temu „Via Dinarica na Kvarneru“ s predstavljanjem mogućnosti aktivnog odmora na Kvarneru, što je za TZ Kvarnera donijelo je ogromnu medijsku vrijednost, budući se radi o iznimno važnoj promociji na vrlo gledanoj i utjecajnoj njemačkoj televiziji.

Sajam F.re.e. u Münchenu održava se u kontinuitetu od 1970. godine (ranije pod imenom CBR) i postao je važnim izvorom informacija za Bavarce koji upravo u tom dijelu godine odabiru destinaciju za godišnji odmor. Sajam svake godine posjeti više od 120.000 posjetitelja. Dodatni motiv dolaska na sajam je paralelna manifestacija „Münchner Autotage“ – najveći sajam automobila u južnoj Njemačkoj, tako da posjetitelji osim turističke ponude i to po raznim segmentima, imaju mogućnost saznati novosti i zanimljivosti iz auto-industrije. Također,

paralelna manifestacija je „Golftage München“, koja sama za sebe privlači veliki broj posjetitelja, koji se uobičajeno interesiraju za ukupnu turističku ponudu destinacija.

⇒ **Essen – Reise & Camping, 21.2. - 25.2.2018.**

TZ Kvarnera zakupila je prostor na zajedničkom štandu HTZ-a. Sajam Reise & Camping najveći je turistički sajam za široku publiku u njemačkoj saveznoj pokrajini Sjevernoj Rajni – Vestfaliji te tradicionalno okuplja izlagače i zaljubljenike u svijet kampiranja, odnosno sve one zainteresirane za putovanja, kampiranje i biciklizam.

⇒ **London – Triathlon Show, 23.2. - 25.2.2018.**

TZ Kvarnera po prvi puta samostalno je nastupila na ovom specijaliziranom outdoor sajmu te na taj način Kvarner nastavlja s daljnjom orijentacijom na razvoj outdoor turizma – prvenstveno biciklizam i pješaćenje.

Uz Triathlon Show u isto vrijeme i na istom mjestu održavali su se i London Bike Show i The Telegraph Travel Show, te sa jednom ulaznicom posjetitelji su imali mogućnost posjetiti sva tri eventa. U sklopu navedenih evenata tijekom sva tri dana bila su održavana i kratka predavanja tijekom kojih su poznati i priznati. Sajam Triathlon Show svake godine posjeti oko 50.000 posjetitelja, a ove godine u sklopu sajma predstavilo se više od 300 brandova s novitetima iz svijeta trčanja i biciklizma, stoga je ovaj sajam zanimljiv kako rekreativcima tako i profesionalnim sportašima.

TZ Kvarnera je predstavila regiju Kvarner prvenstveno kao zanimljivu outdoor destinaciju, posebice u razdoblju pred i posezone. Osim mogućnosti aktivnog odmora, posjetitelji su bili veoma zainteresirani za dodatne informacije o ponudi smještaja u kampovima, hotelima i privatnom smještaju, plažama, ponudi za obitelji s djecom te avio povezanosti s Londonom – odnosno direktni avio letovi iz Londona na obližnje zračne luke. Najtraženiji materijali bili su Cestovna i turistička karta Kvarnera, brošura Kvarner Outdoor te Image brošura Kvarnera.

⇒ **Nürnberg – Freizeit, 28.2. - 4.3.2018.**

TZ Kvarnera u Nürnbergu je u suradnji s predstavništvom HTZ-a organizirala nastup Kvarnera sa suizlagačima Njivice Resort, TZG Raba i TZO Lopara te Kampom Glavotok. Na zajedničkom štandu KROATIEN ponudu prezentiralo je ukupno 9 izlagača. Sajam je okupio oko 850 izlagača, te ga je posjetilo više od 103.200 posjetitelja.

Nürnberg je drugi najveći grad Bavarska, s oko 600.000 stanovnika, ali s pripadajućim prstenom obuhvaća 3,5 milijuna ljudi. Najveći interes posjetitelji su za kamping ponudu, a mnogi posjetitelji dodju unaprijed pripremljeni, s interesom za dodatnim informacijama i novostima.

⇒ **Utrecht - Fiets en Wandelbeurs, 2.3. - 4.3.2018. - specijalizirani sajam za aktivni odmor, odnosno outdoor aktivnosti**

Na specijaliziranom sajmu za aktivni odmor TZ Kvarnera na samostalnom štandu od 9m2 predstavila je outdoor ponudu cijele regije. Ove godine su se po prvi put istovremeno održavala tri događanja, uz Fiets en Wandelbeurs održavao se i E-bike Xperience and Bike MOTION Benelux 2018. te je tako sajam privukao više od 40.000 posjetitelja.

Štand se nalazio u središnjem dijelu hale 4 (pozicija C.48.) u okruženju Slovenije, Češke, Italije i izlagača iz Hrvatske. Od materijala najtraženije su bile biciklističke i pješačke karte subregija (otok Krk, Gorski kotar, Riječki prsten). Posjetitelji su pokazali veliki interes za kvarnerskim otocima, priobaljem i Gorskim kotarom, a najviše upita je bilo za rute kojima se mogu povezati svi dijelovi Kvarnera i susjednih regija u nekoliko dana uz svakodnevnu promjenu mjesta noćenja, Kada se govori o smještaju podjednako je pokazan interes za kampovima, hotelima i privatnim smještajem.

⇒ **Berlin – ITB, 7.3. - 11.3.2018. - najveća svjetska turistička burza**

Regija Kvarner na ITB-u - ukratko:

- **samostalan, prepoznatljiv štand Kvarnera sa suizlagačima: TZ Otoka Krka, TZG Crikvenice i Jadran Crikvenica, TZG Rab i TZO Lopar, Cresanka - Cres i Jadranka Hoteli – Mali Lošinj**
- **štand Kvarnera i Klastera zdravstvenog turizma Kvarnera u posebnom dijelu ITB-a; tematskom paviljonu za segment zdravstvenog turizma**
- **prezentacije i sudjelovaje na press konferenciji na temu zdravstvenog turizma**
- **sastanci s predstavnicima medija i partnera**

TZ Kvarnera na najvažnijem poslovnom turističkom sajmu u Berlinu redovito predstavlja turističku ponudu regije, a u 2018. godini po četvrti puta Kvarner je predstavljen na samostalnom štandu u suradnji s lokalnim turističkim zajednicama i gospodarstvom, koji su suizlagači na zajedničkom, prepoznatljivom štandu Kvarnera. Tako se uz ukupnu turističku ponudu Kvarnera posebno predstavljaju TZ otoka Krka sa svojim hotelskim kućama, TZG Crikvenice koja predstavlja destinaciju Rivijera Crikvenica i hotelsku kuću Jadran, zatim tvrtke Jadranka hoteli s otoka Lošinja, te Cresanka s otoka Cresa (kamp Kovačine), dok destinaciju otoka Raba predstavljaju TZG Raba i TZO Lopar.

TZ Kvarnera na ITB Berlin nastupa s velikom pažnjom i fokusom na svoje najjače strane ponude i najrazvijenije turističke proizvode i atrakcije.

Poseban nastup u paviljonu za zdravstveni turizam i press konferencija u organizaciji Njemačkog zdravstvenog i wellness udruženja (Deutscher Medical Wellness Verband) i Klastera zdravstvenog turizma Kvarnera

Nakon tri godine nastupa na posebnom štandu Kvarnera (u organizaciji TZ Kvarnera), iskorak koji je napravljen u četvrtoj godini nastupanja je zakup dodatnog prostora u posebnoj hali, odnosno paviljonu za zdravstveni turizam (Medical Tourism Segment Pavillion), čime taj prostor postaje

platforma za plasman proizvoda zdravstvenog turizma na Kvarneru, gdje su predstavnici Klastera zdravstvenog turizma Kvarnera bili prisutni cijelo vrijeme trajanja sajma i imali su mogućnost u direktnom kontaktu s partnerima i posjetiteljima dati informacije „iz prve ruke“.

8.3.2018. godine TZ Kvarnera sudjelovala je na press konferenciji u organizaciji Njemačkog zdravstvenog i wellness udruženja (Deutscher Medical Wellness Verband) i Klastera zdravstvenog turizma Kvarnera, gdje je bila održana prezentacija pod nazivom „Kvarner Health – Luft holen und gesund werden“, o pozicioniranju regije Kvarner kao destinacije zdravlja, o razvoju i aktualnoj ponudi zdravstvenog turizma, kao značajnog segmenta turističke ponude Kvarnera.

Nakon press konferencije svi sudionici bili su pozvani na druženje na štandu Kvarnera, gdje su degustirali vrbničku žlahtinu i domaći sir.

9.3.2018. godine dodatno je na tematskoj bini za zdravstveni turizam, u sklopu paviljona za zdravstveni turizam, TZ Kvarnera održala prezentaciju o turističkoj ponudi Kvarnera, s naglaskom na zdravstveni turizam.

Glavne teme koje TZ Kvarnera komunicira prema njemačkom tržištu su čuvena gastronomija i brend Kvarner Gourmet, tradicija i suvremenost zdravstvenog turizma i brend Kvarner Health&Wellbeing, zatim kulturni turizam i „lifestyle“, uz najavu statusa grada Rijeke kao Europske prijestolnice kulture 2020, ali i druge aktualnosti Kvarnera kao turističke destinacije.

Direktorica TZ Kvarnera dr.sc. Irena Peršić Živadinov se, kako na samoj prezentaciji i press konferenciji, tako i na ugovorenim sastancima na štandu Kvarnera, susrela s novinarima i partnerima.

⇒ **Katowice – Global, 23.3.-25.3.2018.**

TZ Kvarnera u suradnji s Predstavništvom HTZ-a u Poljskoj, te TZ otoka Krka i TZ s područja Crikveničko-vinodolske rivijere, predstavila se na međunarodnom turističkom sajmu „Global“.

Katowice su treći najbogatiji grad u Poljskoj, odmah iza Varšave i Wrocława, sa kojim je Kvarner ove godine Kvarner povezan i direktnim avio linijama.

Na sajmu su predstavljene mogućnosti aktivnog odmora na Kvarneru (naglasak na bicikliranje, pješačenje i ronjenje), zatim ponuda obiteljskog smještaja s oznakom „Kvarner Family“, a kroz degustaciju autohtonih proizvoda Kvarnera promovirana je i eno-gastro ponuda

⇒ **Köln - RDA Group Travel Expo, 3.7. - 4.7.2018. – najveća europska burza za grupna putovanja**

TZ Kvarnera sudjelovala je na najvećoj europskoj burzi organiziranog autobuserskog prometa, odnosno vodećem sajmu za grupna putovanja RDA u Kölnu na inicijativu suizlagača: hotelske tvrtke „Hoteli Njivice“, „Jadran“ - Crikvenica, „Hoteli Krk“, te „Hoteli Jadranka – Lošinj Hotels & Villas“. Sajam RDA je specijalizirani sajam tj. najveća europska burza organiziranog autobuserskog turističkog prometa i namijenjen je isključivo profesionalnim posjetiteljima s ciljem

da svim suizlagačima, uz održavanje postojećih poslovnih odnosa olakša pronalazak i sklapanje poslova s potencijalnim, novim partnerima.

Za regiju Kvarner je nastup na sajmu RDA značajan je iz više razloga: Kvarner je najbliža destinacija za organizirana grupna putovanja, za dolaske autobusima, bilo da se radi o izboru destinacija na Kvarneru kao krajnjih destinacija, ili se radi o Kvarneru kao dijelu kružnih putovanja koje organiziraju autobuseri, a među najvažnijim razlozima je činjenica da se grupna putovanja organiziraju izvan glavne turističke sezone, te se tako doprinosi produženju sezone, pa i cjelogodišnjem poslovanju

⇒ **Düsseldorf – Caravan Salon, 24.8. - 2.9.2018.**

TZ Kvarnera po prvi puta je nastupila na ovom sajmu „Caravan Salon“ čija je glavna tema predstavljanje kamping ponude. Nakon nastupa na sajmu RDA specijaliziranom za organizaciju grupih putovanja (autobuseri), ovim se predstavljanjem nastavljaju pripreme za turističku 2019. godinu.

Ovogodišnje, već 57. izdanje ovog sajma, zabilježilo je rekordnu posjećenost, sa čak 248.000 ljubitelja kampiranja. Na sajmu se predstavilo ukupno 600 nacionalnih i internacionalnih izlagača u 13 hala te na vanjskoj otvorenoj površini, sveukupno na preko 214.000 m².

S obzirom na velik interes koji vlada za Kvarnerom, u dogovoru s drugim županijskim turističkim zajednicama organiziran je nastup na zajedničkoj površini radi bolje uočljivosti, dojmljivijeg nastupa i pružanja cjelovite informacije budući da kamperi borave duže i planiraju putovanje duž cijele obale u kombinaciji s otocima. Tako se TZ Kvarnera predstavila zajedno sa suizlagačem Kampom Njivice. Sajam je 24.08.2018. godine bio otvoren isključivo za profesionalnu publiku, a od 25.08. do 02.09.2018. godine i za široku publiku. Radi što boljeg predstavljanja kamping i opće turističke ponude Kvarnera u suradnji s Predstavništvom HTZ-a u Frankfurtu održala se i edukativna prezentacija za agente tijekom trajanja sajma.

⇒ **Mechelen – Vlaanderen Wandelt, 29.9. - 30.9.2018.**

TZ Kvarnera je na ovom specijaliziranom outdoor sajmu nastupila samostalno te na taj način Kvarner nastavlja s daljnjom orijentacijom na razvoj outdoor turizma koji je danas među najbrže rastućim segmentima turizma u svijetu. Sajam „Vlaanderen Wandelt“ je po prvi put organizirala flamanska planinarska federacija koja broji 60.000 članova i preko 300 planinarskih klubova, stoga sajam ima poseban naglasak na aktivni odmor (posebice planinarenje i pješaćenje).

Sajam je bio dobro posjećen te su posjetitelji imali veliki interes za aktivnim odmorom na Kvarneru kao i za samim upoznavanjem regije.

⇒ **Rimini – TTG, 10.10. - 12.10.2018. – najvažniji B2B sajam u Italiji**

TZ Kvarnera nastupila je u sklopu štanda HTZ-a na najvažnijem internacionalnom poslovnom (B2B) sajmu za turizam u Italiji te predstavila ponudu za 2019. godinu. Na 55. izdanju ovog sajma

predstavilo se 150 turističkih destinacija, sa preko 2.000 izlagača iz 90 zemalja. Uz to, sajam je popratilo i 750 akreditiranih novinara te oko 350 blogera te niz drugih turističkih subjekata i operatera.

TZ Kvarnera je predstavila Kvarner kao destinaciju bogatu raznim sadržajima, a posjetitelji su bili veoma zainteresirani za dodatne informacije o mogućnostima aktivnog odmora na Kvarneru, raznolikosti ponude zdravstvenog turizma, pomorskoj povezanosti Italije i Hrvatske, te ponudi smještaja. Najtraženiji materijali bili su hotelska brošura, brošura Kvarner Family, cestovna i turistička karta Kvarnera, zdravstvena brošura, biciklističke i pješačke staze, te promotivni materijali lokalnih turističkih zajednica i gospodarstava.

IV.2. STUDIJSKA PUTOVANJA NOVINARA I AGENATA

U razdoblju siječanj – listopad 2018. godine na području Kvarnera **realizirano je gotovo 70 studijskih putovanja** sa sveukupno 250 sudionika (116 novinara, 18 blogera i 116 agenata), koji su stigli iz više od 20 zemalja (Austrija, Belgija, Danska, Finska, Francuska, Italija, Nizozemska, Njemačka, Norveška, Rumunjska, Velika Britanija, Slovenija, Rusija, Gruzija, Litva, Kanada, Kina, SAD, Indija, Čile ...).

Na Kvarneru smo tijekom 2018. godine imali mogućnost ugostiti predstavnike renomiranih TV kuća i novina poput britanskog Daliy Telegrapha, francuskog Le Monda, talijanskih mjesečnika In viaggio i Dove, francuske TVS Monde i TV France 2 te njemačke TV SD Hessen – Hessischer Rundfunk. Veliki dio ovih medija tiska se ili emitira na nacionalnoj i međunarodnoj razini sa značajnim nakladama i višemilijunskom gledateljskom i čitateljskom publikom.

Prihvat studijskih grupa organiziran je na inicijativu i posredstvom GU HTZ, Predstavništava HTZ-a u inozemstvu, ugovornim PR agencijama, kao i na inicijativu gospodarskih subjekata kojima je TZ Kvarnera dala potporu u organizaciji. Osim dosadašnjih predstavnika tiskanih medija, TV ekipa, zabilježeni su studijski posjeti blogera te novinara koji uglavnom uz tiskani medij, pišu i objavljuju na web stranicama. Interesi su također bili vrlo različiti, ali je zamjetan trend interesa za sve što pripada u životni stil na Kvarneru; enogastronomija, zdrav način života vezano uz blagodati klime, kretanje i sportovi uopće, mogućnosti smještaja, od kampova do luksuznih hotela. TZ Kvarnera, uspjela je predstaviti raznolikost turističke ponude na Kvarneru, s naglaskom na brendirane proizvode Kvarnera. Naklade tiskanih medija mjere se u milijunskim brojkama, sa stotinama tisuća prodanih primjeraka i više desetaka milijuna čitatelja, a isto se odnosi na gledanost TV emisija i slušanost radio emisija, kao i na posjete web stranicama i društvenim mrežama, te se radi o vrlo velikoj realiziranoj marketinškoj vrijednosti.

Za istaknuti je:

- **posjet novinara Chris Leadbeater koji piše za Daily Telegraph**, značajan i vrlo čitan britanski medij s nacionalnim dosegom, posjetio je Kvarner i Istru s ciljem prikaza

Hrvatske kao gastronomske destinacije s visoko kvalitetnim namirnicama te autentičnim food & wine kombinacijama; radi se velikom prilogu koji planira portretirati Hrvatsku i Kvarner kao sve popularniju "gourmet" destinaciju

- **posjet francuskog VIP novinara Thomas Pierre François Doustaly koji piše za novine Le Monde**, a koje izlaze u dnevnoj tiraži od 270.000 primjeraka, i imaju publiku od oko 2,2 milijuna čitatelja uvrstio je otoke Cres i Losinj kao TOP destinacije za posjetiti i posvetit će cijelu stranicu putovanju po Kvarneru
- **posjet talijanskih novinara, Luisella Colombo i Paolo Giocoso koji pripremaju reportažu o Kvarneru za ljetno izdanje vrlo popularnog magazina In Viaggio**, a poznati gastro novinar ujedno i dobitnik prestižnog talijanskog „Oscara za gastronomiju“, Riccardo Lagorio priprema reportažu o enogastronomskoj ponudi i autohtonim proizvodima Kvarnera za mjesečnik Dove
- kao rezultat studijskog putovanja **francuske TV5 Monde i France 2** očekuju se reportaže u sklopu **emisije Pays et Marches du Monde** – Zemlje i tržnice svijeta koje će se emitirati počevši od siječnja 2019. na TV5 Monde (međunarodni TV kanal na francuskom namijenjen širokoj publici sa 7.697.000 gledatelja mjesečno), te na France 2 (nacionalni program namijenjen širokoj publici); svaka reportaža emitirat će se 16 puta kroz period od 3 godine na TV5 Monde i 6 puta na France 2.
- **njemačka regionalna javna TV postaja SD Hessen – Hessischer Rundfunk** najavljuje snimanje putopisnih emisija o Hrvatskoj, odnosno o Kvarneru i Istri i to jedne emisije od 25 minuta i druge od 45 minuta; autorica Tanja Höschele bila je na inspekcijskom putovanju, a snimanje sa poznatim TV voditeljima je planirano za lipanj. SD Hessen – Hessischer Rundfunk se osim u Njemačkoj prati i u Austriji i Švicarskoj i ima više od milijun gledatelja.
- **posjet mladih, vrlo aktivnih francuskih blogera koji zajedno putuju i pišu za blog „Madmoiselle Voyage“**, a pokrivaju vrlo širok spektar tema od putovanja po mjeri, gastronomije, aktivnog turizma do neobičnih, skrivenih lokacija i zdravstvenog turizma (obišli su Rab, Krk, Opatiju i NP Risnjak)
- **novinarski bračni par, Silvana Benedetti & Massima Dubini, pišu za najvažniji talijanski mjesečnik namijenjen ljubiteljima kampiranja „Caravan e camper“** (naklada od 45.000 + digitalno izdanje). Objavili su reportažu o Rabu na 8 stranica obuhvaćajući kamping ponudu i manifestacije u ljetnom izdanju mjesečnika Caravan e Camper koji je bio distribuiran i na jednom od većih međunarodnih kamping sajmova „Il Salone del camper“ u Parmi (08. do 16. rujna 2018., više od 120.000 posjetitelja).
- **studijsko putovanje njemačkih freelance novinara, Heike Weichler (novinarka) & Thomas Flüge (fotograf) koji pišu za vrlo poznate i značajne njemačke magazine kao sto su Welt, Sonntag Aktuell, te magazine za žene kao to su Tina, Laura, Bella itd.**, a koji se tiskaju u preko 500.000 primjeraka. Tema putovanja je bila upoznavanje hrvatskih otoka, kroz umjetnost i zanate te prirodna baština, a boravili su na otoku Krku

- **boravak čileanske televizije – Canal 13** u svrhu snimanja kulturno putopisne emisije „City Tour on Tour“ na čelu sa izvršnim potpredsjednikom čileanske televizije Canal 13, gospodinom Maximiliano-m Lukšić Lederer koji je ujedno i voditelj ove emisije. TV ekipa je snimala povijesne i kulturne lokalitete u Opatiji i Rijeci.
- **posjet predstavnika francuskih medija, L'Est Républicain, La Voix du Nord, Le Télégramme, La Provence, Magicmaman, A/R Magazine.** Novinari su na studijskom putovanju posjetili Rijeku i Opatiju te se upoznali sa bogatom ponudom ovih gradova kao i projektom Rijeka Europska prijestolnica kulture 2020.
- **posjet TV ekipe RTV Slovenije koja je snimala priloge za emisiju „Dobro jutro Slovenija“** i to Gorski kotar kao idealne i brzo dostupne destinacije za odmor
- **Britanski predstavnici novina The Sun, David Fraser i The Mail on Sunday, John Stapleton & Lynn Faulds Wood** upoznali su se sa ljepotama otoka Raba te Rijeku i projektom Rijeka Europska prijestolnica kulture 2020.

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

IV.3. „BUY CROATIA“ RADIONICE

IV.3.1. Tematska poslovna radionica Buy Croatia zdravstveni turizam na Kvarneru, 20.4.2018., Crikvenica

U organizaciji TZ Kvarnera i HTZ-a Kvarner je po četvrti put domaćin tematske poslovne radionice o zdravstvenom turizmu. Tako se 20.04.2018. u Crikvenici u hotelu Omorika održavala poslovna radionica na temu zdravstvenog turizma za agente iz 7 zemalja: Austrije, Švicarske, Njemačke, Češke, Švedske, Rusije i Francuske

Tijekom višednevnog boravka na Kvarneru strani agenti obišli su specijalnu bolnicu za medicinsku rehabilitaciju bolesti respiratornih organa i lokomotornog sustava Thallassoherapia Crikvenica, polikliniku za baromedicinu Oxy u Crikvenici, te polikliniku Terme Selce, a na Opatijskoj rivijeri Kliniku za liječenje, rehabilitaciju i prevenciju bolesti srca i krvnih žila Thalassoherapia Opatija, te Specijalnu bolnicu za ortopediju dr. Nemeč i kliniku sportske medicine u Matuljima.

Regija Kvarner predstavljena je kao destinacija zdravlja, kao moderna turistička destinacija s najdužom tradicijom u turizmu i to upravo u zdravstvenom turizmu, gdje zahvaljujući kontinuiranim aktivnostima na unapređenju i promociji zdravstvenog turizma, pod nazivom Kvarner Health&Wellbeing, kao i sinergiji svih gospodarskih subjekata u domeni zdravstvene ponude, a posebice i djelovanju Klastera zdravstvenog turizma, danas Kvarner ima respektabilnu infrastrukturu i profesionalno osoblje spremno odgovoriti zahtjevima svjetskog tržišta.

IV.4. PREZENTACIJE

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

NJEMAČKA

- ⇒ **München – u prigodi održavanja sajma Fr.e.e. odrađeno ukupno 15 prezentacija** - na tematskim binama za Wellness i ponudu zdravstvenog turizma, te za aktivni odmor, kao i u posebnom kino-prostoru „Urlaubskino“ gdje su se prikazivali filmovi, te 2 nastupa na bini bavarske radio televizije na temu „Via Dinarica na Kvarneru“ s predstavljanjem mogućnosti aktivnog odmora na Kvarneru.
- ⇒ **Berlin – press konferencija i prezentacija 8.3.-9.3.2018. godine u prigodi održavanja sajma ITB** - uz samostalni sajamski nastup s gospodarskim subjektima s područja Kvarnera
- ⇒ **Road show prezentacija Kvarnera u suradnji s Predstavništvom HTZ-a u Njemačkom i touroperatorom TUI – 13.3.-16.3.2018.**

U suradnji s Predstavništvom HTZ-a u Njemačkoj, TZ Zadarske županije, TZ Splitsko-dalmatinske županije i organizatorom road showa touroperatorom TUI, TZ Kvarnera održala je prezentacije u 3 njemačka grada Berlinu, Hamburgu i Bremenu te održala edukativne radionice za agente, odnosno za prodajno osoblje mreže TUI. Uočen je velik interes kod prodajnog osoblja na temelju velikog interesa tržišta odn. kupaca za Hrvatskom a nedovoljno poznaju Hrvatsku/Kvarner. Velika prednost regije Kvarner je operativna avio-linija i pokazalo se izuzetno korisno naglašavati prednosti Kvarnera: blaga i ljekovita klima, regije zdravlja i regije pogodnu za pred i post sezonska putovanja

Premda je touroperator TUI svjestan da najveći broj gostiju u Hrvatsku dolazi iz južnih dijelova Njemačke vide veliki potencijal na sjeveru njemačke zbog velikog interesa za Hrvatskom.

U pripremi:

- ⇒ **Berlin, 4.12.2018.** - prezentacija jesensko-zimske ponude na Kvarneru održat će se pred 50 agenata, novinara i „opinion-makera“ u suradnji s predstavništvom HTZ-a a poseban naglasak dati će se blagodatima klime tijekom zime, adventskim događanjima i gastronomskoj ponudi Kvarnera.

SLOVENIJA

- ⇒ **Novo Mesto, 26.4.2018.** - TV-Vaš kanal - sudjelovanje u promocijskoj TV emisiji uživo prezentacija turističke ponude Kvarnera s naglaskom na ponudu aktivnog odmora i manifestacije.

ITALIJA

⇒ **Milano, 18.4.2018. – press konferencija i prezentacija Kvarnera i otoka Raba**

U hotelu „Principe di Savoia“ u Milanu održana je press konferencija i prezentacija Kvarnera, koju su u suradnji s Predstavništvom HTZ-a u Italiji, organizirale TZ Kvarnera i TZG Raba. Novinarima i agentima te predstavnicima Cral-ova (korporativnih odjela raznih tvrtki koje za svoje zaposlenike organiziraju putovanja) predstavljene su novosti u turističkoj ponudi (smještaj, outdoor ponuda, zdravstveni turizam – posebice dentalni)

Posebna zanimljivost bila je da otok Rab tijekom 2018. godine obilježava i slavi 50 godišnjicu potpisane povelje o bratimljenju s talijanskim San Marinom

Na prezentaciji, tijekom svečane večere, mogla se degustirati Rapska torta i vrbnička žlahtina a video prezentacijom dočarana je atmosfera destinacije te je svakom gostu na prezentaciji uručen prigodan set promidžbenih materijala i suvenira. Uz to, za sudionike večere organizirana je i nagradna igra (podijeljene su nagrade: prigodni suvenir, vikend boravak za dvije osobe u hotelu „Kukuriku“, u Kastvu, vikend boravak za dvije osobe u rapskom hotelu „Arbiana“ s večerom u restoranu „Agatini vrtovi“, te večera za dvije osobe u Kvarner Gourmet restoranu „Rivica“ u Njivicama na otoku Krku)

AUSTRIJA

⇒ **Wels - Caravan Salon Austria, 17.10.-21.10.2018.**

TZ Kvarnera se u suradnji sa Jadranka Kampovima predstavila na najvažnijem sajmu za sve ljubitelje kampiranja, kamping vozila, pripadajuće opreme kao i turističke ponude namijenjene svim zaljubljenicima „kamping“ odmora. Na sajmu se predstavljaju inovacije najnovijih modela svih vodećih marki kamp-kućica, -vozila, -prikolica, šatora i turističke ponude.

⇒ **Beč, 6.11.2018.** – prezentacija jesensko-zimske ponude na Kvarneru

TZ Kvarnera u suradnji s Predstavništvom HTZ-a u Austriji predstavila je jesensko-zimsku ponudu Kvarnera i to prodajnim agenti specijaliziranih agencija za posezonska i lječilišna putovanja te novinarima općih austrijskih glasila i specijaliziranih magazina (naglasak na zdravstvenoj i lječilišnoj ponudi u Opatiji, Crikvenici i otoku Lošinju, zatim nadolazeća adventska događanja na Kvarneru s posebnice „Advent u Opatiji“ i gastronomska ponuda vrhunskih kvarnerskih restorana).

⇒ **Road show prezentacija Kvarnera u suradnji s Predstavništvom HTZ-a u Austriji i touroperatorom FTI – 19.11.-22.11.2018.**

U suradnji i na preporuku Predstavništva HTZ-a u Austriji, TZ Kvarnera od 19.11. – 22.11. u 4 grada, Salzburg, Innsbruck, Hohenems i Linz sudjeluje u prezentacijama namijenjenim prodajnom osoblju mreže FTI, na kojima se predstavlja novi katalog s ponudom za 2019. godinu.

VELIKA BRITANIJA

⇒ **London, 8.7.2018. – prezentacija u Queens Club-u za vrijeme trajanja teniskog turnira Wimbledon**

TZ Kvarnera u suradnji s Predstavništvom HTZ-a u Velikoj Britaniji iskoristila je jedinstvenu priliku za promociju kvarnerske turističke ponude u Londonu za vrijeme trajanja teniskog turnira Wimbledon. Tako je u kompleksu Queens Club organizirana kvarnerska večer uz pratnju kvarnerskih gastro delicija i zabavni glazbeni dio

Uzvanici na prezentaciji Kvarnera bili su predstavnici medija, prvenstveno iz područja turizma, partneri touroperatora, te predstavnici društveno-gospodarskog života Velike Britanije kao i predstavnici teniskih federacija iz više od 20 zemalja.

ŠVICARSKA

⇒ **Bern - Suisse Caravan Salon, 25.10.-29.10.2018.**

TZ Kvarnera u suradnji sa Jadranka Kampovima predstavila se na nacionalnom sajmu namijenjenom kampiranju i cjelokupnoj ponudi za kampiranje. Sajam se održava svake godine u Bernu. Poznati proizvođači predstavljaju inovacije i popularne klasike kampinga. Usluge se kreću od informacija o svim kampovima, opremi i odjeći za slobodno vrijeme do samih vozila namijenjenih kampiranju.

BELGIJA I NIZOZEMSKA

⇒ **Utrecht - Kampeer & Caravan Jaarbeurs, 10.10.-14.10.2018.**

TZ Kvarnera u suradnji sa Jadranka Kampovima predstavila se na sajmu Kampeer & Caravan Jaarbeurs u sklopu kojeg je čak šest izložbenih dvorana bilo ispunjeno najnovijim kamperima, kamping prikolicama, šatorima i nezaobilaznom turističkom ponudom za odmor u kampovima.

⇒ **Bruxelles, 15.11.2018.** - prezentacija i poslovna radionica u organizaciji ANTOR udruženja stranih turističkih predstavništava u Belgiji, a u suradnji s predstavništvom HTZ

⇒ **Amsterdam, 22.11.2018.** - prezentacija i poslovna radionica u organizaciji ANTOR udruženja stranih turističkih predstavništava u Nizozemskoj, a u suradnji s predstavništvom HTZ

FRANCUSKA

⇒ **Sete - predstavljanje Kvarnera na pomorskom festivalu „Escale a Sete“, 27.3.-2.4.2018.**

TZ Kvarnera je u suradnji s projektnim partnerima kroz EU projekt Mala barka 2 prezentirala kvarnersku pomorsku baštinu (uz izložbu tradicionalnih barki i plovidbu s tradicionalnim barkama). Više pod VI.2.1. MALA BARKA 2

RUSIJA

⇒ **St. Petersburg - prezentacija i poslovna radionica, 10.5.-13.5.2018.**

Na poziv Predstavništva HTZ-a u Rusiji, TZ Kvarnera održala je sastanke s novinarima i agentima, te sudjelovala na radionici zdravstvenog turizma, uz prezentaciju novosti u turističkoj ponudi Kvarnera u organizaciji ruskog touroperatora Atlantis Travel iz Moskve.

TZ Kvarnera imala je prezentacijski stol (s promidžbenim materijalom, suvenirima i obilježjima Kvarnera) za razgovore s partnerima te je kroz prezentaciju predstavljena ponuda Kvarnera, s naglaskom na ponudu zdravstvenog turizma, ali i na nove hotelske kapacitete te na ponudu obiteljskog smještaja, gastronomiju i na aktivnosti u prirodi. Dug period letenja daje mogućnost dovođenja većeg broja ruskih turista iz St. Petersburga, koji je drugi po veličini grad u Ruskoj Federaciji i sjedište ruskog plinskog diva GAZPROM (direktna povezanost redovnom linijom Croatia Airlines-a na liniji Zagreb - St. Petersburg - Zagreb s vezama za Pulu, Zadar, Split i Dubrovnik, koja je uvedeno još 2016. godine, te novouvedene direktne linije St. Petersburg – Pula – St. Petersburg ruske avio kompanije S7). Na radionici su uz hrvatske tvrtke i medicinske klinike, sudjelovali brojni predstavnici ruskih touroperatora, kao i predstavnica aviokompanije S7, koja je u sklopu svog promidžbenog nastupa dodijelila kao nagradu sudionicima jednu povratnu aviokartu za Pulu, koja je izvučena u nagradnoj igri za sudionike. Gospođa Olga Gorbačova, predsjednica udruženja liječnica Ruske federacije, održala je inspirativan govor o mogućnostima suradnje na polju zdravstvenog turizma, a dogovoren je i njen inspekcijski posjet Kvarneru u pratnji nekoliko suradnika, a sve s ciljem upoznavanja ponude zdravstvenog turizma.

DALEKA TRŽIŠTA

⇒ **Južna Koreja i Japan – poslovne radionice, 13.2. i 15.2.2018.**

TZ Kvarnera sudjelovala je na poslovnim radionicama u južnokorejskom gradu PyeongChang i japanskom Tokyu u zajedničkoj organizaciji Glavnog ureda HTZ-a i Slovenske turističke organizacije.

Tako se u sklopu XXIII. Zimskih olimpijskih igara u Olimpijskom selu održala poslovna radionica i prezentacija hrvatske i slovenske turističke ponude pred 40 partnera iz Južne Koreje na kojoj je sudjelovao i direktor Glavnog ureda HTZ-a Kristijan Staničić koji je naglasio važnost korejskog tržišta za hrvatski turizam, a uz TZ Kvarnera od domaćih subjekata na prezentaciji sudjelovale su turističke zajednice Dubrovačko-neretvanske županije i grada Zagreba, kao i Croatia Airlines, Atlas, Uniline i drugi.

U Tokyu radionica je održana u hotelu INTERCONTINENTAL TOKYO BAY za 49 japanskih partnera. Uz TZ Kvarnera od domaćih predstavnika u Japanu su se predstavili Adriatic DMC, Atlas, Croatia Airlines, Gulliver Travel, Platanus, Pointers te TZ Dubrovačko-neretvanske županije, TZG Zagreba i Glavni ured HTZ-a.

Za potrebe obju radionica Glavni ured HTZ-a izradio je brošuru s informacijama svih hrvatskih sudionika.

⇒ **Mombasa – Svjetski godišnji SKÅL kongres, 16.10. - 20.10.2018. – izboreno domaćinstvo Svjetskog godišnjeg SKÅL kongresa u 2020. godini**

Kvarner je u jakoj konkurenciji najprije ušao u finale izbora destinacije, a zatim je nadmoćno pobijedio švicarski grad Lugano i izborio domaćinstvo Svjetskog Skål kongresa 2020. godine, koji će se održavati u Opatiji i Rijeci, pod motom "SKÅL CONGRESS IN THE EUROPEAN CAPITAL OF CULTURE 2020". Ova odluka donesena je 19.10.2018. godine od strane međunarodnog SKÅL udruženja na Svjetskom godišnjem SKÅL kongresu, koji se ove godine održavao u Keniji.

Obje destinacije u finalu su održale opsežne prezentacije o mogućnostima domaćinstva kongresa kao i o atraktivnosti destinacija

Na kongresu je sudjelovala delegacija turističkih predstavnika s Kvarnera, koja je za vrijeme trajanja kongresa održala niz promotivnih prezentacija, predstavljanja i radionica, uz neizostavni kulturno-zabavni program i posebno snimljen petominutni film o destinaciji, koji je svakako pridonio pobjedi Kvarnera. U kandidaturi su aktivno sudjelovali članovi SKÅL kluba Kvarner predvođeni predsjednicom kluba i predsjednicom Organizacijskog odbora, koja je ujedno i direktorica TZ Kvarnera dr.sc. Irenom Peršić Živadinov, predstavnici TZ Kvarnera, TZG Rijeke, TZG Opatije, kao i SKÅL International Croatia.

Podršku u pripremi prezentacije, te lobiranjem i osobnim prisustvom na kongresu u Keniji, dali su bivši predsjednik svjetskog SKÅL International, Nik Račić, te dr.sc. Zlatan Fröhlich, predsjednik HGK Zagreb i predsjednik Nacionalnog vijeća Skål Hrvatska. Kandidatura je dobila podršku Ministarstva turizma, Hrvatske turističke zajednice, HGK, MVEP, Županije Primorsko goranske, gradova Rijeke i Opatije kao i mnogih drugih partnera.

SKÅL klub Kvarner osnovan je 2010. godine zaslugama Katice Hauptfeld, vlasnice poznate turističke agencije Katarina line, koja je ubrzo oko sebe okupila neke od najutjecajnijih turističkih djelatnika Kvarnera i koji su zajedničkim snagama, projektima i idejama vrlo brzo postali zapaženi u krugovima Skål Internationala na međunarodnoj razini – ova kandidatura i dobivanje domaćinstva kongresa u 2020. godini velikim je dijelom njena zasluga.

Za vrijeme ovog prestižnog međunarodnog događanja u 2020. godini na Kvarneru će boraviti oko 1.000 sudionika među kojima su mnogi vlasnici utjecajnih turističkih agencija i touroperatora kojima će se imati prilika pokazati turistički potencijal regije i koji će na taj način još uspješnije u budućnosti nuditi naše turističke kapacitete svojim klijentima.

SKÅL International, međunarodna je organizacija turističkih menadžera koja broji oko 15.000 članova okupljenih u preko 500 klubova širom svijeta i najveća je u sektoru turizma. Članovi SKÅL Klub Kvarnera su profesionalci u turizmu Kvarnera (hotelijeri, agencije, turističke zajednice i drugi). U Hrvatskoj još djeluju SKÅL klubovi Zagreb, Dubrovnik i Split. U 2020. godini regija Kvarner može se pohvaliti velikim događanjima čiji su vrhunac obilježavanja programa u Rijeci koja nosi titulu Europske prijestolnice kulture u 2020. godini te domaćinstvo 81. svjetskog kongresa SKÅL koji će upravo iz tog razloga nositi naziv "SKÅL kongres u Europskoj prijestolnici kulture". Pri tome važno je za napomenuti da je Kvarner još 2012. godine ugostio polugodišnji susret Upravnog vijeća SKÅL Internationala kada je kroz pomno osmišljen program domaćinstva uvaženim članovima Izvršnog odbora, kao i

Vijeća International Skål-a i njihove pratnje prezentiran Kvarner a sudionicu su upoznati s ljepotama, kulturnim i povijesnim nasljeđem i turističkim proizvodima Kvarnera.

HRVATSKA

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

⇒ **Osijek i Varaždin – prezentacije tijekom 1. i 2. kola Davis Cup natjecanja**

TZ Kvarnera predstavila se tijekom Davis Cup teniskog natjecanja u Osijeku i Varaždinu i to tijekom sva 3 dana natjecanja. U dogovoru s Hrvatskim teniskim savezom, uručeni su pokloni i promotivni materijali članovima kanadskog teniskog saveza i stožera te kanadskim navijačima u Osijeku, te članovima kazahstanskog teniskog saveza i stožera u Varaždinu.

⇒ **Opatija, 16.3.2018. – Regionalni Forum obiteljskog smještaja PGŽ**

Više pod II.2.1.1. Kvarner Family

⇒ **Mali Lošinj – 6. Forum lošinjskih iznajmljivača – Inovativni privatni, 19.3.-20.3.2018.**

Direktorica dr.sc. Irena Peršić Živadinov sudjelovala je na panel raspravi tijekom koje je predstavila nastavak aktivnosti u sklopu projekta Kvarner Family.

Više pod II.2.1.1. Kvarner Family

⇒ **Rijeka – prezentacija tijekom održavanja Super Finala Len Europa kupa u vaterpolu, 5.4.-8.4.2018.**

TZ Kvarnera je na prijedlog Glavnog ureda HTZ-a i Hrvatskog vaterpolo saveza dala potporu organizaciji natjecanja, te je u VIP prostoru na bazenu Kantrida bio postavljen info pult s promotivnim materijalima u izdanju TZ Kvarnera, TZG Opatije i TZG Rijeke te roll upovi.

⇒ **Crikvenica – konferencija Crikvenica International Health Tourism (CIHT), 8.11.-9.11.2018.**

Organizator konferencije je TZG Crikvenica, suorganizatori su Klaster zdravstvenog turizma Kvarnera i Thalassotherapie Crikvenica, dok su pokrovitelji TZ Kvarnera, HTZ, Ministarstvo turizma, Ministarstvo zdravstva, PGŽ i HGK.

Dvodnevna konferencija održat će se u hotelu Omorika, a predavanja će se odvijati tijekom prvog dana konferencije (08.11.), dok je za drugi dan (09.11.) organiziran posjet zdravstvenim institucijama na području Kvarnera.

OSTALO

⇒ **Mali Lošinj – 10. Međunarodni kongres teniskih trenera, 17.3.-18.3.2018.**

Kongres su organizirali Hrvatski teniski savez, Zbor teniskih trenera Hrvatske i TZ Kvarnera, te je podržan od strane Međunarodnog tenis saveza (ITF).

⇒ **Crikvenica – Dani UHPA-e, 22.03.-24.3.2018.**

⇒ **Opatija – Kongres „Turizam i hotelska industrija 2018“, 26.4.-27.4.2018.**

- ⇒ otok Brač – 4. Međunarodni kongres ruralnog turizma, 9.5.-12.5.2018.
- ⇒ Rijeka, 8.6.2018. – Konferencija nautičkog turizma
U Guvernerovoj palači u Rijeci održana je prva konferencija na temu razvoja nautičkog turizma u organizaciji dnevnih novina Novi list
- ⇒ Rijeka, 19.6.2018. – sudjelovanje na konferenciji za medije povodom održavanja utakmice Hrvatske košarkaške reprezentacije
- ⇒ Čavle, 4.9.2018. – okrugli stol „Auto moto sport i turizam“ u sklopu obilježavanja 40 godina Automotodroma Grobnik
Povodom obilježavanja 40. obljetnice Automotodroma Grobnik održan je Okrugli stol na temu „Auto moto sport i turizam“. Moto klub Kvarner iz Rijeke u suradnji sa TZ Kvarnera i Fakultetom za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu iz Opatije organizirao Okrugli stol „Auto moto sport i turizam“, na kojem su se sudionici upoznali s djelovanjem Automotodroma Grobnik i ogromnim potencijalom ove jedinstvene atrakcije u Hrvatskoj. Počasna pokroviteljica Okruglog stola kao i svih ostalih događanja u okviru proslave vrijednog jubileja bila je Predsjednica Republike Hrvatske Kolinda Grabar Kitarović, a pokrovitelji Ministarstvo turizma Republike Hrvatske i HMS Hrvatski motociklistički savez. Zaključci koji su donijeti tijekom okruglog stola svakako će utjecati na daljnji razvoj i promociju auto moto sporta i turizma, kako na Kvarneru, tako i u cijeloj Republici Hrvatskoj.

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

Predstavnici gospodarstva s Kvarnera sudjelovali su na brojnim poslovnim radionicama (workshopovi) u organizaciji GU HTZ, dok je TZ Kvarnera sudjelovala na prijedlog gospodarstva i na poziv predstavništava na radionicama u Koreji, Japanu i St. Petersburg.

V. INTERNI MARKETING

V.1. EDUKACIJA

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

U organizaciji HTZ-a i drugih nositelja, održane su brojne edukacije na kojima su sudjelovali predstavnici TZ Kvarnera.

V.1.2. Edukacija

Održane razne edukacijske radionice sukladno proizvodnom portfelju TZ Kvarnera, primjerice, Kvarner Family, Kvarner Outdoor, Kvarner Health.

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

V.2.1. Koordinacija s turističkim zajednicama s područja Kvarnera

TZ Kvarnera održala je više sastanaka koordinacije i to s direktorima turističkih zajednica, s predstavnicima gospodarskih subjekata, te s HTZ-om na teme: organizacija upravljanja destinacijom, udruživanje sredstava, zajedničke promotivne aktivnosti, zajedničko predstavljanje na sajamskim nastupima, planiranje i praćenje fizičkog turističkog prometa, praćenje naplate boravišne pristojbe, praćenje implementacije strateških dokumenata, marketing brendovi, pružanje stručne i svake druge pomoći, kao i jedna od najaktualnijih tema 2018. godine, a to je zaštita osobnih podataka - GDPR. Cilj sastanaka koordinacije je poboljšanja suradnje, unaprijeđenja projekata, koordiniranja aktivnosti, udruživanja sredstava za neke aktivnosti od zajedničkog interesa.

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

U skladu sa zakonskim zadaćama županijskih turističkih zajednica, izvršava se nadzor donošenja prijedloga programa rada za 2019. godinu, odnosno, programskim zadaćama lokalnih turističkih zajednica za sljedeću godinu.

V.2.2. Koordinacija turističkih zajednica Gorskog kotara

TZ Kvarnera pruža potporu projektima razvoja turizma na područjima koja nisu turistički razvijena, koja su velik potencijal u daljnjem obogaćivanju ukupne turističke ponude Kvarnera.

Temeljem odluke Turističkog vijeća TZ Kvarnera od 23.3.2012. godine pokrenut je pilot projekt upravljanja destinacijom Gorskog kotara te od tada redovito djeluje koordinacija turističkih zajednica Gorskog kotara.

Zahvaljujući upravo novom modelu suradnje i funkcioniranja, turističke zajednice Gorskog kotara na razne načine aplicirale su zajedničke i samostalne projekte na Javne pozive Hrvatske turističke zajednice i TZ Kvarnera u 2018. godini ostvarile financijsku potporu za razne projekte u ukupnom iznosu od 440.000,00 kn, što je potpomoglo razvoju projekata i manifestacija.

Kalendar događanja - TZ Gorskog kotara je u 2018. godini poduprijela događanja koja su od interesa za promidžbu Gorskog kotara, uskladila i posložila u godišnji plan događanja za Gorski kotar koji je objavljen na službenim web stranicama Gorskog kotara, Turističkih zajednica Gorskog kotara, Turističke zajednice Kvarnera te u tiskanom izdanju TZ Kvarnera „Kalendar događanja – Iz dana u dan“. Kalendara događanja dostavlja se na sve relevantne institucije u turizmu (MINT, HTZ) i medijima.

„**Gorski kotar bike tour**“ – organizacija je povjerena obrtu „Promotiv“ (osmišljavanje rute, obilazak, opis, prijave, najava/promidžba i svi ostali potrebni poslovi) u suradnji s koordinacijom Turističkih zajednica Gorskog kotara.

Na ovogodišnjem '**Gorski kotar Bike Tour-u**' sudjelovalo je **50 biciklista**, te na Kamenjakovoj goranskoj biciklijadi **23 biciklista**. Sudionici su došli iz raznih dijelova Hrvatske (Istre, Zagreba, Virovitice, Kutine, Međimurja), a biciklijade su imale i **međunarodni karakter** (9 biciklista iz Slovenije, 2 iz SAD-a i 1 iz Italije).

Bike Tour održan je kroz **2 vikenda**, kako bi obuhvatio sve dijelove Gorskog kotara. Prvi vikend povezao je gradove i općine Fužine, Lokve, Ravna Gora, Skrad, Delnice, Mrkopalj, Brod Moravice i Vrbovsko. Drugi vikend povezao je Grobničko polje sa čabarskim krajem.

Na putu obilaska, bicikliste su pozdravili i ugostili predstavnici svih Turističkih zajednica Gorskog kotara, vlasnici OPG-a, ugostitelji i dr., te time dali podršku manifestaciji. Smještaj je i ove godine realiziran u **Dvorcu Stara Sušica** kojim upravlja Dom mladih iz Rijeke, a ima kapacitet za oko 60 osoba. Smještajem u Dvorcu sudionici su izrazito zadovoljni, zbog dobre lokacije, mogućnosti parkinga i spremanja bicikala, čistoće i prostranih prostorija za druženje.

Sudionici *Kamenjakove goranske biciklijade* ponovno bili su u **privatnom smještaju**.

Tijekom biciklističkih vožnji posjećen su i **lokalne manifestacije** koje su se održavale u vrijeme biciklijade: Festival malina u Zelenom viru, Dan šumara i drvara Grada Čabra u Lividragi. Svi sudionici dobili su na **poklon buff**/ višenamjensku maramu s otiskom logotipa Gorski kotar bike. Manifestaciju je pomogla i tvrtka **Dukat** mliječna industrija d.d. koja je sudionicima dala 100 kom bočica proizvoda Dukat FIT proteinskog napitka.

Turistički promet ostvaren tijekom evenata: 79 noćenja u razdoblju 13-15. srpnja i 24 noćenja 4-5. kolovoza. Noćenja su ostvarena u komercijalnim objektima u Ravnoj Gori i u Tršću.

Kao zanimljivost ovogodišnjih manifestacija ističemo sudjelovanje biciklista iz Slovenije. Na oba eventa bili su prisutni eminentni slovenski blogeri - biciklisti, urednici slovenskih portala i FB stranica kao što su MTB.si i Hodam, torej sem, pa je promocija Gorskog kotara otišla izvan granica Hrvatske.

Koordinacije Turističkih zajednica Gorskog kotara realizirala je godišnje održavanje i ažuriranje:

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

Blog – pedaliranje.hr

U suradnji s biciklističkim blogerom Draženom Breitenfeldom realizirani su blogovi koji su pokrili sljedeće manifestacije:

- 13. - 15.07 Gorski kotar Bike
- 04 - 05.08. Kamenjakova biciklijada
- 25.08. Fužine 2 See
- 28. - 29.09. Tršće Bike park Enduro event
- Snow Mountain Bike, Delnice (siječanj 2019)

Tiskani promo-materijal i suveniri Gorskog kotara

Nakon ažuriranja fotografija u Katalogu atrakcija Gorski kotar izvršit će se dotisak u nakladi od 10.000 komada (5.000 engleski, 2.000 njemački i po 1.000 komada na hrvatskom, francuskom i nizozemskom jeziku)

U završnoj fazi je ažuriranje cestovne i turističke karte Gorskog kotara obogaćenoj kratkim opisom znamenitosti i izdvojenim šetnicama. Karta će se tiskati u nakladi od 5.000 komada na hrvatskom jeziku.

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

Sajmovi u suradnji s TZ Kvarnera:

1. Stuttgart (D) CMT – 13.-21.1.2018.
- 1a. Stuttgart CMT (D). Wander&Fahrraderlebnis – 13.-14.1.2018.
2. Utrecht (NL).Fiets en Wandelbeurs – 2.-4.3.2018.
3. Essen (D) – Reise + Camping – 21.-25.2.2018.
4. München (D) – f.re.e. – 21.-25.2.2018.
5. Nürnberg (D) – Freizeit – 28.2.-4.3.2018.

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

1. „Fiumare“, Rijeka, 31.5. – 2.6.2018.

Studijske grupe u Gorskom kotaru

Organiziran je prihvata domaćih i stranih novinara s ciljem predstavljanja turističkih atrakcija Gorskog kotara.

Produkcija multimedijских materijala

S ciljem praćenja najnovijih trendova i preporučenih način prezentacije kroz digitalne promidžbene materijale kroz jednodominutne spotove, koordinacija turističkih zajednica Gorskog kotara naručila je izradu turističkih promo-filmova na 5 tema:

- priroda
- aktivni odmor
- gastronomija
- manifestacije
- opći

Također izrađeni je više spotova u trajanju od 7 sekundi za televizijsku promidžbu koja se realizira kroz udruženo oglašavanje sa Hrvatskom turističkom zajednicom.

Aplikacije na Javne pozive i natječaje

Turističke zajednice Gorskog kotara aplicirale su samostalno i zajedničke projekte na Javne natječaje HTZ-a, TZ Kvarnera i PGŽ-a te su u 2018. godini ostvarile financijsku potporu za razne projekte u ukupnom iznosu od 440.000 kn

V.3. POTICANJE I OCJENJIVANJE IZVRSNOSTI DESTINACIJE

V.3.1. Djelatnik godine

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

usluge što direktno utječe na podizanje stupnja zadovoljstva gostiju, povrat gostiju i promidžbu usmenom predajom te na širenje pozitivnog imidža destinacije.

Među najboljima u Hrvatskoj, na Danima Hrvatskog turizma u Hvaru od 24.10. do 25.10.2018. godine, proglašeno je i troje kvarnerskih kandidata, a to su: gospođa Marina Sverić iz Policijske postaje Opatija proglašena je policajkom godine, zatim gospođa Ira Župan Bogdanović iz suvenirnice Kredenca u Crikvenici, kao prodavačica godine te gospođa Biserka Regvat iz TZG Malog Lošinja koja je proglašena djelatnicom godine u sustavu TZ-a.

Godišnju nagradu Anton Štifanić primio je gospodin Mate Mrakovčić, vlasnik kampa Bor na otoku Krku.

Nagrađeni kvarnerski kandidati svakako su uzor i poticaj svim drugim djelatnicima u turizmu.

V.3.2. DANI HRVATSKOG TURIZMA 2018 I GODIŠNJE HRVATSKE TURISTIČKE NAGRADE 2018

Tradicionalni godišnji skup turističkih djelatnika Hrvatske, u organizaciji Ministarstva turizma RH, Hrvatske gospodarske komore i Hrvatske turističke zajednice, održan je od 24.10. do 25.10.2018. godine u gradu Hvaru na otoku Hvaru. I ove godine kroz program održano je niz stručnih skupova, tematskih sjednica, prezentacija i radionica na kojima su domaći i strani stručnjaci imali priliku raspravljati o hrvatskom turizmu, analizirati turističku 2018. godinu kao i pripreme za sljedeću turističku godinu. Uz navedeno, održan je i već tradicionalni susret turističkih djelatnika s članovima Vlade RH. No, vrhunac događanja bile su svečane dodjele nagrada i priznanja najboljim pojedincima, predstavnicima turističke industrije i destinacijama po raznim kategorijama.

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

TOP 10 NAGRADA HRVATSKOG TURIZMA:

- **TURISTIČKI DOGAĐAJ GODINE**
Dobitnik: Rabska fjera

- **INOVACIJA U TURIZMU GODINE**
Finalist: Podvodni park Punat

- **DMK PUTNIČKA AGENCIJA GODINE**
Finalist: MedAdria (Mediteran Adria), Rijeka

- **TURISTIČKA DESTINACIJA GODINE**
Finalist: Mali Lošinj

HRVATSKE TURISTIČKE NAGRADE:

DESTINACIJA GODINE

- Najuspješnija destinacija za ljetni odmorišni turizam
Dobitnik: Mali Lošinj
- Najuspješnija destinacija turizma zdravlja
Finalist: Opatija

NAGRADA ZA ODRŽIVI TURIZAM:

- Finalist: Javna ustanova Priroda, Centar za posjetitelje i oporavilište za bjeloglave supove
Beli

PLAŽA GODINE:

- Finalist: Rajska plaža, Lopar

22. TURISTIČKI CVIJET - KVALITETA ZA HRVATSKU 2018.:

- Hotel 3*:
2. mjesto: Hotel Valamar Koralj, Krk
- Wellness hotel:
2. mjesto: Vitality Hotel Punta, Veli Lošinj
- Stories, Croatian Unique Hotel:
2. mjesto: Botique Hotel Alhambra, Mali Lošinj
- Veliki kamp:
2. mjesto: Krk Premium Camping Resort, Krk
- Marine - posebno priznanje za inovacije u uslugama:
Marina Punat, Punat
- Velika DMK putnička agencija (iznad 40 zaposlenih):
2. mjesto: Katarina Line DMC / cruise company, Opatija
- Mala (do 10 zaposlenih):
Dobitnik: MedAdria (Mediteran Adria), Rijeka
- Lječilište/SPA i specijalna bolnica za medicinsku rehabilitaciju:
Dobitnik: Thalassotherapia Opatija
- Ostalo – posebna priznanja:
Novi Vinodolski – 140 godina organiziranog turizma
Crikvenica – 130 godina organiziranog turizma

Kvarnerski dan turizma 2018

Već tradicionalno TZ Kvarnera krenula je s pripremama i organizacijom Kvarnerskog dana turizma koji se ove godine održava 12.12.2018. godine. Na svečanosti TZ Kvarnera dodijelit će turistička priznanja i nagrade u više kategorija.

Tjedne novosti iz TZ Kvarnera – tjeđne i dnevne najave događanja

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

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

Projekt se realizirao kroz dvije informativne emisije i to:

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

VI. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA

VI.1. ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA

VI.1.1. TOMAS Zdravstveni turizam 2018 i Istraživanje stavova lokalnog stanovništva prema razvoju turizma u Hrvatskoj u 2018. godini

TOMAS Zdravstveni turizam 2018

Institut za turizam u 2018. godini po prvi puta provodi istraživanje „Stavovi i potrošnja korisnika usluga zdravstvenog turizma u Hrvatskoj – TOMAS Zdravstveni turizam 2018.“

Tim će se istraživanjem, osim usporedbe obilježja između tri različita segmenta potražnje zdravstvenog turizma (wellness, lječilišni i medicinski), omogućiti i usporedba obilježja potražnje zdravstvenog turizma s drugim segmentima turističke potražnje u Hrvatskoj,

Cilj istraživanja je dobivanje relevantnih, pouzdanih i aktualnih kvalitativnih i kvantitativnih podataka o turističkoj potražnji zdravstvenog turizma u Hrvatskoj, a konceptualno će slijediti metodološki okvir TOMAS istraživanja, uz neophodne prilagodbe metoda istraživanom segmentu potražnje.

Podaci su se prikupljali metodom osobnog intervjua na uzorku od oko 2.500 ispitanika (domaćih i inozemnih) u razdoblju od lipnja do listopada 2018. godine.

Rezultati istraživanja bit će predstavljeni početkom iduće godine.

Istraživanje stavova lokalnog stanovništva prema razvoju turizma u Hrvatskoj u 2018. godini

S obzirom da pozitivan stav stanovnika uvelike utječe na uspješan razvoj turizma na nekom području, cilj ovog istraživanja je utvrditi percepcije i stavove stanovnika prema turistima i turizmu, kao jedan od važnih elemenata planiranja održivog i odgovornog razvoja turizma.

Rezultati istraživanja omogućit će usporedbu s rezultatima iz 2012. godine kada je takvo istraživanje, u okviru rada na Strategiji razvoja turizma RH do 2020. godine, provedeno po prvi puta.

Podaci su se prikupljali telefonskim intervjuom tijekom svibnja i lipnja na uzorku od oko 2.500 stanovnika na području cijele Hrvatske. Na razini Kvarnera istraživanje se provodi na uzorku od 220 ispitanika.

VI.1.2. Anketa na zračnoj luci „Rijeka“

TZ Kvarnera u suradnji sa Zračnom lukom Rijeka provela je tijekom predsezona, glavne sezone i posezone anketu putnika prilikom njihovog odlaska. Ukupno je anketirano 2.820 ispitanika anketom koja ima 20 pitanja, a najrelevantniji rezultati dobiveni analizom anketa prikazani su u nastavku.

DESTINACIJA NA KOJOJ SU ISPITANICI PROVELI ODMOR

Od ukupno 2.818 ispitanika 2.271 ili 81% je svoj odmor provelo isključivo na Kvarneru, 382 odnosno 14% u destinaciji izvan Kvarnera, a 106 tj. 3% ispitanika je dio odmora boravilo na Kvarneru, a dio izvan njega. 60 ispitanika nije odgovorilo na pitanje (2%).

Među ispitanicima koji su odmor proveli isključivo izvan Kvarnera: 54% je boravilo u Istri (7% od ukupnog broja ispitanika), 29% u jednoj ili više regija van Kvarnera (4% od ukupnog broja), a 17% u Dalmaciji (2% od ukupnog broja).

Svi daljnji rezultati odnose se na 2.271 ispitanika koji su boravili isključivo na Kvarneru.

I. DOSADAŠNJI BORAVCI NA KVARNERU

Od 2.271 ispitanika, 64% dolazi na Kvarner po 1. put, 21% je na Kvarneru bilo 2-4 puta, a njih 15% je Kvarner do sada posjetilo 5 ili više puta.

II. ZEMLJA U KOJOJ ISPITANIK ŽIVI

Većina anketiranih osoba živi u Njemačkoj, njih 60%. 7% ispitanika je iz Švedske, 6% iz Nizozemske, po 4% ispitanika otpada na goste iz Ujedinjenog Kraljevstva i Belgije. Presotalih 19% predstavljaju ispitanici iz svih drugih zemalja.

III. DESTINACIJA BORAVKA NA KVARNERU

35% ispitanika je svoj odmor provelo na Krku, 18% u Rijeci, 12% na Crikveničko-vinodolskoj rivijeri, 11% na Opatijskoj rivijeri, 8% na Rabu, 6% na Lošinju, a s 3% su zastupljeni ispitanici koji su boravili na otoku Cresu. Na 2 ili više destinacija boravilo je 7% ispitanika.

IV. TRAJANJE BORAVKA

Najveći udjel ispitanika, njih 44% boravio je na Kvarneru 5 do 7 dana, 31% 8 do 14 dana, 11% 3 do 4 dana, s 6% su zastupljeni ispitanici koji su na Kvarneru boravili manje od 3 dana, a s 5% ispitanici čiji je odmor trajao 15 do 21 dan. 3% otpada na ispitanike koji su na Kvarneru boravili više od 22 dana, a manje od 1% ispitanika nije odgovorilo na pitanje.

V. DOB

Najviše ispitanika je u dobi od 16 do 25 godina (28%), a u dobi od 26 do 35 godina je 25% ispitanika. Udjel ispitanika u dobnoj skupni od 36 do 45 godina iznosi 19%, a 15% ispitanika je u dobnoj skupini od 46 do 55 godina, te 8% ima od 56 do 65 godina. 4% ispitanika je starije od 66 godina, a 1% ispitanika nije odgovorilo na ovo pitanje.

VI. SMJEŠTAJ

Najveći udjel ispitanika boravio je u privatnom smještaju, njih 45%. 25% ispitanika je boravio u hotelu (16% u 4 ili 5 zvjezdice, a 9% u 3 zvjezdice ili nekom drugom hotelu pristupačne cijene). 8% otpada na smještaj u kampu, a 5% ispitanika je boravilo kod prijatelja i rodbine. Boravak u hostelu je također zastupljen s 5%, u vlastitoj kući je boravilo 3% ispitanika i isto toliko ih je bilo na jadrilici ili brodu. 5% ispitanika navodi da je boravilo u više vrsta smještaja, a 1% ih nije odgovorilo na ovo pitanje.

VII. MOTIV DOLASKA

29% ispitanika na Kvarner dolazi isključivo zbog **odmora i zabave**, a gotovo svi ostali (61%) navode **kombinaciju motiva** među kojima su, **pored zasebno spomenutih motiva navedeni i gastronomija, pristupačne cijene, kulturne znamenitosti te wellness.**

S po 3% su zastupljeni ispitanici koji kao jedini motiv dolaska navode: posjet prijateljima i rodbini, prirodne ljepote i razlozi koji nisu bili ponuđeni u anketi. S po 1% je zastupljen sport.

VIII. PRATNJA NA ODMORU

Udjel ispitanika koji su došli u pratnji partnera ili supružnika je 32%, a s obitelji i/ili djecom ih je došlo 30%. U pratnji prijatelja je došlo 23% ispitanika, a 3% ispitanika Kvarner je posjetilo samostalno. 2% ispitanika nije odgovorilo na ovo pitanje. 10% ispitanika je navelo kombinaciju više ponuđenih odgovora.

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

IX. POVRATAK NA ODMOR NA KVARNER

67% ispitanika planira ponovno doći na odmor na Kvarner, 26% ne zna, 3% ispitanika je odgovorilo negativno. 4% otpada na ispitanike koji nisu odgovorili.

X. UTJECAJ NA ODLUKU ZA ODMOR NA KVARNERU

Najveći utjecaj na odluku za odmor na Kvarneru imaju preporuke prijatelja, poznanika i rodbine i to na 28% ispitanika, potom slijedi vlastito iskustvo s udjelom od 19%. Internet kao faktor odluke je zabilježen kod 18% ispitanika. Zbog informacija dobivenih na sjamovima došlo je 3% ispitanika, a 2% zbog preporuke turističke agencije. Svi ostali ponuđeni odgovori, u grupi ili pojedinačno, zajedno ostvaruju 28% (turistička agencija, turistički sajam ili sajam putovanja, novinski članak, drugo). Kod 2% ispitanika nema odgovora na ovo pitanje.

XI. PRIHODI

Najveći broj ispitanika ima prihode koji se kreću od 1.001 do 3.000 € (45% ispitanika), 19% ispitanika ima prihode od 3.001 do 5.000 €, 18% zarađuje manje od 1.000 €, 12% ispitanika nije odgovorilo na ovo pitanje, a 6% ispitanika ostvaruje prihode veće od 5.000 €.

XII. NOVAC UTROŠEN ZA ODMOR

Pitanje se odnosi na trošak po osobi, bez troška prijevoza za dolazak na destinaciju. 32% ih je potrošilo 200-500€, 29% 500-1.000€, više od 1.000€ je potrošilo 20% ispitanika. 10% ispitanika spada u grupu s utrošenih 100-200€, 3% je potrošilo manje od 100€, a 6% anketa je bez odgovora.

XIII. OBRAZOVANJE

66% ispitanika je visokoobrazovano (29% je završilo diplomski, 26% preddiplomski studij, a 11% poslijediplomski studij). 27% ispitanika ima srednju stručnu spremu. 4% ispitanika nije odgovorilo, a 3% ima osnovnoškolsku naobrazbu.

Pitanje	Najzastupljeniji odgovor	Udjel u ostalim odgovorima
<i>Zemlja u kojoj ispitanik živi</i>	Njemačka	60%
<i>Koliko ste puta posjetili Kvarner</i>	1. put	64%
<i>Destinacija boravka na Kvarneru</i>	otok Krk	35%
<i>Trajanje boravka</i>	5 – 7 dana	44%
<i>Smještaj</i>	privatni smještaj	45%
<i>Motiv dolaska</i>	2 ili više opcija	61%
<i>Utjecaj na odluku za dolazak</i>	preporuke prijatelja/rodbine	28%
<i>Pratnja na odmoru</i>	Obitelj / partneri	62%
<i>Dob</i>	16 – 25	28%
<i>Obrazovanje</i>	VSS	66%
<i>Prihodi</i>	1.001 – 3.000 €	42%
<i>Novac potrošen na odmoru</i>	200 - 500 €	66%
<i>Povratak na odmor na Kvarner</i>	da	67%

VI.2. SURADNJA S MEĐUNARODNIM INSTITUCIJAMA I EU FONDOVI

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

Skål International Kvarner Klub – direktorica TZ Kvarnera dr.sc. Irena Peršić Živadinov predsjednica je Skål Internationala Kvarner, najveće i jedine međunarodne turističke organizacije koja objedinjuje sve grane turističke industrije. Skål International Kvarner trenutno okuplja 30 kvarnerskih turističkih profesionalaca, a osnivačica kluba je dosadašnja predsjednica Katarina Hauptfeld.

U 2018. godini realizirano je niz sastanaka Organizacijskog odbora za pripremu domaćinstva godišnjeg Svjetskog SKAL kongresa u 2020. godini. Sukladno kriterijima i zahtjevima koje propisuje međunarodno SKAL udruženje pripremljena je cjelokupna opsežna kandidatura.

Nakon duge i zahtjevne kandidature Kvarner je ušao u samo finale sa švicarskim gradom Luganom te je na ovogodišnjem Svjetskom SKÅL kongresu u Mombasi od strane međunarodnog SKAL udruženja (SKAL International) donesena odluka kako će Kvarner u 2020. godini biti domaćinom ovog važnog kongresa na svjetskoj razini.

Više pod IV.1. NASTUPI NA TURISTIČKIM SAJMOVIMA

EU PROJEKTI U 2018 – TZ Kvarnera kao partner:

VI.2.1. MALA BARKA 2 - Očuvanje pomorske baštine Sjevernog Jadrana

Trajanje projekta: 1.10.2016. – 31.3.2019.

Temeljem pozitivnih iskustava na provedbi projekta „Turistička valorizacija pomorske, ribarske i brodograđevne baštine Sjevernog Jadrana kroz stvaranje novih turističkih proizvoda“, akronima „**Mala Barka**“, odnosno zahvaljujući uspjehu projekta „Mala barka“, nastavljen je projekt „Mala barka 2“, a kao jedan od najvažnijih rezultata oba projekta je očuvanje pomorske baštine sjevernog Jadrana.

Naime, projekt je nastao iz zajedničke uspješne suradnje partnera na projektu Mala Barka. Koncept razvoja turističkog proizvoda, a ujedno i zaštite pomorske baštine, sada se kapitalizira, što znači nadogradnju u onim područjima gdje je već bio započet (Mošćenička Draga, Rijeka, Izola) te u svim ostalim područjima pograničnog područja (Nerezine, Krk, Piran, Malinska, Crikvenica, Opatija, Portorož, Kopar, Mali Lošinj, itd.). Svi partneri iz Male Barke nastavili su suradnju kroz novi projekt. TZ Kvarnera osigurava 15% sredstava, a iz Fonda se osigurava 85 %

sredstava. Obaveza TZ Kvarnera je sudjelovanje u svim aktivnostima, dok RP3 – PROMOCIJA, u cijelosti pripada TZ Kvarnera.

Projekt Mala Barka 2 zasniva se na:

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

OSNOVNE INFORMACIJE O PROJEKTU „MALA BARKA 2“

Naziv projekta: Mala Barka 2

Trajanje projekta: 30 mjeseci

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

Budžet HR partnera: 1.283.490,95 EUR

Budžet SLO partnera: 860.905,00 EUR

Projektni partneri:

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

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

- **sustavan razvoj turističkog proizvoda** - izrada zajedničkih smjernica razvoja održivog turizma baziranog na pomorskoj baštini te osnivanje i koordinacija Centara izvrsnosti kao izrazito uspješnog primjera sustavnog razvoja turističkog proizvoda. Nadogradnjom postojećeg Centra izvrsnosti osigurala bi se visoka razina kvalitete turističkih sadržaja i ponuda te „brendiranje“ turističkog proizvoda i njegovim jasnim povezivanjem s pograničnom regijom. Tako formirani turistički proizvodi su daleko atraktivniji jer su sustavno koncipirani i tematski orijentirani te ostvaruju peterostruki efekt - (i) razvoj gospodarske djelatnosti, dolazak turista, (ii) zaštita kulturne i prirodne baštine, (iii) promocija kulturne i prirodne baštine, (iv) povezivanje stanovništva i stručnjaka te (v) edukacija turističkih djelatnika s ciljem razvoja novog turističkog proizvoda.
- **promocija zajedničkog turističkog proizvoda** - razvoj i promocija zajedničkog turističkog proizvoda kroz izradu priča o pomorskoj baštini, Master plana razvoja kulturnog turizma, izradu zajedničkih turističkih itinerara, osnivanje i koordinaciju

promotivnih centara te sveobuhvatna promotivna kampanja koja uključuje i održavanje turističkih manifestacija s prikazom pomorske baštine te

- **trajna zaštita pomorske baštine** - uređenje interpretacijskih centara, obnova tradicionalnih malih barki uključujući i trajno zapisivanje njihovih tehničkih karakteristika, stvaranje zajedničke baze pomorske baštine na temelju koje će se ažurirati nacionalni registri i razviti virtualni muzej te najvrjednije - sustavna edukacija djece i mladih kroz osnivanje Akademije starih zanata i vještina.

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

Projekt ima sljedeće specifične prekogranične ciljeve:

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

Projekt je podijeljen na pet radnih paketa:

RP 1. UPRAVLJANJE PROJEKTOM

- 1.1 Koordinacija
- 1.2 Nadzor provođenja projekta

RP2. SUSTAVAN I ODRŽIVI RAZVOJ

- 2.1 Izrada Smjernica razvoja održivog turizma na temu pomorske baštine u pograničnom području
- 2.2 Centri izvrsnosti

- 2.3 Izrada priče o pomorskoj baštini (STORY TELLING) i Master plana razvoja kulturnog turizma na temu pomorske, ribarske i brodograditeljske baštine pograničnog područja

RP3. PROMOCIJA

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

RP4. OČUVANJE I PREZENTACIJA BAŠTINE

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

RP5. PROMOCIJA

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

Temeljem Radnog paketa T2 – Promocija kulturno-turističke destinacije i turističkih proizvoda te radnog zadatka T2.4. – Održavanje interpretacijskih manifestacija TZ Kvarnera je bila nositelj 5 interpretacijskih manifestacija koje su na području Kvarnera organizirane u 2018. godini u okviru projekta:

Rd. br.	PRIJAVITELJ/NOSITELJ/ ORGANIZATOR	Naziv manifestacije	Termin održavanja
1.	Koordinacija udruga za očuvanje i revitalizaciju pomorske, ribarske i brodograđevne baštine Kvarnera i Istre	7. Kvarnerski festival mora i pomorske tradicije FIUMARE 2017	29.05.-06.06.2018.

2.	Ekomuzej Mošćenička Draga	10. Smotra i regata tradicijskih barki na jedra Mala barka	13.07.-15.07.2018.
3.	Turistička zajednica grada Krka	21. Krčka jedra	13.08.-15.08.2018.
4.	Turistička zajednica grada Crikvenice	52. Ribarski tjedan	25.08.-01.09.2018.
5.	Turistička zajednica grada Mali Lošinj	Lošinjskim jedrima oko svijeta	08.09.-23.09.2018.

Kratki pregled aktivnosti TZ Kvarnera na projektu „Mala barka 2“ 2018. godine:

DATUM	AKTIVNOST
19.01.2018.	16. koordinacijski sastanak MB2
23.01.2018.	Sastanak Centara izvrsnosti s izrađivačima Smjernica razvoja održivog turizma, Master plana razvoja pomorskog turizma i Akcijskih planova
6.02.2018.	Operativni sastanak na temu Festivala Escale a Sete
14.02.2018.	Operativni sastanak na temu Festivala Escale a Sete
22.02.2018.	Dopuna Odluke o imenovanju radnika Turističke zajednice Kvarnera zaduženih za provedbu aktivnosti na projektu „Mala barka 2: Očuvanje kulturne baštine i stvaranje zajedničkog turističkog proizvoda kapitalizacijom dosadašnjih dostignuća u turističkoj valorizaciji pomorske baštine Sjevernog Jadrana“
13.03.2018.	Operativni sastanak
19.03.2018.	Operativni sastanak
22.03.2018.	5. sjednica Upravnog odbora MB2 u Piranu
28.03.2018.	Objavljen poziv na nadmetanje za manifestacije u 2018.
29.03.2018. - 2.04.2018.	Sudjelovanje na festivalu Escale a Sete, Francuska
16.04.2018.	Sastanak za markacije
23.04.2018.	Sastanak za markacije
25.04.2018.	Prisustvovanje otvorenju TIC-a u Izoli
4.05.2018.	Sastanak Povjerenstva za ocjenu manifestacija
7.05.2018.	Sastanak za markacije i pisanje
7.05.2018.	Prijaviteljima poslana Odluka o odabiru manifestacija
17.5.2018	Sastanak Centra izvrsnosti na temu markacija
29.05.2018.	Poslan Poziv za izradu Marketinškog plana na 3 adrese
29.05.2018. - 6.06.2018.	7. Kvarnerski festival mora i pomorske tradicije FIUMARE 2018
4.06.2018.	Prisustvovanje otvorenju Interpretacijskog centra pomorske baštine otoka Krka i 17.Koordinacijski sastanak partnera na projektu Mala barka 2
10.06.2018.	Prisustvovanje na 13. Rovinjskoj regati

20.06.2018.	Poštom poslana Odluka o odabranom ponuditelju za izradu Marketinškog plana
6.07.2018.	6. sjednica Upravnog odbora MB2 u Rovinju
13.07.2018. - 15.07.2018	10. Smotra i regata tradicijskih barki na jedra Mala barka
26.07.2018.	Sastanak za markacije
27.07.2018.	Objavljen poziv za usluge izrade promotivnog materijala i provođenja promotivne kampanje turističkog proizvoda Mala barka
9.08.2018.	Poslan poziv za izradu markacije na 3 adrese
13.08.2018. - 15.08.2018.	21. Krčka jedra - tradicionalna regata starih plovila
25.08.2018. - 1.09.2018.	52. Ribarski tjedan
28.08.2018.	Poštom poslana Odluka o odabiru izvođača markacija, promotivnog materijala i promidžbene kampanje
7.09.2018.	18. koordinacijski sastanak MB2
8.09.2018. - 23.09.2018.	Festival Lošinjskim jedrima oko svijeta 2018.
12.09.2018.	7. sjednica Upravnog odbora MB2 u Izoli
27.09.2018.	Sudjelovanje i prezentacija projekta na događanju EC Day SI-HR 2018 „Uživanje kulturne baštine“ u Portorožu i Piranu
18.10.2018.	Prisustvovanje stručnom, studijskom izletu u Izoli uz posjet muzeju u Križu (Centri izvrsnosti)
10.11.2018.	Sudjelovanje na studijskom putovanju u Pomorski muzej grada Trsta i Interpretacijski centar o pomorskoj baštini Santa Croce

Održano je:

- Sasastanci Upravnog odbora: **3** (Piran, Rovinj, Izola)
- Koordinacijski sastanci: **4**
- Sastanci Centara izvrsnosti: **4**
- Raspisani i odrađeni natječaji: **4**
 - Poziv na nadmetanje za manifestacije u 2018
 - Poziv za izradu Marketinškog plana
 - Poziv za izradu markacija
 - Poziv za usluge izrade promotivnog materijala i provođenja promotivne kampanje turističkog proizvoda Mala barka
- 5. Organizirane press konferencije: **1**

JEDINSTVENA MARKACIJA ATRAKCIJA u sklopu projekta Mala barka 2

- Jedna od najvažnijih aktivnosti TZ Kvarnera tijekom 2018 godine je provedba markacija na ukupno 50 lokacija, od toga 43 na Kvarneru, a 7 u Rovinju. Obavljena je opsežna priprema provedbe te je formirano stručno povjerenstvo za provedbu, koje se sastalo 4 puta te na temelju pregleda dokumenta „Kategorija pomorske baštine“, Izvor: Studija stvaranja baze podataka pomorske, povijesne i kulturne baštine, Pomorski i povijesni muzej Hrvatskog primorja Rijeka, 2015.), kao i vlastitog iskustva, izradilo prijedlog lokacija, vrstu atrakcija, te način obilježavanja markacija. Zatim je provedena rasprava partnera na projektu s članovima Centra izvrsnosti i predstavnika lokalnih TZ na čijem su području markacije, te se tim slijedom definirao projektni zadatak, na temelju kojeg je raspisan poziv za izvođača. Aktivnost će biti završena do konca 2018. godine.

PREZENTACIJA PROJEKTA MALA BARKA 2 U FRANCUSKOJ – KVARNER NA FESTIVALU ESCALE À SÈTE, 27.3. – 2.4.2018.

Na poziv Predstavništva HTZ-a u Francuskoj i Udruge za promociju hrvatske maritimne kulture Cronaves, Kvarner je predstavljen na jednoj od najvećih manifestacija pomorske baštine na Mediteranu. Naime, nakon uspješnih sudjelovanja i predstavljanja na tradicijskim pomorskim festivalima u Brestu, te festivalu u zaljevu Morbihan (oba u Francuskoj), Sete je treća u nizu francuskih destinacija, koja se pokazala kao idealna pozornica za predstavljanje kao turističke destinacije s dugom tradicijom i bogatom pomorskom baštinom. Grad Sete, poznat i kao prva ribarska luka na francuskom Mediteranu, festival organizira bienalno, organizirajući „Mediterransko selo“, koje je u 2016. godini posjetilo više od 300.000 ljudi, dok je za 2018. najavljeno oko pola milijuna posjetitelja. Hrvatska je imala status počasnog gosta festivala 'ESCALE À SÈTE', što je bilo iznimnom prilikom za integralno predstavljanje hrvatske pomorske tradicije, kulture i turizma u sklopu programa „Les cultures de Adriatique“ u okviru „Village Croatie“.

Kako je TZ Kvarnera već četvrtu godinu partner na EU projektu očuvanja pomorske baštine sjevernog Jadrana pod nazivom Mala barka, prezentacija na Festivalu Escale a Sete bila je tim važnija, jer je povezala vrijednosti koje su dio identiteta ovog kraja, vrijednosti koje se valoriziraju kroz projekt Mala barka 2, vrijednosti za koje postoje čvrsti temelji sveprisutnog turističkog proizvoda – priča vezanih uz život na moru i uz more. Upravo je ta priča prenesena u Francusku, pa su i kvarnerski guc i lošinjska regatna pasara zaplovili Mediteranom u luci Sete, prikazujući vještine mladih, ponosnih posada. U hrvatskom paviljonu mediteranskog sela postavljena je izložba tipičnih vizuala naših destinacija i tematskih manifestacija, prikazivani su filmovi, posjetiteljima su na raspolaganju bili promidžbeni materijali svih kvarnerskih destinacija (neki posebno priređeni za ovu prezentaciju) i stručni informatori, a degustirale su se delicije, od krčkog pršuta i sira, do plodova mora, slastica i vrbničke žlahtine. Bilo je okusa, mirisa, zvukova, kolorita autohtonih nošnji i dobre atmosfere kojim je pričana naša pomorska priča za Francuze, koji su zainteresirani za nove atrakcije na mapi konkurentne svjetske turističke ponude. Na posebnoj pozornici održana su predavanja, odnosno prezentacije za uzvanike; predstavnike medija, partnera i posjetitelja.

Prezentaciju Kvarnera, u suradnji s Predstavništvom HTZ-a, organizirali su TZ Kvarnera i Primorsko-goranska županija, Pomorski i povijesni muzej Hrvatskog primorja Rijeka, Udruga Tradicijska jedra Kvarnera i Istre, Općina i Turistička zajednica Mošćenička Draga i Ekomuzej Mošćenička Draga, te Pomorski fakultet Rijeka. „Kvarnerska ekipa“ pretvorila je ovu višednevnu prezentaciju u svečanost pomorske tradicije. Posebno se istaknuo otok Lošinj, jer je TZG Mali Lošinj, osim prezentiranja lošinjske regatne pasare, angažirala i predstavnike tvrtke „Lošinj Hotels&Villas, te su zajednički najavili manifestaciju „Festival Lošinjskim jedrima oko svijeta“, koji je posvećen bogatoj pomorskoj i brodograđevnoj tradiciji otoka vitalnosti, a sve s ciljem predstavljanja otoka Lošinja kao atraktivne turističke destinacije.

Kvarner, kao regija pomorske baštine, sa svojim predstavnicima u Francuskoj, bio je u respektabilnom društvu hrvatskih zaljubljenika u more; Udruge lađara Neretve iz Opuzena, Udruge Palagruža, Sveučilišta u Zadru i drugih, a svi zajedno „odmjerili su snage“ s evropskim izlagačima na festivalu, kao što su bile Španjolska, Francuska, Portugal, Rusija, Češka, Italija, i druge destinacije.

Značaj sudjelovanja i prezentacije Kvarneru na festivalu u Francuskoj nadilazi okvire i koncepte prezentacija na drugim tržištima i drugim prigodama, jer je bila potrebna zaista velika energija, želja i zajedništvo više sudionika, da bi se istaknuo segment turističke ponude koji istovremeno predstavlja tradiciju i suvremenost, kulturu, nautiku i aktivnosti na moru, ribarenje i mediteransku gastronomiju, zdravstveni aspekt boravka na moru, a sve skupa predstavlja autentičnu snagu turističke destinacije Kvarner, koja privlači goste iz cijelog svijeta.

MALA BARKA 2 – IZRADA PROMOTIVNOG MATERIJALA I PROVOĐENJE PROMOTIVNE KAMPANJE TURISTIČKOG PROIZVODA MALA BARKA

U sklopu projektnog zadatka kao partner na projektu Mala barka 2, TZ Kvarnera pristupila je provedbi izrade promotivnog materijala i provođenja promotivnih aktivnosti, te je proveden postupak javne nabave. U tijeku je nabava usluga za:

- Izrada slikovnice
- Izrada letka – razglednice
- Izrada image brošure
- Izrada promidžbenih video spotova
- Izrada promidžbenog audio spota
- Usluga Promidžbi na TV i radio postajama
- Izrada tematske brošure
- Izrada tematskog letka – flyera
- Izrada mobilne aplikacije
- Usluge studijskih putovanja novinara i agenata

Ostale provedene aktivnosti:

- Redovna koordinacija Centra izvrsnosti, te Centara promocije i opskrbljivanje istih promo materijalima
- Modelirano 7 prekograničnih turističkih itinerara za novinare, agente i posjetitelje
- Sudjelovanje i prezentacija projekta na događanju EC Day SI-HR 2018 „Uživanje kulturne baštine“ u Portorožu i Piranu

VI.2.2. KULTURNO-TURISTIČKA RUTA PUTEVIMA FRANKOPANA

Naziv projekta	Partneri	Proračun	Program
Kulturno-turistička ruta Putevima Frankopana	PGŽ – LP Turistička zajednica Kvarnera Turistička zajednica grada Rijeke Grad Rijeka Općina Čavle Grad Bakar Grad Kraljevica Općina Vinodolska Grad Čabar Općina Lokve Prirodoslovni muzej Rijeka Krčka biskupija Centar za kulturu grada Krka	Ukupno 62.813.193,63 kn TZ Kvarnera (1.505.000,00 kn)	Operativni program Konkurentnost i kohezija „Priprema i provedba integriranih razvojnih programa temeljenih na obnovi kulturne baštine“

- TZ Kvarnera partner je i na EU projektu Kulturno-turistička ruta Putovima Frankopana – radi se o projektu kulture rute koja potiče vrednovanje, obnovu, očuvanje, zaštitu i inovativno interpretiranje 17 frankopanskih kaštela i dvoraca te triju sakralnih zdanja na području Kvarneru
- kulturno-turistička tura Putovima Frankopana ima za cilj produljenje turističke sezone i poboljšanje kvalitete turističke ponude te razvoj novih turističkih doživljaja na Kvarneru
- kao proizvod ruta je namijenjena individualnim gostima i grupama. Posjetitelji će se moći samostalno kretati po ruti, koristeći frankopansku putovnicu i putokaze, no rutom se može kretati i po programu prilagođenom grupama (vođene ture, biciklističke rute, tematske manifestacije, obiteljski turizam i radionice prilagođene djeci, školski edukativni izleti...)
- vodeći partner na projektu je PGŽ
- projektni partneri: TZ Kvarnera, TZG Rijeke, Grad Rijeka, Općina Čavle, Grad Bakar, Grad Kraljevica, Općina Vinodolska, Grad Čabar, Općina Lokve, Prirodoslovni muzej Rijeka, Biskupija Krk i Centar za kulturu grada Krka
- trajanje projekta: 31 mjesec
- ukupna vrijednost projekta: 64.116.001,04 kn, od čega se iz Europskog fonda za regionalni razvoj osigurava 47.306.235,33 HRK

- djelokrug djelovanja TZ Kvarnera: organiziranje i provedba cjelovite promotivne kampanje (predviđeni ukupni iznos za promidžbu i vidljivost iznosi 1.171.543,20 HRK)
- projekt se temelji na istoimenom projektu kojeg je PGŽ provodila u razdoblju od 2005. do 2008. godine (uređenje i priprema dokumentacije za obnovu frankopanskih kaštela županija; obnovljena jedna od kula na kaštelu u gradu Krku)
- unutar projekta već je dostupna web stranica i aplikacija
- 18. studenoga 2016. godine otvoren je Posjetiteljski centar "Kraljevica" u dvorcu Nova Kraljevica (predstavlja primjer očuvanja baštine uz implementaciju elemenata suvremene umjetnosti te je u njegovo uređenje ukupno uloženo 2.6 milijuna kuna, od čega su 2.2 milijuna kuna sredstva Europske unije te 400.000,00 kuna sredstva PGŽ)

Kratki pregled aktivnosti TZ Kvarnera na projektu Putevima Frankopana 2018. godine:

DATUM	AKTIVNOST
16.01.2018.	Operativni sastanak Putovima Frankopana
19.01.2018.	Potpisan UGOVOR o izvršenju konzultantskih usluga za provođenje projekta Kulturno-turistička ruta „Putovima Frankopana“ Grupa 2. Tehnička pomoć u provođenju aktivnosti, promocije i vidljivosti s tvrtkom Logoteam d.o.o.
30.01.2018.	Obilazak Frankopanskog kaštela Bakar, u kojem su dovršeni radovi na međukatnim konstrukcijama i najava programa obilježavanja 900 godina Frankopana
13.03.2018.	Operativni sastanak Putovima Frankopana
15.03.2018.	Obilazak 3 kaštela i 1 sakralnog objekta - Brod na Kupi, Severin na Kupi, Gomirje i Stara Sušica
9.05.2018.	Sudjelovanje na prezentaciji KTR Putovima Frankopana u PPMHP
11.06.2018.	Operativni sastanak Putovima Frankopana
31.07.2018.	Operativni sastanak s vodećim partnerom
31.10.2018.	Prisustvovanje predstavljanju Monografije Putovima Frankopana u PPMHP

Odrađene aktivnosti:

- Operativni sastanci: **4**

Uz sudjelovanje u svim partnerskim aktivnostima, TZ Kvarnera je u cilju ranije promidžbe projekta Putovima Frankopana u sklopu ponude kulturnog turizma na Kvarneru, s vlastitim sredstvima:

- producirala promidžbeni letak na engleskom jeziku pod nazivom KVARNER CULTURAL HERITAGE, u kojem je jedna od 3 stranice posvećena Frankopanima s naglaskom na obilježavanje 900 obljetnice i s navedenim datumima glavnih događanja, a letak je distribuiran na sajmovima, prezentacijama, te dijeljen inozemnim novinarima u posjetu Kvarneru

- odaslala informaciju o projektu putem newslettera za britansko tržište + englesko govorno područje na mailing listu novinara i partnera
- odaslala informaciju o projektu putem newslettera za slovensko tržište pod nazivom „Margaretino leto – šetnja kroz povijest – DOBA FRANKOPANA, na mailing listu novinara i partnera
- objavila vijest o 900 godina Frankopana u tiskanom kalendaru događanja „Otkrij Kvarner - Iz dana u dan“ na hrvatskom, njemačkom, engleskom, talijanskom i slovenskom jeziku
- plasirala informaciju putem tiskanih programa s informacijama o turističkoj ponudi sudionika na poslovnim radionicama u Seoul-u i Tokyo u organizaciji HTZ-a, odnosno za tržišta Južne Koreje i Japana (u dvojezičnim varijantama: englesko – korejski, te i englesko - japanski)
- Informacija o 900 godina Frankopana uvrštena je u suradnji s HTZ-om i u:
 - magazin Enjoy Croatia - prilog Večernji list – tiskan na engleskom jeziku i namijenjen stranim gostima
 - tjednik The Times (The Istria & Kvarner Times, objava: 12.07.2018.) – besplatne novine tiskane na engleskom, njemačkom i hrvatskom jeziku

Napomena: većinom je navedeno dijeljeno i na društvenim mrežama.

Ostale provedene aktivnosti:

- Priprema natječaja koji uključuje: provedbu promidžbenih aktivnosti u zemlji i inozemstvu, sudjelovanje na poslovnim radionicama kulturnog turizma te cjelokupne turističke ponude u Hrvatskoj i inozemstvu, oglašavanje u domaćim i inozemnim medijima, pripremu i nastup na sajmovima u Hrvatskoj i u inozemstvu
- Prisustvovanje obilasku Frankopanskog kaštela Bakar, te obilasku 3 kaštela i 1 sakralnog objekta - Brod na Kupi, Severin na Kupi, Gomirje i Stara Sušica
- Sudjelovanje na prezentaciji KTR Putovima Frankopana u PPMHP
- Prisustvovanje na predstavljanju Monografije Putovima Frankopana

VI.2.3. CLAUSTRA PLUS

Prekogranična destinacija kulturnog i zelenog turizma Claustra Alpium Iuliarum (1.08.2017. – 31.01.2020.)

“Claustra Alpium Iuliarum (CAI) je kasnoantički unutarnji obrambeni sustav, koji je štitio Rimsko carstvo od prodora neprijatelja u središte rimskog imperija. Arheološki ostaci sustava pružaju seu intervalima od Rijeke u Hrvatskoj do Posočja u Sloveniji, a položaj obrambenih zidova ukazuje na svrhovito korištenje prirodnih obilježja nemirnog krajolika. Claustra predstavlja izniman primjer integracije arhitekture s prirodnim okolišem, a kao takav i izniman potencijal turističke atrakcije.

Naziv projekta	Partneri	Proračun	Program
<p>Prekogranična destinacija kulturnog i zelenog turizma Claustra Alpium Iuliarum</p> <p>(Akronim CLAUSTRRA +)</p>	<p>Primorsko - goranska županija Turistička zajednica Kvarnera Pomorski i povijesni muzej Hrvatskog primorja Rijeka Prirodoslovni muzej Rijeka Hrvatski restauratorski zavod Javni zavod Republike Slovenije za varstvo kulturne dediščine Zavod Ivana Cankarja za kulturo, šport in turizem Vrhnika Narodni muzej Slovenije Zavod Republike Slovenije za varstvo narave</p>	<p>Ukupno 1.779.988,15 EUR</p> <p>TZ Kvarnera 151.195,00 EUR</p>	<p>Interreg V-A Slovenija-Hrvatska</p>

Projekt se provodi u sklopu Operativnog programa Interreg V-A Slovenija-Hrvatska 2014.-2020. Vodeći partner projekta je Javni zavod Republike Slovenije za varstvo kulturne dediščine, dok su hrvatski partneri TZ Kvarnera, Primorsko-goranska županija, Pomorski i povijesni muzej Hrvatskog primorja Rijeka, Prirodoslovni muzej Rijeka i Hrvatski restauratorski zavod, a slovenski partneri su Zavod Ivana Cankarja za kulturo, šport in turizem Vrhnika, Narodni muzej Slovenije i Zavod Republike Slovenije za varstvo narave.

Claustra Alpium Iuliarum (CAI) je kasnoantički unutarnji obrambeni sustav, koji je štitio Rimsko carstvo od prodora neprijatelja u središte rimskog imperija, te predstavlja izniman primjer integracije arhitekture s prirodnim okolišem, te je takav i doživljaj posjetitelja. Projekt uključuje pripremu smjernica za razvoj i nacrt promocije, oblikovanje kulturno-turističke rute i povezanih itinerera, sustavnu promociju proizvoda (uključujući i mobilnu aplikaciju) te razvoj i izvedbu bogatog programa za posjetitelje (prekogranični javni događaji, iskustvena vodstva). Za razvoj cjelovitog proizvoda i stabilno upravljanje kulturno-turističkom rutom, pristupom odozdo prema gore, uspostavljen je prekogranični konzorcij CLAUSTRRA koji udružuje sve važne dionike i povezati lokalne gospodarske subjekte. Drugi skup aktivnosti projekta namijenjen je povećanju privlačnosti destinacije CLAUSTRRA. To će se postići preko aktivne zaštite i obogaćene prezentacije arheoloških ostataka te provedbom mjera za povećanje fizičke i informacijske dostupnosti, uključujući i postavljanje tri didaktičke točke.

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.

Razvoj destinacije CLAUSTRA temelji se na valorizaciji kasnoantičkog rimskog obrambenog sustava kao kulturnog dobra od iznimnog značaja i prirodne baštine dostupne uz arheološki lokalitet kroz koncept održivog turizma.

Kratki pregled aktivnosti TZ Kvarnera na projektu Claustra Plus 2018. godine:

DATUM	AKTIVNOST
16.01.2018.	Operativni sastanak partnera
23.02.2018.	Donesena O D L U K A o imenovanju radnika Turističke zajednice Kvarnera zaduženih za provedbu aktivnosti na projektu „CLAUSTRA+: Prekogranična destinacija kulturnog i zelenog turizma Claustra Alpium Iuliarum“
1.03.2018.	Donesen Aneks na O D L U K U o imenovanju radnika Turističke zajednice Kvarnera zaduženih za provedbu aktivnosti na projektu „CLAUSTRA+: Prekogranična destinacija kulturnog i zelenog turizma Claustra Alpium Iuliarum“
13.03.2018.	Operativni sastanak
14.05.2018.	Objavljen javni poziv za Smjernice
22.05.2018.	Partnerski sastanak u Zagrebu
20.06.2018.	Donesena Odluka o Izrađivaču Smjernica
27.08.2018.	Sastanak s Izrađivačem Smjernica
24.09.2018. - 25.09.2018.	Partnerski sastanak u Vrhniku
24.10.2018.	Poziv za organizaciju biciklističko – pješačkih manifestacija
8.11.2018.	Donesena Odluka o organizatoru biciklističko – pješačkih manifestacija

- Partnerski sastanci: **2** (Zagreb, Vrhnika)
- Operativni sastanci: **3**
- Raspisani natječaji: **2**
 - Poziv za nabavu usluge izrade Smjernica razvoja destinacije CLAUSTRA
 - Poziv za organizaciju biciklističko – pješačkih manifestacija

Ostale provedene aktivnosti:

- kreiranje 20 kulturno-turističkih itinerara
- priprema materijala za izradu promotivnih materijala

SMJERNICA RAZVOJA DESTINACIJE CLAUSTRA – u sklopu svog projektnog zadatka, TZ Kvarnera je izradila Smjernice razvoja destinacije, koje obuhvaćaju osnove djelovanja u projektu, od definiranja glavnih itinerara, preporuka za kretanje destinacijom i korištenje usluga, plan promocije destinacije Claustra, prijedlog kalendara događanja, prijedlog ponude suvenira, te

smjernice za edukaciju kadrova u referentnim točkama za praćenje implementacije i održivosti destinacije. Navedene su i međunarodne smjernice zaštite prirodne i kulturne baštine.

VI.2.4. ARTVISION +

Naziv projekta	Partneri	Proračun	Program
Capitalization of project investing in cultural heritage (Akronim ArTVision+)	Primorsko - goranska županija Turistička zajednica Kvarnera Pino Pascali Foundation museum of Contemporary Art Academy of Fine Arts of Venice Razvojna agencija RERA, Split TZ Kvarnera Veneto TZ Puglia TZ	Ukupno 900.000 – 1.000.000 EUR	Interreg Italy - Croatia

Očekivani period projekta: 18 mjeseci, od 1.1.2018. – 30.6.2019.

Tema: Očuvanje, zaštita, promocija i razvoj prirodne i kulturne baštine u cilju održivog razvoja

Predviđene obveze TZ Kvarnera:

- Sudjelovanje na sastancima Upravnog odbora
- Izrada izvještaja o napretku partnera
- Sudjelovanje u radu ArTVision Advisory Boarda
- Provođenje 2 edukativne radionice za organizatore turističkih događanja
- Koordinator WP 4 (PROMOTION OF TOURISTIC DESTINATION)
- Provođenje promotivne kampanje (sajmovi, izleti, prezentacije projekta, održavanje prekograničnih manifestacija (1 u Rijeci) promocija destinacije putem medija, elektroničkih pomagala i sl., povezivanje s različitim internet stranicama
- TZ Kvarnera kao koordinatora aktivnosti A.4.3. - mjesta za prezentaciju aplikacije javnom mjestu, (mora biti prilagođeno osobama s invaliditetom)
- Koordinator aktivnosti 4.4. povezivanje s Internet stranicama

Kratki pregled aktivnosti TZ Kvarnera na projektu ArTVision + 2018. godine:

DATUM	AKTIVNOST
16.01.2018.	Operativni sastanak s vodećim partnerom
13.03.2018.	Operativni sastanak
13.03.2018.	Poslan poziv na nadmetanje za konzultanta na 3 adrese
4.04.2018.	Kick-off meeting / Bari, Italija
12.04.2018.	Odluka o odabranom konzultantu
28. i 29.06.2018.	Partnerski sastanak u Rijeci
22.08.2018.	Poziv na dostavu ponude u postupku jednostavne nabave za nabavu usluga savjetovanja (član Savjetodavnog odbora - AAB) na projektu ArTVision+ na 3 adrese
13.09.2018.	Odluka o odabiru člana AAB
4.10.2018.	Sastanak članova AAB, predstavnika TZ Kvarnera i PGŽ

Odrađene aktivnosti:

- Partnerski sastanci: **2** (Bari, Rijeka)
- Operativni sastanci: **3**
- Raspisani natječaji: **2**
 - Poziv za nabavu usluge administrativno-tehničke pomoći u provedbi projekta
 - ArTVision+ Poziv za nabavu usluga savjetovanja (član Savjetodavnog odbora) na projektu ArTVision+

Ostale provedene aktivnosti:

- Koordinacija s članom Savjetodavnog odbora u vezi sugestija prilikom izrade IT platforme
- Dani prijedlozi nematerijalne i materijalne baštine koja će se snimati u sklopu aktivnosti video produkcije 36 videa (Lubenice - muzej ovčarstva; Put glagoljice – Valun – Baška – Vrbnik – Novi Vinodolski – Rijeka; Rab – srednjovjekovna baština)

VI.2.5. ARCA ADRIATICA

-Zaštita, promocija i turistička valorizacija jadranske pomorske baštine

1. 1. 2019. – 30. 6. 2021.

Naziv projekta	Partneri	Proračun	Program
ARCA ADRIATICA (Akronim: Mala barka 3)	Primorsko - goranska županija Turistička zajednica Kvarnera Općina Malinska-Dubašnica Ekomuzej Kuća od batane Zadarska razvojna agencija Općina Cervia Općina Cezenatico Općina San Benedetto Sveučilište Cafottari IAMB ZADRA NOVA	Ukupno 3.168.790 eur TZ Kvarnera 304.500 eur	Interreg Italy - Croatia

Vodeći partner na projektu je Primorsko-goranska županija, Općina Malinska-Dubašnica, Turistička zajednica Kvarnera, Ekomuzej „Kuća o batani“, Općina Cervia, Općina Cesenatico, Mediteranski agronomski institut u Bariju, Grad San Benedetto del Tronto, Ca' Foscari Sveučilište u Veneciji, te Zadarska razvojna agencija ZADRA NOVA.

Glavni cilj projekta je razvoj zajedničkog turističkog proizvoda koji se temelji na načelima društvene i ekološke održivosti koja u isto vrijeme valorizira, čuva, štiti i promiče bogatu pomorsku baštinu graničnog područja. U granicama uključenih partnera, projekt će maksimalno štititi postojeću materijalnu i nematerijalnu pomorsku baštinu i sustavno koristiti niz mjera, kako bi se razvio i oživio zajednički turistički proizvod.

TZ Kvarnera sudjelovala je u aktivnostima prijave projekta, te se očekuje početak u sljedećoj godini.

VI.2.6. Ostali EU projekti

TZ Kvarnera aktivno sudjeluje u prijavama, izradi i provođenju drugih EU projekata u okviru drugih programa prekogranične i transnacionalne suradnje.

VI.3. PRODUKCIJA MULTIMEDIJSKIH MATERIJALA

Web stranice Kvarnera sadrže bazu turističkih promotivnih materijala sačinjenu od fotografija, grafizama, kataloga, brošura i ostalih promotivnih publikacija koje korisnici mogu pretraživati i preuzimati na odgovarajući način.

VII. POSEBNI PROGRAMI

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

Važniji ciljevi projekta upravljanja destinacijom Gorski kotar su definiranje zajedničkih proizvoda Gorskog kotara, zatim, kandidiranje projekata prema HTZ-u u kategoriji sufinanciranja i potpore na turistički nerazvijenim područjima, analiza financijskog poslovanja. Koordinacija turističkih zajednica Gorskog kotara je odlukom Turističkog vijeća TZ Kvarnera zadužena da najmanje jednom mjesečno održava svoje sjednice.

VIII. RAZNO

VIII.1. STRATEŠKI PLAN RAZVOJA TURIZMA KVARNERA SA STRATEŠKIM I OPERATIVNIM MARKETING PLANOM 2016. – 2020. GODINE

Koncem 2016. godine usvojen je Strateški plan razvoja turizma Kvarnera sa Strateškim i operativnim marketing planom 2016. – 2020. godine, temeljem kojeg je i sačinjen Program rada TZ Kvarnera za 2019. godinu, a tijekom 2018. godine su odrađivane aktivnosti koje proizlaze iz Operativnog plana. Turistička zajednica Kvarnera kontinuirano provodi implementaciju i monitoring Strateškog plana razvoja turizma Kvarnera sa Strateškim i operativnim marketing planom 2016. – 2020. godine.