



KVARNER
Raznolikost je lijepa

**PROGRAM RADA S
FINANCIJSKIM PLANOM
TZ KVARNERA
ZA 2019. GODINU**

Opatija, prosinac 2018.

SADRŽAJ

UVOD	1
1. REZULTATI FIZIČKOG TURISTIČKOG PROMETA U RAZDOBLJU SIJEČANJ- RUJAN 2018. GODINE	2
2. GLAVNA TEŽIŠTA DJELOVANJA I STRATEŠKE AKTIVNOSTI TZ KVARNERA U TURISTIČKOJ 2019. GODINI.....	10
2.1. STRATEŠKI DOKUMENTI ZA IZRADU PROGRAMA RADA ZA 2019. GODINU	10
2.1.1. Strateški plan razvoja turizma Kvarnera sa strateškim i operativnim marketing planom 2016. – 2020. godine	10
2.2. STRATEGIJA RAZVOJA TURIZMA REPUBLIKE HRVATSKE DO 2020. GODINE	12
3. CILJEVI POSLOVANJA TZ KVARNERA U 2019. GODINI.....	13
Ciljna geografska tržišta Kvarnera	13
Ciljni potrošački segmenti	13
Prioritetni turistički proizvodi	14
I. ADMINISTRATIVNI TROŠKOVI	15
I.1. TURISTIČKI URED TZ KVARNERA	15
I.2. TIJELA TZ KVARNERA	17
I.3. KVARNER INFO – VRATA JADRANA	17
II. DIZAJN VRIJEDNOSTI	18
II.1. POTPORE MANIFESTACIJAMA I PROJEKTIMA	18
II 1.1. Potpore manifestacijama i projektima na turistički manje razvijenim područjima	18
II.2. DMO - ORGANIZACIJA I UPRAVLJANJE DESTINACIJOM	18
II.2.1. Kvarner Family.....	19
II.2.2. Kvarner Gourmet i Kvarner Food	21
II.2.3. Kvarner Outdoor	22
II.2.4. Kvarner Health and Wellbeing	23
II.2.5. Kvarner Culture	24
II.3. CRUISING	25
III. KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI	26
III.1. ON LINE	26
III.1.1. Internet oglašavanje	26
III.1.2. SEO i SEM strategija.....	26
III.1.3. www.kvarner.hr – redesign WEB portala	27
III.2. OFFLINE KOMUNIKACIJA.....	31

III.2.1. Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora	31
III.2.2. Opće oglašavanje (ad hoc ponude)	33
III.2.3. Odnosi s javnošću i newsletter	33
III.2.4. Brošure i ostali promotivni materijali	34
III.2.4.1. Info brošura – kalendar događanja	34
III.2.4.2. Kvarner Magazin 2020.	35
III.2.4.3. Tisak i dotisak info i promo materijala	35
III.2.4.4. Suveniri i ostali promo materijal	35
III.2.4.5. Promotivni film(ovi) Kvarnera	36
III.2.5. Info punktovi i signalizacija	36
IV. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI	37
IV.1. NASTUPI NA TURISTIČKIM SAJMOVIMA	37
IV.1.1. Sajamski nastupi TZ Kvarnera 2019. godine	37
IV.1.2. Sajamski nastupi u organizaciji TZ-članica	38
IV.1.3. Sajamski nastupi, strukovne konferencije i burze u organizaciji ostalih subjekata	39
IV.2. STUDIJSKA PUTOVANJA NOVINARA	39
IV.3. STUDIJSKA PUTOVANJA AGENATA I "BUY CROATIA" RADIONICE	40
IV.4. PREZENTACIJE	41
IV.4.1. U organizaciji TZ Kvarnera i u suradnji s predstavništvima HTZ-a u inozemstvu i/ili Veleposlanstvima RH, i/ili PR agencijama	41
IV.4.2. Presentacije u organizaciji TZ-članica	42
IV.4.3. Ostale prezentacije	42
IV.4.4. Poslovne radionice (workshopovi) u organizaciji predstavništava HTZ-a u inozemstvu	43
V. INTERNI MARKETING	44
V.1. EDUKACIJA ZA TURISTIČKU INDUSTRIJU	44
V.2. AKTIVNOSTI KOORDINACIJE DJELOVANJA, NADZOR IZVRŠAVANJA CILJEVA I ZADAĆA TURISTIČKIH ZAJEDNICA GRADOVA, OPĆINA I MJESTA S PODRUČJA KVARNERA	44
V.3. POTICANJE I OCJENJIVANJE IZVRSNOSTI DESTINACIJE	45
VI. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA	46
VI.1. ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA	46
VI.2. ANKETIRANJE AVIO GOSTIJU NA ZRAČNOJ LUCI RIJEKA	46
VI.3. SURADNJA S MEĐUNARODNIM INSTITUCIJAMA I EU FONDOVIMA	46
VI.4. PRODUKCIJA MULTIMEDIJSKIH MATERIJALA	51

VI.5. TURISTIČKI INFORMACIJSKI SUSTAV ZA PRIJAVU I ODJAVU TURISTA - eVisitor (HTZ)	52
VII. POSEBNI PROGRAMI	53
VII.1. POTICANJE I POMAGANJE RAZVOJA TURIZMA NA PODRUČJU KOJA NISU TURISTIČKI RAZVIJENA	53
VIII. RAZNO	54
VIII.1. IMPLEMENTACIJA I MONITORING „STRATEŠKOG PLANA RAZVOJA TURIZMA KVARNERA SA STRATEŠKIM I OPERATIVNIM MARKETING PLANOM 2016. – 2020. GODINE“	54
FINANCIJSKI PLAN TZ KVARNERA ZA 2019. GODINU	55

UVOD

Osnovne odrednice Programa rada s financijskim planom TZ Kvarnera za 2019. godinu usmjerene su prema jačanju razvojnog potencijala turističkih proizvoda koje su motiv dolaska gostiju na područje Kvarnera, a u skladu s definiranim strateškim dokumentom "Strateški plan razvoja turizma Kvarnera sa strateškim i operativnim marketing planom 2016. – 2020. godine".

Strateški ciljevi i prioriteti su zasigurno doprinos razvoju stvaranja uvjeta koji će omogućiti povećanje konkurentnosti proizvoda, smanjenju gospodarske razvojne nejednakosti, te uspostavi inicijativa koje imaju za cilj unaprijediti gospodarski i društveni razvoj na regionalnoj i lokalnoj razini.

Iskustva iz prethodnih godina, zatim usvojeni strateški dokumenti, koordinacija s privatnim i javnim sektorom zasigurno su solidna i čvrsta baza temeljem koje je izrađen Prijedlog programa rada s financijskim planom TZ Kvarnera za 2019. godinu.

Potvrda svemu tome je činjenica da ostvareni promet noćenja na Kvarneru u predsezoni raste. Cilj turističkih djelatnika je goste dovesti i zadržati tijekom pred i posezone te se na aktivnostima u tom razdoblju značajno ulaže. U prvih 6 mjeseci ove godine ostvareno je 8% više noćenja u odnosu na isto razdoblje 2017. godine, a čak 35% više u odnosu na isto razdoblje 2016. godine.

Također, u posljednjih nekoliko godina uočava se veliki porast prometa u objektima s 4* i 5*, takav smještaj je izuzetno tražen te se prvi puni, neovisno o vrsti smještaja. Iznajmljivači su prepoznali da su ulaganja u kvalitetu isplativa, a rezultati dugoročni, te je od 2016.godine u privatnom smještaju broj objekata s 4* porastao za 50%, a s 5* za čak 115%.

U slučaju hotela podizanje kvalitete smještaja se dogodilo nekoliko godina unatrag te u posljednje 2 godine promjena u kategoriji smještaja praktički nema, no sada se ubiru rezultati uloženog u popunjenosti i u zaradi. U hotelima je od početka godine do sada ostvareno 3% manje noćenja u odnosu na isto razdoblje prošle godine, no hoteli najviše kategorije bilježe porast noćenja od 19% i imaju najbolju popunjenost. Neovisno o vrsti smještaja objekti s 5* su u prvih 9 mjeseci 2018. godine u odnosu na isto razdoblje 2017. godine ostvarili porast noćenja od 22%, a u odnosu na isto razdoblje 2016. godine porast od 37%.

Turizam na Kvarneru u 2019. godini će zasigurno obilježiti priprema vrlo zahtjevnog domaćinstva Svjetskog Skål kongresa 2020. godine, koji će se održavati u Opatiji i Rijeci, pod motom "SKÅL CONGRESS IN THE EUROPEAN CAPITAL OF CULTURE 2020". Očekuje se kako će za vrijeme tog prestižnog međunarodnog događanja u 2020. godini na Kvarneru boraviti oko 1.000 sudionika među kojima su mnogi vlasnici utjecajnih turističkih agencija i touroperatora kojima će se pokazati turistički potencijal regije i koji će na taj način još uspješnije u budućnosti nuditi 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.

1. REZULTATI FIZIČKOG TURISTIČKOG PROMETA U RAZDOBLJU SIJEČANJ- RUJAN 2018. GODINE

Planom Turističke zajednice Kvarnera za 2018. godinu bilo je predviđeno ostvarenje fizičkog turističkog prometa za 5% više od ostvarenja 2016. godine (KOMERCIJALNI SMJEŠTAJ):

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

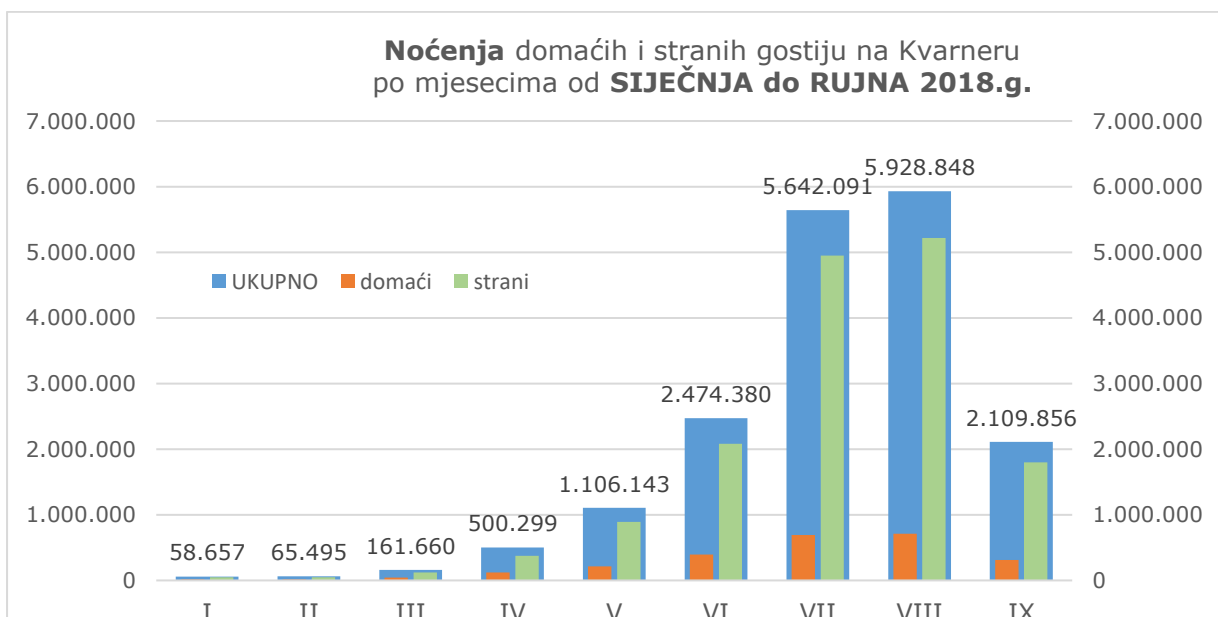
U razdoblju siječanj-rujan 2018. godine prema podacima dobivenim iz informacijskog sustava eVisitor (ažurnost podataka: 16.10.2018.) na području Kvarnera je zabilježeno **2,8 milijuna dolazaka i 18,2 milijuna noćenja**. **Domaći turisti** ostvarili su 318.000 dolazaka te 2,7 milijuna noćenja (15% ukupnih noćenja), dok su **strani turisti** ostvarili 2,5 milijuna dolazaka te 15,5 milijuna noćenja (85% ukupnih noćenja).

Uspoređujući razdoblje **siječanj-rujan 2018. godine** s **istim razdobljem 2017. godine** zabilježeno je **4% više dolazaka i 2% više noćenja** što u apsolutnim brojkama znači **104.000 više dolazaka i 366.000 više noćenja**.

U odnosu na **isto razdoblje 2016. godine** porast u dolascima iznosi 13%, a u noćenjima 12%.

Na Kvarneru je u 2018. godini ukupan prošlogodišnji broj noćenja ostvaren do 6. listopada.

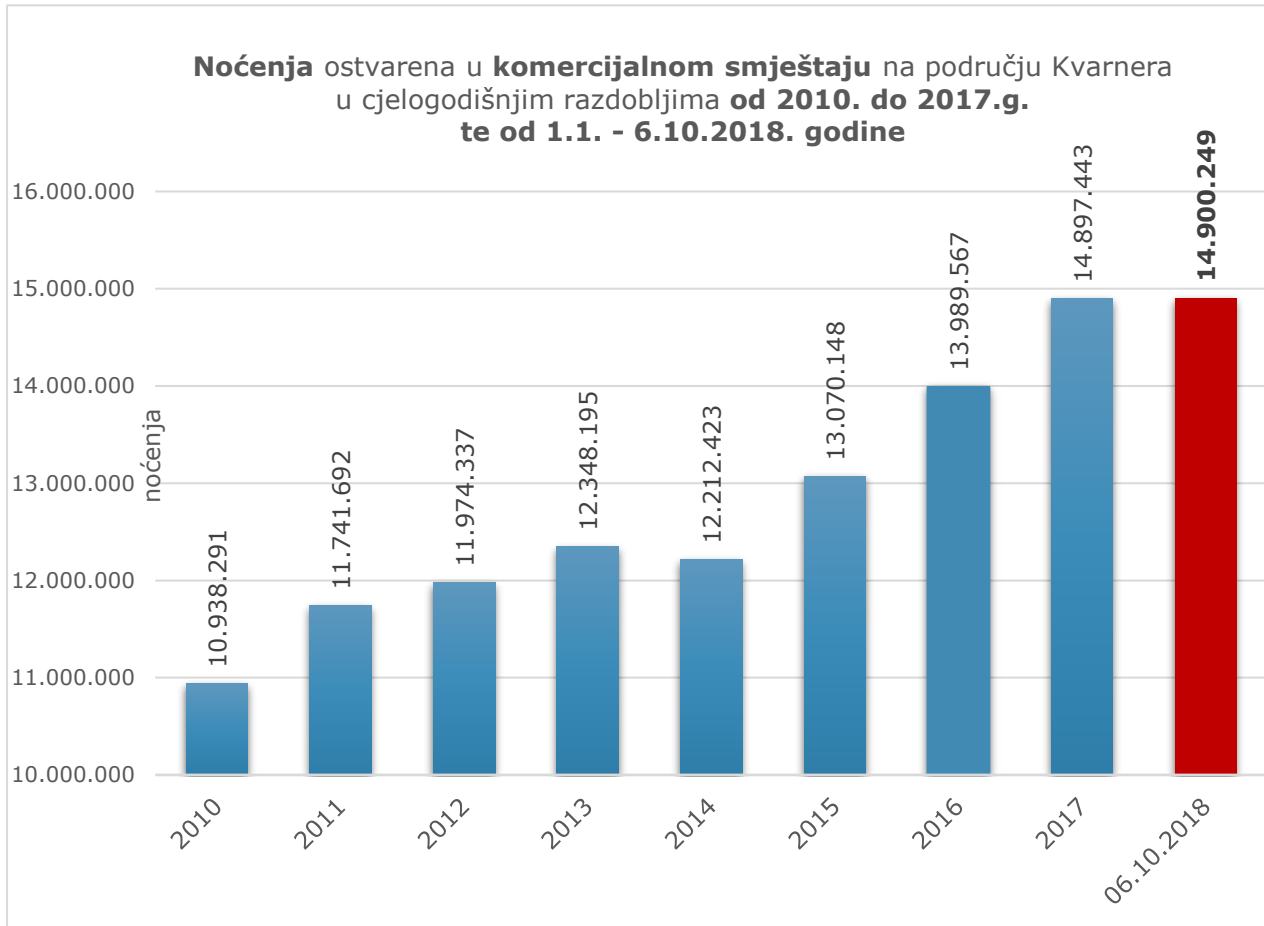
	I-IX 2018.			I-IX 2017.			INDEKS I-IX 2018./ I-IX 2017.	
	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja
strani	2.515.409	15.532.020	85,4	2.423.821	15.121.443	84,9	104	103
domaći	318.276	2.651.647	14,6	306.111	2.696.462	15,1	104	98
KVARNER	2.833.685	18.183.667	100,0	2.729.932	17.817.905	100,0	104	102



Izvor: eVisitor, stanje na dan 16.10.2018.

U prvih 9 mjeseci 2018. godine ostvareno je:

- 900.000 noćenja više u odnosu na cijelu 2016. godinu
- 2,6 milijuna noćenja više nego tijekom cijele 2014. godine.
- 3,8 milijuna noćenja više nego tijekom cijele 2010. godine.



Ukupna noćenja iz
2017. ostvaren do
6.10.2018.

I.-IX.2018.
u odnosu na
2014.
**2,6 milijuna
noćenja VIŠE
Porast: 21%**

I.-IX.2018.
u odnosu na
2010.
**3,8 milijuna
noćenja VIŠE
Porast: 35%**

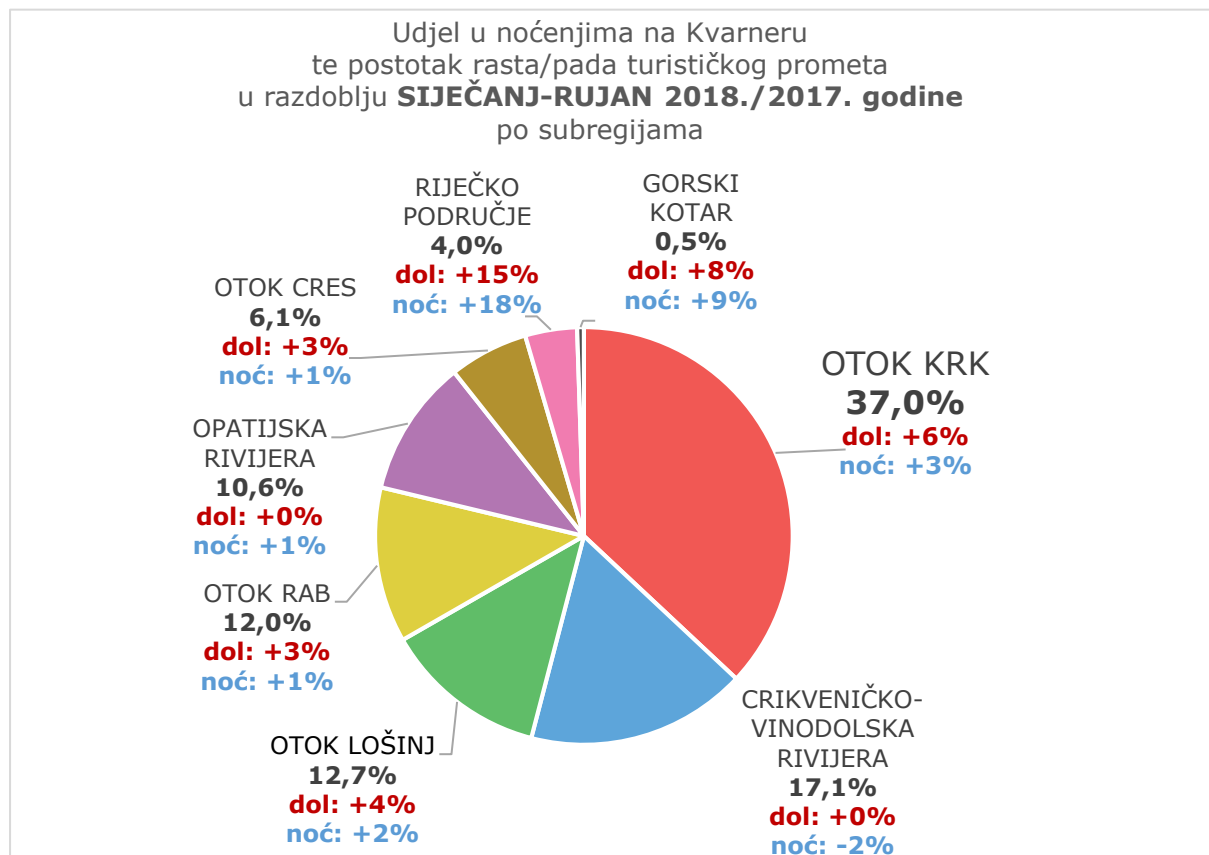
Izvor: 2010. – 2017.: DZS

Od 1.1.2018.: eVisitor, stanje na dan 16.10.2018.

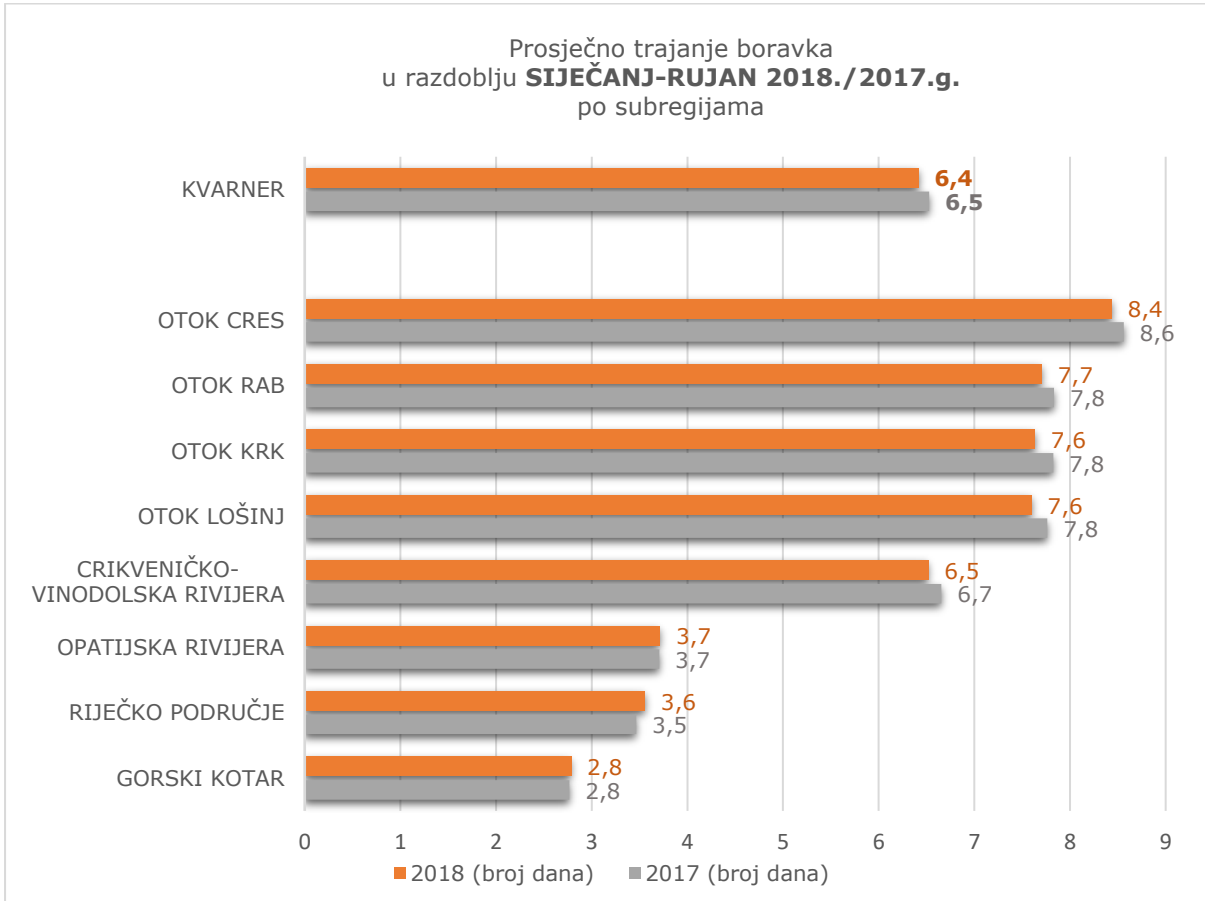
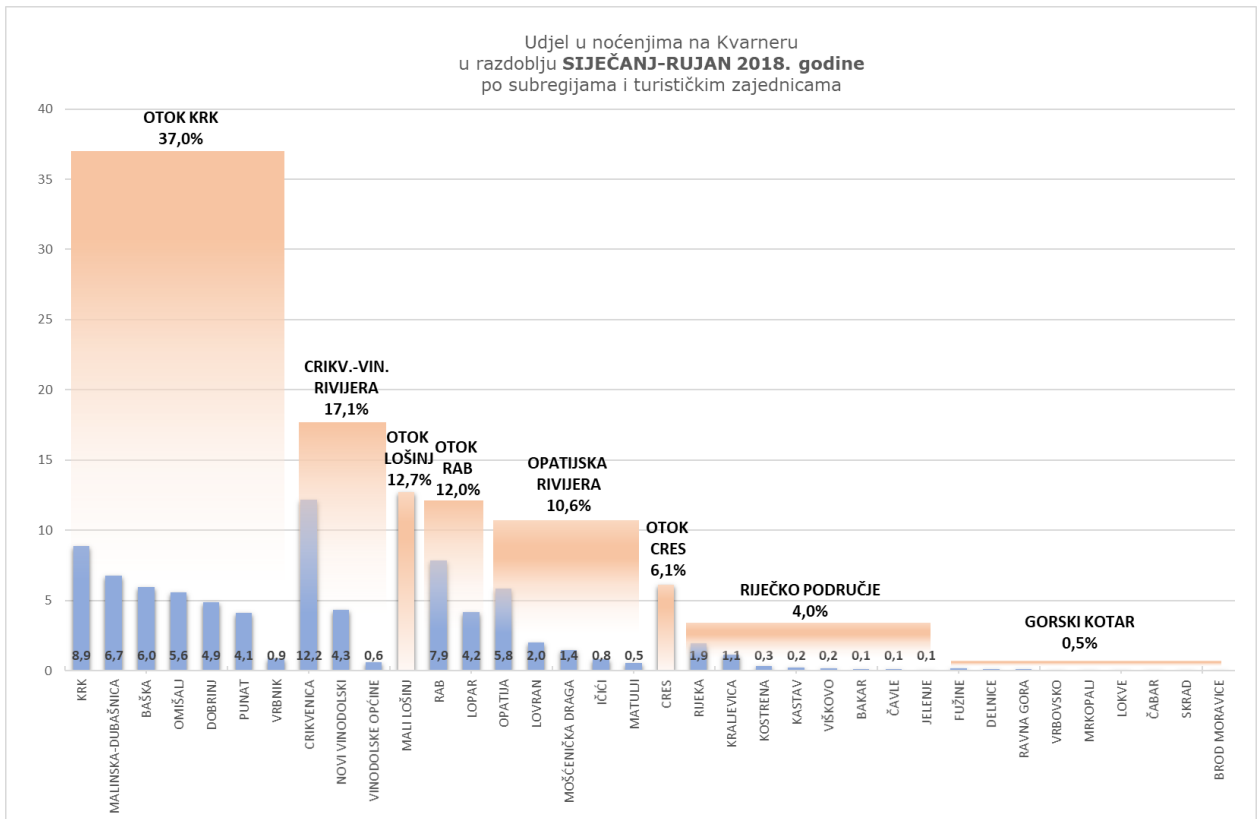
Po subregijama:

- otok Krk je ostvario najveći broj noćenja: 6,7 milijuna (porast od 3%), što iznosi 37% ukupnog udjela u županijskim noćenjima Kvarnera
- Crikveničko-vinodolska rivijera: 3.1 milijuna noćenja (pad od 2%), udjel 17,1%
- otok Lošinj: 2,3 milijuna noćenja (porast od 2%), udjel 12,7%
- otok Rab: 2,2 milijuna noćenja (porast od 1%), udjel 12%
- Opatijska rivijera: 1,9 milijuna noćenja (porast od 1%), udjel 10,6%
- otok Cres: 1,1 milijuna noćenja (porast od 1%), udjel od 6,1%
- Riječko područje: 730.000 noćenja (porast od 18%), udjel 4%
- te Gorski kotar s 95.000 noćenja (porast od 9%) i udjelom od 0,50% u županijskim noćenjima u razdoblju siječanj-rujan 2018. godine

SUBREGIJA	SIJEČANJ-RUJAN 2018.					
	DOLASCI			NOĆENJA		
	dolasci	UDJEL dolazaka	INDEKS dolazaka (Ix 17/16)	noćenja	UDJEL noćenja	INDEKS noćenja (Ix 17/16)
OTOK KRK	880.944	31,1%	106	6.724.154	37,0%	103
CRIKVENIČKO-VINODOLSKA	476.380	16,8%	100	3.105.494	17,1%	98
OTOK LOŠINJ	302.834	10,7%	104	2.301.022	12,7%	102
OTOK RAB	283.994	10,0%	103	2.188.339	12,0%	101
OPATIJSKA RIVIJERA	518.262	18,3%	100	1.925.651	10,6%	101
OTOK CRES	132.103	4,7%	103	1.114.320	6,1%	101
RIJEČKO PODRUČJE	205.250	7,2%	115	730.156	4,0%	118
GORSKI KOTAR	33.918	1,2%	108	94.531	0,5%	109
KVARNER	2.833.685	100%	104	18.183.667	100%	102



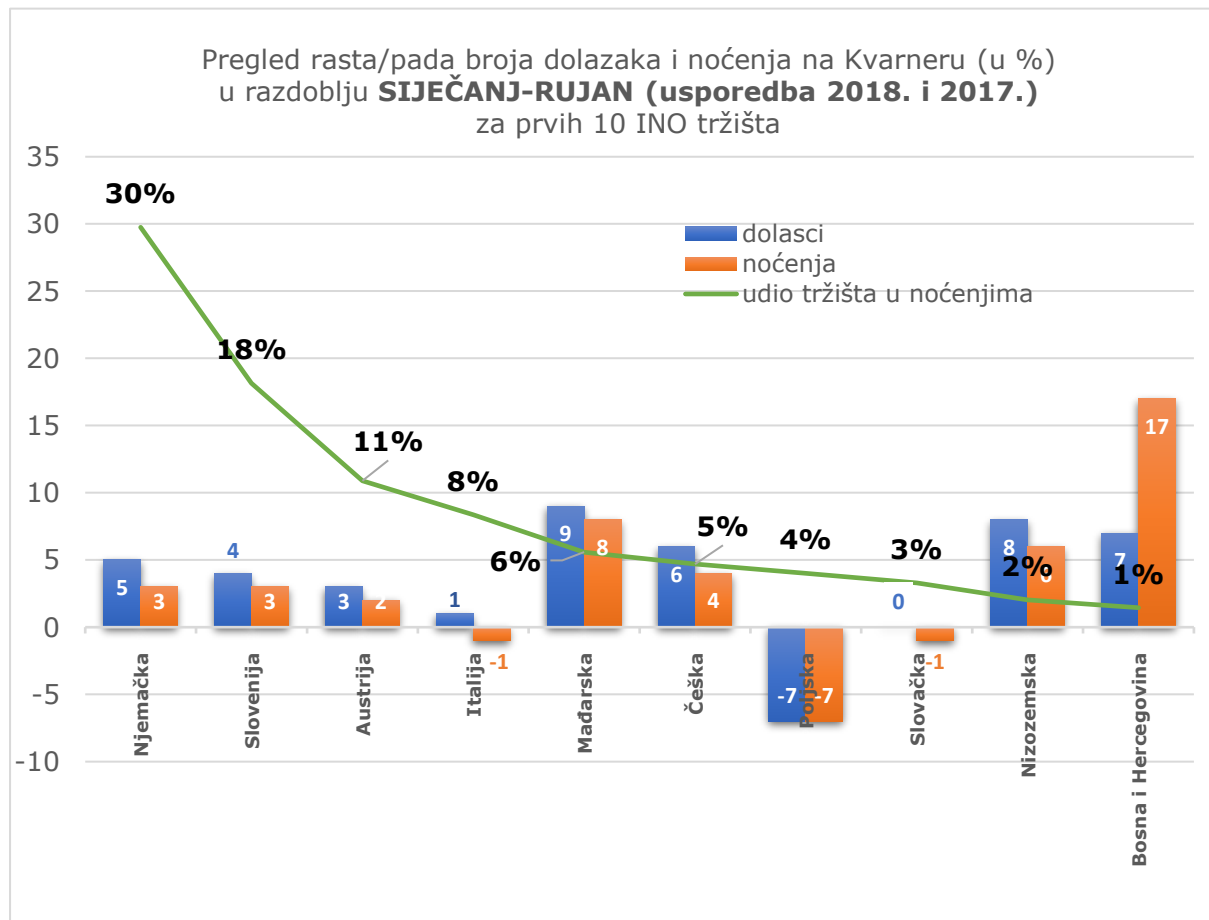
Izvor: eVisitor, stanje na dan 16.10.2018.



Izvor: eVisitor, stanje na dan 16.10.2018.

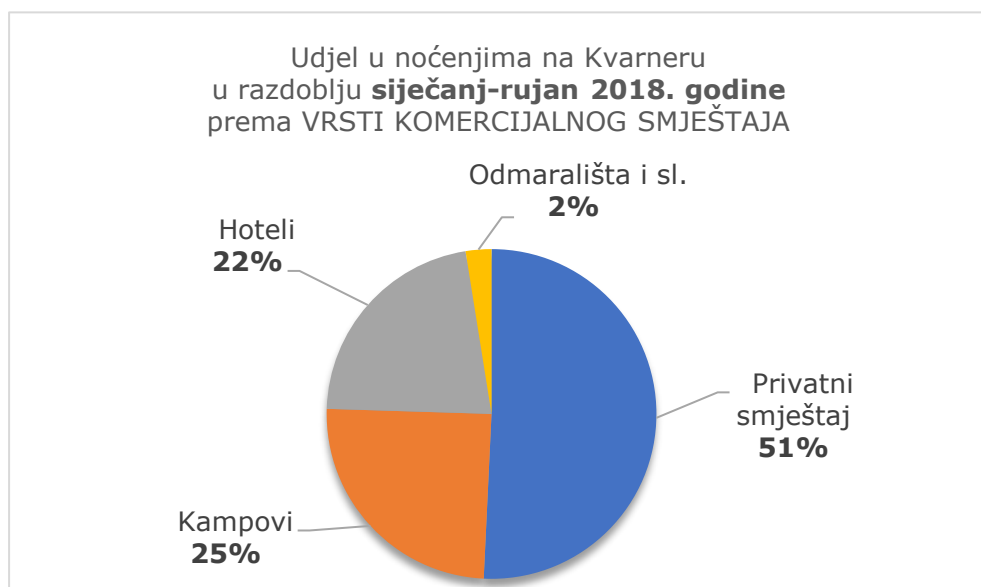
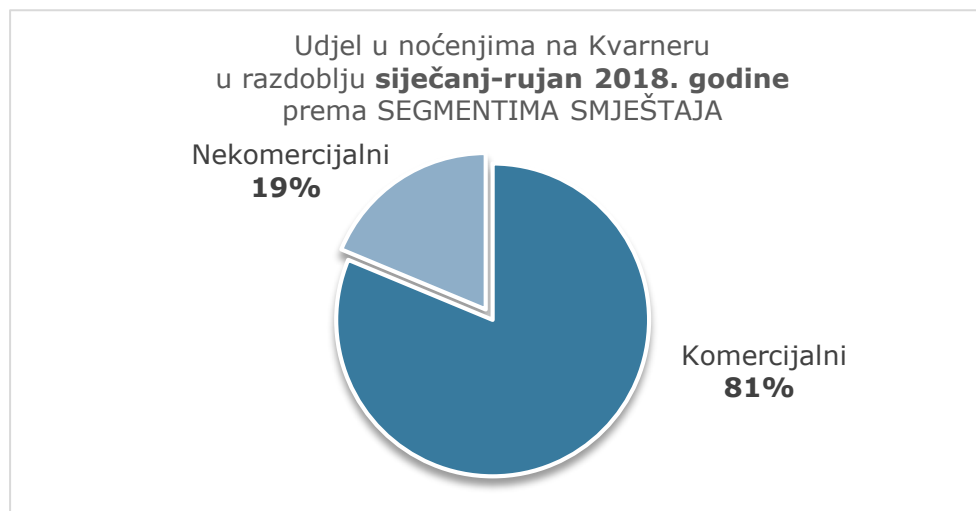
Po tržištima: Najveći broj inozemnih noćenja na Kvarneru u razdoblju siječanj-rujan 2018. godine ostvarili su gosti iz Njemačke što prikazano u udjelima iznosi 30% (3% više), Slovenije 18% (3% više), Austrije 11% (2% više), Italije 8% (1% manje), Mađarske 5% (8% više), Češke 5% (4% više), Poljske 4% (7% manje), Slovačke 3% (1% manje), Nizozemske 2% (6% više) te Bosne i Hercegovine 1% (17% više).

	siječanj - rujan 2018./2017.				
	Rast/Pad		Turistički promet		
	dolasci	noćenja	dolasci	noćenja	udjel u noćenjima
1. Njemačka	+5%	+3%	604.026	4.621.069	29,8%
2. Slovenija	+4%	+3%	344.199	2.821.029	18,1%
3. Austrija	+3%	+2%	316.866	1.691.878	10,9%
4. Italija	+1%	-1%	256.007	1.299.364	8,4%
5. Mađarska	+9%	+8%	176.945	868.822	5,4%
6. Češka	+6%	+4%	111.951	727.909	4,7%
Ukupni udjel (INO gosti)					77,3%
Domaći gosti	+4%	-2%	318.276	2.651.647	15,1%



Po smještajnim kapacitetima: 19% noćenja je ostvareno u nekomercijalnom, a 81% u komercijalnom smještaju unutar kojeg je najviše noćenja (7,5 milijuna) ostvareno u privatnom smještaju (apartmani, sobe za iznajmljivanje, studio-apartmani, kuće za odmor, objekti u domaćinstvima i u seljačkim domaćinstvima), u kampovima je ostvareno 3,7 milijuna noćenja (kampovi, kampirališta, kamp-odmorišta, organizirana kampiranja), u hotelima 3,3 milijuna noćenja (aparthoteli, hoteli, hoteli baštine, pansioni, turistički apartmani i turistička naselja) te u ostalim smještajnim kapacitetima 373.000 noćenja (gostionice, hosteli, lovački domovi, odmarališta za djecu, planinarski domovi i prenoćišta)

VRSTA SMJEŠTAJA	1.1.-30.9.2018.		
	dolasci	noćenja	UDJEL noćenja
Komercijalni	2.712.133	14.778.693	81%
Nekomercijalni	121.552	3.404.974	19%
UKUPNO	2.833.685	18.183.667	100%



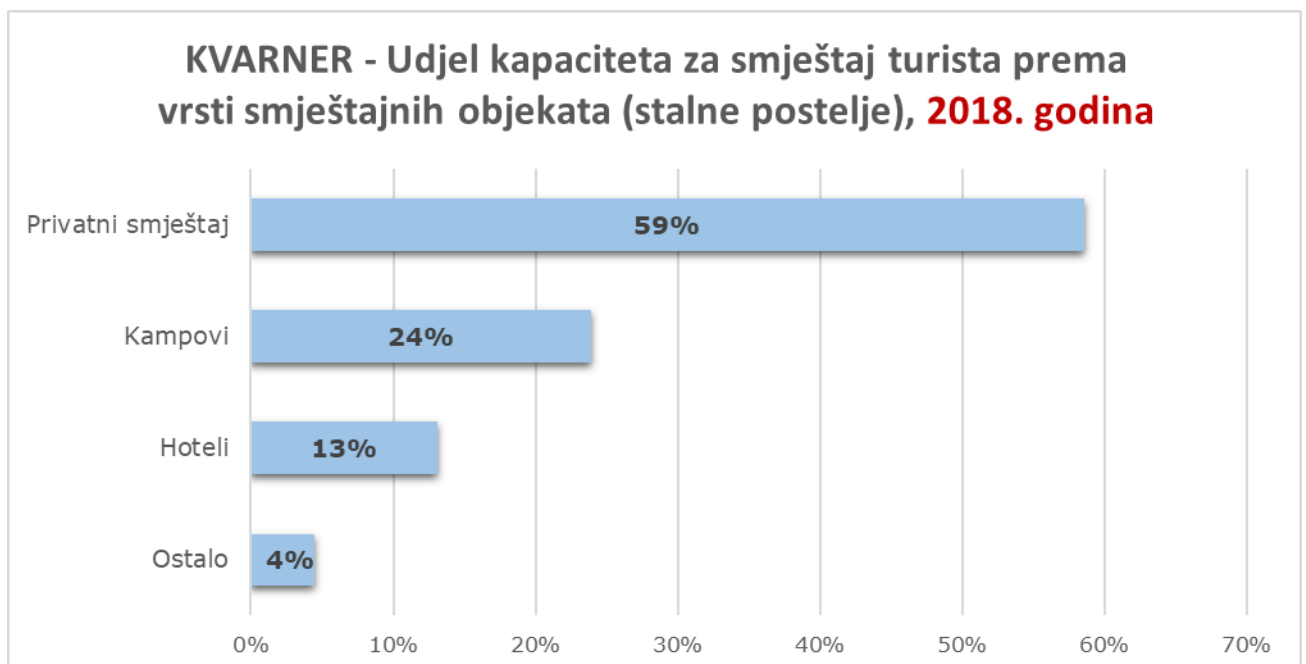
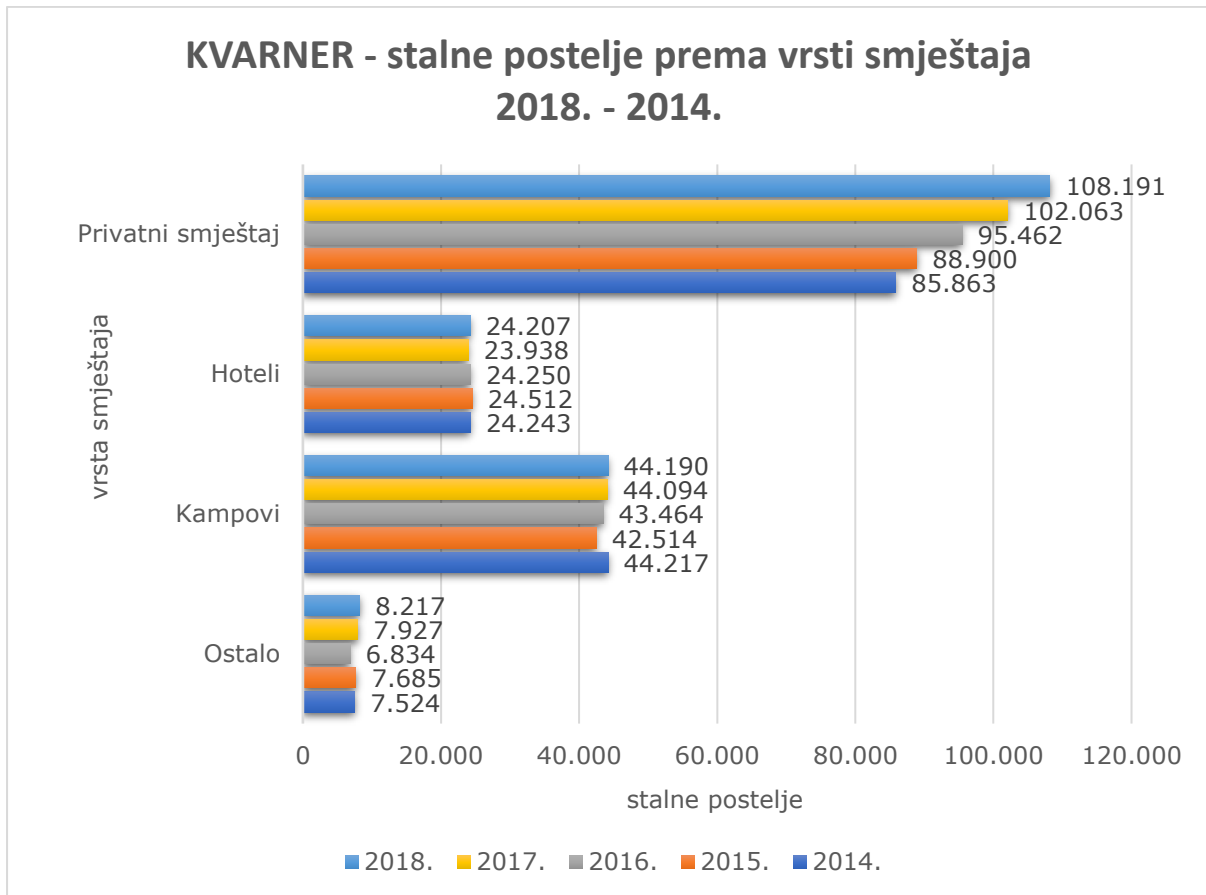
Izvor: eVisitor, stanje na dan 16.10.2018.

VRSTA OBJEKTA/ KATEGORIJA	SIJEČANJ-RUJAN 2018. / SIJEČANJ-RUJAN 2017.		
	popunjenost stalnih ležajeva	indeks NOĆENJA	indeks BROJA KREVETA
HOTELI	46%	-3%	-1%
2*	26%	-30%	0%
3*	46%	-3%	+1%
4*	56%	-5%	-10%
5*	59%	+19%	0%
PRIVATNI SMJEŠTAJ	24%	+4%	+8%
2*	22%	+1%	+5%
3*	24%	+3%	+5%
4*	26%	+14%	+24%
5*	22%	+24%	+51%
KAMPOVI	30%	+4%	+4%
2*	26%	+10%	+6%
3*	29%	0%	+1%
4*	41%	+3%	-1%
5*	38%	+26%	+65%

Kapaciteti za smještaj turista na Kvarneru – stanje na dan 31.VIII.2018. (DZS)

Kapaciteti za smještaj turista na Kvarneru po vrstama smještajnih objekata - usporedba stanje na dan 31.VIII.2018. – 2014.

Vrsta smještaja	STALNE postelje				
	2018.	2017.	2016.	2015.	2014.
Hoteli	24.207	23.938	24.250	24.512	24.243
Privatni smještaj	108.191	102.063	95.462	88.900	85.863
Kampovi	44.190	44.094	43.464	42.514	44.217
Ostalo	8.217	7.927	6.834	7.685	7.524
Kvarner	184.805	178.022	171.212	165.147	163.510



2. GLAVNA TEŽIŠTA DJELOVANJA I STRATEŠKE AKTIVNOSTI TZ KVARNERA U TURISTIČKOJ 2019. GODINI

2.1. STRATEŠKI DOKUMENTI ZA IZRADU PROGRAMA RADA ZA 2019. GODINU

Ciljevi turističke 2019. godine temelje se na sljedećim strateškim dokumentima:

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

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

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

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

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

- a) *Strateški plan razvoja turizma Kvarnera 2016.-2020.*
- b) *Strateški marketing plan turizma Kvarnera 2016.-2020.*
- c) *Operativni marketinški plan Kvarnera 2016.-2020.*

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

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

- b) Strateški marketing plan turizma Kvarnera 2016.-2020. prije svega je namijenjen:
- TZ Kvarnera i sustavu turističkih zajednica u regiji kao glavnim nositeljima i koordinatorima destinacijskog marketinga,
 - Privatnom sektoru kao kreatoru turističke ponude, ali i nositelju značajnih promocijskih aktivnosti,
 - Javnom sektoru koji igra važnu ulogu u stvaranju okvira za jačanje konkurentnosti Kvarnera kao turističke destinacije.

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

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

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

- c) Operativni marketinški plan Kvarnera 2016.-2020.

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

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

2.2. STRATEGIJA RAZVOJA TURIZMA REPUBLIKE HRVATSKE DO 2020. GODINE

Strateški ciljevi i zadaci razvoja hrvatskog turizma

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

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

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

- Poboljšavanje strukture i kvalitete smještaja

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

- Novo zapošljavanje

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

- Investicije

Realizacija novih investicija u iznosu od oko 7 milijardi eura;

- Povećanje turističke potrošnje

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

3. CILJEVI POSLOVANJA TZ KVARNERA U 2019. GODINI

Plan ostvarenja fizičkog turističkog prometa u 2019. godini je očekivano ostvarenje 2018. godine. Naime, ponovnim otvaranjem odnosno povratkom nekih za Hrvatsku konkurentnih zemalja na globalno tržište, realno je očekivati ponavljanje rezultata iz 2018. godine.

Aktivnosti Programa rada za 2019. godinu imaju za cilj omogućiti aktivnosti upravljanja destinacijom te:

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

CILJNA GEOGRAFSKA TRŽIŠTA KVARNERA

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

Struktura ciljnih geografskih tržišta Kvarnera

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

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

CILJNI POTROŠAČKI SEGMENTI

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

PRIORITETNI TURISTIČKI PROIZVODI

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

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 zadataka 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 zadataka turističkih zajednica općina i gradova s područja županije,
- sudjelovanje u izradi planova razvoja turizma i strateškoga marketinškog plana hrvatskog turizma,
- donošenje strateškoga marketinškog plana za područje županije, sukladno strateškom marketinškom planu hrvatskog turizma,

- poticanje, očuvanje, unapređivanje i promicanje svih postojećih turističkih resursa i potencijala, te turističke ponude županije,
- prikupljanje i tjedna i mjesečna obrada podataka o turističkom prometu i svih drugih podataka bitnih za praćenje izvršenja postavljenih ciljeva i zadaća (zbirno izvješće općina i gradova),
- obavljanje informativnih poslova u svezi s turističkom ponudom,
- izrada polugodišnjih i godišnjih izvješća, analiza i ocjena ostvarenja programa rada i financijskog plana turističke zajednice županije,
- ustrojavanje jedinstvenog turističkog informacijskog sustava, sustava prijave i odjave turista i statističke obrade prema turističkim zajednicama nižeg ustroja i Hrvatskoj turističkoj zajednici,
- objedinjavanje zajedničkih razvojnih projekata turističkih zajednica općina i gradova, te turističkih zajednica područja od značaja za županiju,
- obavljanje i drugih poslova propisanih Zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma ili drugim propisom.

Zajednica sudjeluje i provodi programe i akcije Hrvatske turističke zajednice od zajedničkog interesa za sve subjekte u turizmu, te podizanja razine kvalitete turističke ponude Hrvatske. Surađuje s regionalnim turističkim organizacijama iz drugih zemalja i članom je međunarodnih turističkih organizacija (UNWTO, MedCruise, RDA, Skål International).

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

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

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

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

TZ Kvarnera koristi izdvojeno skladište Turističkog ureda TZ Kvarnera.

Budžet	3.339.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera
Rok izvršenja	Kontinuirano

I.2. TIJELA TZ KVARNERA

Izborna sjednica Skupštine TZ Kvarnera održana je dana 11. rujna 2018. godine kada su potvrđeni članovi Skupštine te izabrani i imenovani članovi Turističkog vijeća i Nadzornog odbora TZ Kvarnera. Turističko vijeće čine Predsjednik (župan) i 10 članova (8 članova bira Skupština TZ Kvarnera, a po jednog člana delegiraju HGK i Obrtnička komora, dok Nadzorni odbor čini 5 članova (četiri člana bira Skupština TZ Kvarnera, a jednog člana delegira Turističko vijeće HTZ-a).

Budžet	342.000 kn
Nositelj	TZ Kvarnera
Rok izvršenja	Kontinuirano

I.3. KVARNER INFO – VRATA JADRANA

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

Budžet	180.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera
Rok izvršenja	Kontinuirano

II. DIZAJN VRIJEDNOSTI

II.1. POTPORE MANIFESTACIJAMA I PROJEKTIMA

Potpore manifestacijama i projektima provode se u cilju unapređenja/obogaćivanja kvalitete turističkog proizvoda/ponude pojedine destinacije i regije u cjelini, stvaranju prepoznatljivog imidža destinacije, razvoju sadržaja koji omogućavaju produženje turističke sezone. Glavne tematske manifestacije koje su vezane uz razvoj pojedinih marketing brendova sufinancirat će se u sklopu razvoja tog brenda, a u manjem dijelu sufinancirat će se i ostale tematske manifestacije iz drugih proizvodnih segmenata.

TZ Kvarnera posebnu pažnju posvetit će sufinanciranju novih projekata, tematskih manifestacija vezanih uz razvoj pojedinog turističkog proizvoda na Kvarneru ili festivala.

Budžet	400.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera
Rok izvršenja	Kontinuirano

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

Sufinancirat će se projekti manje razvijenih turističkih zajednica i to temeljem objavljenog javnog poziva za turističke zajednice.

Budžet	150.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera
Rok izvršenja	do travnja 2019.

II.2. DMO - ORGANIZACIJA I UPRAVLJANJE DESTINACIJOM

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

Dobro uspostavljen i unaprijeđen sustav DMO-a će lokalnu ekonomsku aktivnost učiniti dinamičnijom i povećati konkurentnost destinacije te naglasiti unapređenje proizvoda, pa se tako provode aktivnosti na brendiranju selektivnih oblika turizma (više razvoj marketing brendova).

Razvoj marketing brendova

Kreiranje marketing brendova kroz nove turističke proizvode i razvoj novih turističkih doživljaja doprinosi produljenju turističke sezone i stvaranju sadržajnije i kvalitetnije ponude, što potvrđuje i trend sve većeg zadovoljstva gostiju, zatim porasta turističkog prometa na Kvarneru ostvarenog prethodnih godina i samim time sve bolji financijski rezultat turističkog gospodarstva.

Nastavkom brendiranja selektivnih oblika turizma Kvarner će se istaknuti prije svega kvalitetnim proizvodima koji mogu dodatno motivirati goste za dolazak u destinaciju, a organizatorima putovanja omogućiti sigurnu bazu informacija za kreiranje aranžmana i zajedničko plasiranje programa. Pri tome, najvažniji je razvoj atraktivne i konkurentne destinacijske ponude s dodanom vrijednošću u razdoblju pred i posezone.

Aktivnosti na razvoju marketing brendova uključuju sljedeće:

- daljnje definiranje projekta i kriterija za dodjelu oznake kvalitete pojedinog brenda
- ocjenjivanje i/ili provjera kriterija potencijalnih nositelja oznake kvalitete pojedinog brenda
- promocija kroz web stranice, tiskani materijal, PR članke, oglašavanje, studijska putovanja, prezentacije, sajmove, organizaciju i su-organizaciju tematskih manifestacija.

II.2.1. 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 preko 500 objekata koji nude smještaj standardizirane kvalitete, od toga čak 60 ih nosi oznaku Pet Friendly kao znak da su dobrodošli i kućni ljubimci, a 20-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 pješčače 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.

U posljednjih nekoliko godina uočava se veliki porast prometa u objektima s 4* i 5*, takav smještaj je izuzetno tražen te se prvi puni. Tako se i u 2018. godini nastavio trend uočen

2017. godine, kada je u kapacitetima s 5* ostvareno čak 44% više noćenja te dodatnih 24% 2018. godine.

Kreditni program na kojem od 2015. godine surađuju PGŽ, TZ Kvarnera i 3 poslovne banke, a omogućuje povoljno kreditiranje uređenja, opremanja i podizanja kvalitete u Kvarner Family domaćinstvima, dao je rezultate na način da 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.

Aktivnosti TZ Kvarnera u 2019. godini:

- organizacija edukacija namijenjenih domaćinima i agentima u suradnji s lokalnim turističkim zajednicama, ostalim institucijama i partnerima
- internet marketing - analiza posjećenosti web portala i prijedlog unapređenja ovog kanala promocije: tijekom 2019. godine TZ Kvarnera će izraditi novi centralni web www.kvarner.hr te će se na podwebovima ili odvojenim webovima postaviti nove stranice svih marketing brendova (više pod III.1.3. kvarner.hr – redesign WEB portala)
- po potrebi osmišljavanje novih podbrendova projekta a u skladu s tržišnim trendovima
- priprema tiskanog izdanja brošure „Kvarner Family“
- ostale aktivnosti uključuju:
 - sajmovi i road show prezentacije – u okviru sajamskih nastupa i road show prezentacija TZ Kvarnera promovirat će ponudu obiteljskog smještaja i posebice kapacitete s oznakom kvalitete Kvarner Family
 - aktivnosti na društvenoj mreži Facebook – fan stranica Kvarner Family i grupa Pet Friendly
 - provođenje akcije Obiteljski paket
 - tiskovne konferencije, newsletter i press informacije
 - oglašavanje – u okviru godišnjeg medija plana TZ Kvarnera
 - suradnja s PGŽ na analizi utrošenih sredstava i ulaganja iznajmljivača ostvarenih kroz Kreditni program „Kvarner Family“

Budžet	130.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera, povjerenstva „Kvarner Family“, TZ-članice, PGŽ
Rok izvršenja	2019. godina

II.2.2. KVARNER GOURMET I KVARNER FOOD

Gastronomija je jedan od najjačih turističkih proizvoda Kvarnera, a brend Kvarner Gourmet i Food jedan od najprepoznatljivijih, te će TZ Kvarnera u 2019. godini nastaviti s promicanjem i razvojem brenda kvarnerske kuhinje, kao komparativne prednosti ovoga kraja i motiva dolaska gostiju tijekom cijele 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 dodijeljene su onim ugostiteljskim objektima, koji udovoljavaju propisanim kriterijima, podijeljenim u tri kategorije: ponuda, opremljenost odnosno uređenje, te osoblje. Postoje sljedeće oznake:

Kvarner Food (75 - 89 bodova)

Kvarner Food Plus (90 – 100 bodova)

Kvarner Gourmet (1 škamp) – 100 bodova

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

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

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

Dog Friendly

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

Tijekom 2019. godine planirane su aktivnosti:

- provedba akcije ocjenjivanja i dodjele oznake kvalitete „Kvarner Gourmet“ i „Kvarner Food“
- izrada tematske brošure i inkorporiranje brenda u web stranicu Kvarnera, te daljnja promocija uz korištenje višejezičnih promidžbenih alata: tijekom 2019. godine TZ Kvarnera će izraditi novi centralni web www.kvarner.hr te će se na podwebovima ili odvojenim webovima postaviti nove stranice svih marketing brendova (više pod III.1.3. kvarner.hr – redesign WEB portala)
- PR aktivnosti, tematske prezentacije na najbližim emitivnim tržištima i studijska putovanja (prihvat na Kvarneru i stručni posjeti dionika drugim primjerima dobre prakse)
- u suradnji s GU HTZ, nakon objave i dodjele Michelinovih zvjezdica i preporuka (ukoliko će ih biti) izradit će se tiskani promidžbeni materijal
- promocija gastro manifestacije u okviru godišnjeg kalendara

- poticanje tematskih eno i gastro festivala na Kvarneru
- suradnja s Hrvatskim sommelier Klubom, udrugom restorana Jeunes Restaurateur Europe i drugim partnerima na temu gastronomije
- edukativne radionice i susreti

Budžet	180.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera, povjerenstvo „Kvarner Gourmet“
Rok izvršenja	2019. godina

II.2.3. KVARNER OUTDOOR

Sredinom 2018. godine PGŽ je u suradnji s TZ Kvarnera naručila izradu Operativnog plana razvoja cikloturizma na području PGŽ. U 2019. godini će Plan dati smjernice za daljnji razvoj, ali i za nastavak već započelih aktivnosti, posebno u dijelu promocije aktivnog odmora kroz manifestacije koje su zasigurno čvrst motiv dolaska, te produžuju turističku sezonu. S jedne strane, kroz organizaciju manifestacija (posebice na međunarodnoj razini) stvara se motiv dolaska, a s druge strane to je siguran oblik promocije regije jer se kroz pozitivna iskustva sudionika, te kroz kadrove koji se plasiraju u medije putem raznih platformi osigurava vidljivost regije kao outdoor destinacije. Nastavit će se sa pružanjem potpore manifestacijama od značaja za razvoj proizvoda.

Regija Kvarner se posljednjih nekoliko godina vrlo uspješno razvija kao outdoor destinacija (aktivnosti outdoora osim cikloturizma obuhvaćaju i trail running, triathlon, maratone, tenis i dr.), te je kao takva postala prepoznatljiva gostima koji svoj odmor provode na Kvarneru. Razlog tome je s jedne strane, zasigurno trend rekreativnog bavljenja sportom (koji u nekim slučajevima graniči i s profesionalnim rezultatima), pomicanje fizičkih granica vlastitog tijela, izlaska iz "komforne zone svakodnevnog života", a s druge strane infrastruktura, ljepote regije, blizina tržištima kojima gravitiramo, svijest o kvarnerskoj obali, otocima i gorju koja vlada među gostima.

U "morskom outdooru" glavna ponuda su ronjenje, jedrenje i jedrenje na dasci / surfanje, plivački maratoni / izazovi, a kao jedan od novih sportova javlja se i veslanje na dasci (SUP). U 2019. godini će se nastaviti s brendiranjem ronilačkih centara, te poticanje novih kako bi se uvrstili u Kvarner Diving oznaku kvalitete.

Budžet	650.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s lokalnim turističkim zajednicama i drugim nositeljima
Rok izvršenja	pred i posezona

II.2.4. KVARNER HEALTH AND WELLBEING

Nakon višegodišnjeg, kontinuiranog djelovanja u segmentu zdravstvenog turizma, Kvarner je pozicioniran na turističkom tržištu i u konkurentnom okruženju kao regija zdravstvenog turizma, s jakim destinacijama tradicionalno prepoznatim kao klimatsko-lječilišnim efektom, a to su Mali Lošinj, Opatijska rivijera i Rivijera Crikvenica, dok ni druge destinacije koje imaju na svom području dentalne, dijagnostičke, ortopedske, fizikalno-terapijske, rehabilitacijske i druge klinike i institucije, ne zaostaju u ponudi zdravstvenog turizma, koji je u fokusu svjetske turističke scene. TZ Kvarnera u 2019. godini nastavlja s aktivnostima brendiranja zdravstvenog turizma na Kvarneru, kroz sudjelovanje na tematskim prezentacijama i poslovnim radionicama, kao i kroz promociju u okviru sajamskih nastupa na najznačajnijim tržištima. Promocija uključuje i oglašavanje u tiskanim i elektronskim medijima. CIHT konferencija u Crikvenici središnji je forum na temu aktualnosti u zdravstvenom turizmu, a organizira se uz potporu TZ Kvarnera. Nastavit će se s provedbom istraživanja koje TZ Kvarnera provodi u suradnji s Fakultetom za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Opatija, u okviru projekta „Podizanje konkurentnosti zdravstveno-turističke ponude destinacije kao temelja ostvarenja odrednica nacionalnog programa razvoja zdravstvenog turizma RH“.

Studijske grupe novinara i agenata specijaliziranih za područje ponude zdravstvenog turizma od iznimne su važnosti te će se raditi na organizaciji studijskih putovanja.

TZ Kvarnera će u cilju podizanja prisutnosti na nizozemskom tržištu, nastupiti na specijaliziranom sajmu zdravstvenog turizma „Gezondheidsbeurs“ u Utrechtu. TZ Kvarnera na gotovo svim aktivnostima surađuje s Klasterom zdravstvenog turizma Kvarnera, kojeg je i član.

Budžet	123.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera
Rok izvršenja	kontinuirano

II.2.5. KVARNER CULTURE

TZ Kvarnera u 2019. godini nastavlja s aktivnostima brendiranja kulturnog turizma na Kvarneru. Predstavljanje kulturne ponude Kvarnera bit će dijelom svih promidžbenih aktivnosti. Promocija uključuje i oglašavanje u tiskanim i elektronskim medijima.

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

- projekt kulturno-turističke rute "Putovima Frankopana" - u okviru programa KK. 06.1.1.01 „Priprema i provedba Integriranih razvojnih programa temeljenih na obnovi kulturne baštine,, - TZ Kvarnera je partner na projektu.
- projekt "Mala barka 2" - turistička valorizacija pomorske, ribarske i brodograđevne baštine Sjevernog Jadrana kroz stvaranje novih turističkih proizvoda - TZ Kvarnera je partner na projektu, te nastavlja s promocijom maritimne baštine što će u 2019. godini uključivati i promociju stvorenih itinerara i promociju nove oznake pod nazivom "Kvarner Culture - Maritime Heritage".
- projekt Claustra Plus - uspostavljanje prekogranične destinacije kulturnog i zelenog turizma Claustra Alpium Iuliarum - TZ Kvarnera je partner na projektu.
- projekt ArTVision+ - predstavlja projekt kreiranja IT platforme ponude i potražnje u domeni kulturnog turizma - TZ Kvarnera je partner na projektu.
- projekt Arca Adriatica - zaštita, promocija i turistička valorizacija jadranske pomorske baštine
- Rijeka 2020 – Rijeka Europska prijestolnica kulture – 'Rijeka 2020 – Luka različitosti' - TZ Kvarnera sudjeluje u suradnji sa sustavom turističkih zajednica, te s nositeljima programa Rijeka EPK 2020 u promidžbi projekta, te njegovoj valorizaciji u turističkoj ponudi.
- tematska brošura „Lica kulturnog identiteta“ inovirat će se za potrebe promocije ponude kulturnog turizma na Kvarneru
- ostali projekti iz domene kulturnog turizma

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

Budžet	120.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera
Rok izvršenja	kontinuirano

II.3. CRUISING

Nakon višegodišnje zajedničke prisutnosti TZ Kvarnera, Lučke uprave Rijeka i TZG Rijeke na specijaliziranim cruising sajmovima i B2B workshopovima, interes za dolaskom i pristajanjem cruisera u Rijeku raste. Prema najavama, očekuje se da će broj brodova rasti posebno u 2020. godini zahvaljujući činjenici da je Rijeka proglašena Europskom prijestolnicom kulture, te su već tijekom 2018. godine brodari izrazili izniman interes za dolazak tijekom 2020. godine. Isto tako za uvrštenje Rijeke kao luke pristajanja govori u prilog činjenica da se broj dana krstarenja smanjuje, pa se sukladno tome na Mediteranu traže nove luke, bliske luke, nove destinacije.

Dobra suradnja između Lučke uprave Rijeka, TZ Kvarnera i TZG Rijeke rezultirala je uspješnom prihvatu svakog pojedinog broda (welcome servis) – od pružanja mogućnosti adekvatnog veza do korisnih informacija putnicima na info štandovima, te ponuda autohtonih proizvoda u neposrednoj blizini broda, što upotpunjuje doživljaj gostu s broda, a istraživanja su pokazala da se cca 14% gostiju s cruisera vraćaju kao turisti u određenu destinaciju.

TZ Kvarnera je pridruženi član udruženja Medcruise, pa se nastavlja sa sudjelovanjima na Generalnim skupštinama udruženja i workshopovima s brodarima, koji se organiziraju u sklopu Skupštine. Također, TZ Kvarnera po preporuci i u suradnji s Lučkom upravom Rijeka odrađuje aktivnosti koje doprinose prepoznatljivosti Kvarnera kao zanimljive izletničke destinacije za manje i srednje brodove koji se mogu sidriti u kvarnerskom akvatoriju.

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

III. KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI

III.1. ON LINE

III.1.1. INTERNET OGLAŠAVANJE

Internet oglašavanje TZ Kvarnera provodi se kroz više kanala;

- samostalni FB profil (Facebook Visit Kvarner)
- kroz destinacijske prikaze putem banneri ili reportaža na ciljanim turističkim/dnevnim/vremenskim portalima
- kroz prikaze proizvoda isto putem banneri ili reportaža na ciljanim turističkim/dnevnim/vremenskim portalima
- kroz oglašavanje na mobilnim telefonima koji zasigurno preuzimaju primat nad web stranicama

Intenzivna prisutnost na internetu omogućuje „targetiranje“ samo onih korisnika koji prate određeni proizvod ili su dosad pokazali interes za destinacijom. Na taj način se marketinška kampanja za cijelo vrijeme trajanja usmjerava na onaj dio publike koji se na web stranicama zadržava, a na taj način se optimiziraju i troškovi.

Dio media plan se kandidira Hrvatskoj turističkoj zajednici na Javni poziv HTZ-a za oglašavanje promotivnih kampanjama i za opće oglašavanje destinacije.

Oglašavanje TZ Kvarnera provodi se najvećim dijelom na Internetu (turistički portali, ..)

Budžet	2.136.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s marketinškim agencijama
Rok izvršenja	kontinuirano

III.1.2. SEO I SEM STRATEGIJA

Kako bi se marketinška kampanja uspješno i učinkovito pratila, ključna su SEO i SEM strategije, što podrazumijeva optimizaciju broja impresija prema ključnim riječima pretraživanja, fokusu na tržišta i proizvod.

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

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

Turistička zajednica Kvarnera će tijekom 2019. godine zaključiti aktivnosti, započete u 2017. godini, a vezane uz izradu novih web stranica.

U 2018. godini izrađena je web strategija, (Analiza trenutnog stanja i Definiranje web strategije), te su ispunjeni preduvjeti za definiranje **strukture i arhitekture budućeg weba**.

Analiza pod nazivom „UX/UI“ (analiza korisničkog iskustva na web stranici, korisničkog sučelja koje bi trebalo funkcionirati na različitim uređajima) ukazala je na potrebu za **potpuno novim pristupom** u izradi arhitekture i strukture sadržaja.

NAJVAŽNIJI NALAZI SADAŠNJE WEB STRANICE

- Web nije prilagođen za manje ekrane (mobile, tablet), te korisniku na takvim uređajima pronalazak željenih informacija otežan, pa je samim time i korisničko iskustvo loše;
- Stranice sadrže previše teksta (kao Word dokument), pa se paralelno s time smanjuje interes korisnika, što rezultira odlaskom s web stranice;
- Glavna navigacija je dobro postavljena ali zahtjeva restrukturiranje

Pristup analizi i razvoju web strategije kroz faze



Pristup analizi osigurava pokrivanje svih ključnih stavki važnih za razvoj strukture i arhitekture weba koja će doprinosti ostvarenju strateških ciljeva od operativne digitalne razine pa do razine generalne vizije.

STRUKTURA sadržaja

Sadržaj će se na centralnoj web stranici dijeliti na subregije, a unutar subregija se nalaze lokalne turističke zajednice. TZ Kvarnera će s izvođačem popuniti **inicijalni sadržaj** za sve lokalne turističke zajednice koje iskažu interes.

Prikaz na novoj web stranici (po redoslijedu važnosti):

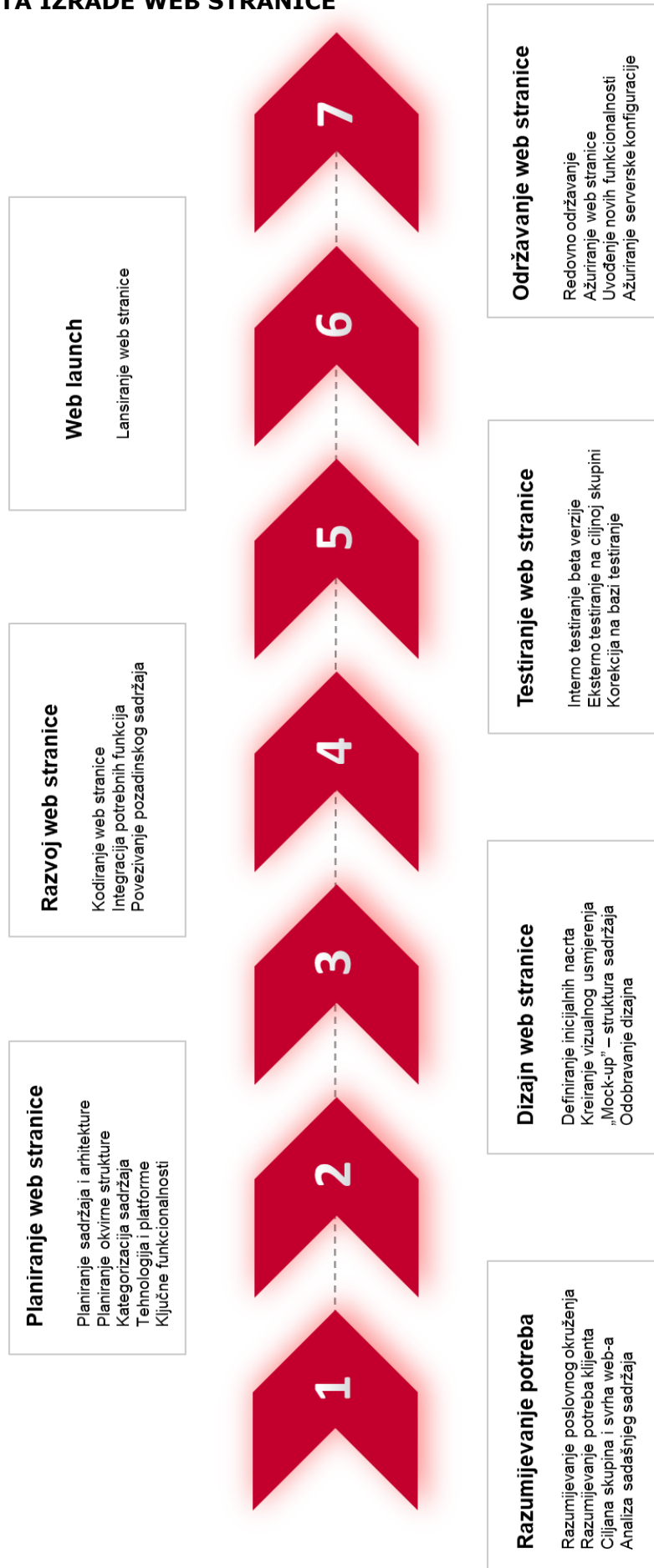
1. **INSPIRACIJA** - neiscrpan izvor sadržaja i inspiracije o Kvarneru, program s bloggerima, natprosječna količina multimedijalnog sadržaja. Cilj je korisnicima, s obzirom na njihove interese i preferencije, predstaviti relevantan i inspirativan sadržaj na stranici – krajnji cilj je pobuđivanje želje korisnika za posjet Kvarneru kroz inspirativne priče.
2. **INFORMIRANJE** - Jasno strukturirani podaci sa svim informacijama o Kvarneru za potencijalne posjetitelje, razvrstani prema FAQ (često postavljana pitanja) i segmentima od posebnog značaja.
3. **ASISTENT ZA PUTOVANJE** - servisni centar sa svim potrebnim informacijama za planiranje i realizaciju putovanja.

VAŽNE KOMPONENTE nove web stranice:

1. **DIZAJN** – vizualna preglednost, usklađenost i definirani stil osiguravaju prepoznatljivost i jačanja branda
2. **FUNKCIONALNOST** – potrebne funkcionalnosti web stranice izravno su rezultat definiranog strateškog pozicioniranja
3. **POSTAVKE** – spremanje postavki korisnika osnovna je funkcija za podizanje razine personalizirane komunikacije
4. **INTEGRACIJA S VANJSKIM SUSTAVIMA** – omogućuje „real-time“ informacije koje daju dodatnu vrijednost stranici
5. **INTERAKTIVNA KARTA** – pomaže planiranju i traženju informacija ili inspiracije

6. CMS SUSTAV – sugerira se korištenje jednog od 5 najkorištenijih CMS sustava zbog jednostavnosti upravljanja i unapređenja platforme
7. POVEZIVANJE S OSTALIM PLATFORMAMA – simultano pomaže kreiranju informacija i korištenju šireg spektra digitalnih kanala

SLIJED PROJEKTA IZRADE WEB STRANICE



Budžet	410.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera
Rok izvršenja	kontinuirano

III.2. ONLINE / OFFLINE KOMUNIKACIJA

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

Hrvatska turistička zajednica raspisala je Javni poziv za udruženo oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora u 2019. godini. Rok za predaju kandidature prema HTZ-u je 29.10.2018. godine. Kandidature su prikupljene, te se prema odluci Turističkog vijeća TZ Kvarnera prosljeđuju u HTZ-u. Udjel HTZ-a, propisan Javnim pozivom iznosi 2.960.000 kn, te kandidatura mora biti prilagođena tom iznosu.

Natječajem je unaprijed definiran postotak koji se mora dodijeliti modelima unutar odobrenih sredstava (model 1. = 40% - image destinacije, model 2a. = 30% - oglašavanje nositelja smještajne ponude, model 2b. = 30% - ostali oblici turističke ponude). Provođenje i nadzor oglašavanja je u cijelosti prepušteno županijskoj turističkoj zajednici. Novost za 2019. godinu jest posticanje jedinstvenog / udruženog media plana županijske TZ, na način da se lokalne TZ zainteresirane za javljanje na Javni poziv i TZ Kvarnera udruže, te izrade jedinstveni media plan. Na taj način HTZ sufinancira s 80%, dok ostali sudionici ulažu 20%.

Oglašavanje nositelja smještajne ponude

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

Budžet	2.280.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s HTZ-om privatnim sektorom
Rok izvršenja	kontinuirano

Oglašavanje u suradnji s avio prijevoznicima

Kako je Hrvatska kao destinacija na globalnom tržištu u turističkom smislu sve zanimljivija i atraktivnija, tako i avio kompanije izražavaju sve veći interes za uvođenje novih letova za Hrvatsku, odnosno na ZL Rijeka. U 2018. godini je zabilježen porast putnika na ZL Rijeka zahvaljujući višegodišnjim ulaganjima u suradnju s avio kompanijama, te zahvaljujući promotivnim kampanjama koje su rađene s avio prijevoznicima koje lete na ZL Rijeka. U dijelu udruživanja financijskih sredstava za te marketinške kampanje, svakako je zaslužan sustav TZ-a (od lokalnih, preko regionalne, do nacionalne turističke zajednice), zatim jedinice lokalne samouprave zajedno s PGŽ, te gospodarski subjekti koji sve ove godine podržavaju marketinške kampanje s avio prijevoznicima na ZL Rijeka. Naime, bez takve sinergije (i poslovne i financijske) ne bi bilo moguće ostvariti promet putnika na ZL Rijeka o kojem se danas govori.

U 2019. godini pregovaranja s avio prijevoznicima nastavlja Hrvatska turistička zajednica (kao i 2018.), te se prijedlozi novih / dodatnih avio linija koje će se promovirati tijekom 2019. godine dostavljaju se u HTZ preko Predstavništva HTZ-a u inozemstvu, kako bi Predstavništvo dalo svoje mišljenje na samu kandidaturu.

Budžet	4.550.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s HTZ-om i javnim i privatnim sektorom
Rok izvršenja	kontinuirano

Oglašavanje posebnih programa destinacije

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

Budžet	260.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s HTZ-om i javnim i privatnim sektorom
Rok izvršenja	Kontinuirano

III.2.2. OPĆE OGLAŠAVANJE

TZ Kvarnera kroz godinu sudjeluje u raznim tiskovima i/ili ostalim oblicima promocije regije ili proizvoda, posebno u ad hoc izdanjima posvećenim zemlji ili regiji.

Budžet	110.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera
Rok izvršenja	kontinuirano

III.2.3. ODNOSI S JAVNOŠĆU I NEWSLETTER

Nastavno na pozitivna iskustva iz prethodne godine kada je TZ Kvarnera u suradnji s PR agencijama za njemačko govorno područje i britansko tržište uspjela animirati veći broj novinara, zajednički je stav TZ Kvarnera, turističkih zajednica-članica i gospodarstva da se započeta suradnja nastavi i u 2019. godini PR agencijama na **njemačkom** (Njemačka, Austrija i Švicarska) i **engleskom govornom području** (V. Britanija, Irska i svjetsko tržište).

PR aktivnosti s inozemnim partnerima uključuju:

- medijsko zastupanje – off i online mediji
- godišnji press clipping
- sudjelovanje na press konferencijama
- grupno i individualna press putovanja
- newsletter
- pisanje i popunjavanje arhive tekstova i slika
- organizacija nagradnih igara
- ostalo po potrebi i na upit

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

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

U 2019. godini će se provesti i PR aktivnosti na hrvatskom i slovenskom tržištu, samostalno i/ili u suradnji sa specijaliziranom marketinškom kućom i/ili drugim ponuditeljima PR usluga.

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

III.2.4. BROŠURE I OSTALI PROMOTIVNI MATERIJALI

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

III.2.4.1. INFO BROŠURA – KALENDAR DOGAĐANJA

Višejezična brošura „Otkrij Kvarner“ donosi pregled najznačajnijih manifestacija i priredaba na Kvarneru tijekom 2019. godine, informacije o turističkoj destinaciji i njenim turističkim proizvodima te godišnji pregled. Radi se o brošuri koja je namijenjena gostima koji već borave na Kvarneru, te je svojevrsan vodič po regiji, a distribuira se po svim TIC-evima i turističkim zajednicama na području PGŽ, te ostalim partnerima na upit.

Budžet	210.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera
Rok izvršenja	travanj

III.2.4.2. KVARNER MAGAZIN 2019.

TZ Kvarnera u suradnji s PR agencijom „ART Redaktionsteam“ nastavlja s izradom specijalističkog turističkog magazina „Kvarner Magazin“ za njemačko govorno područje, koji je po svojem sadržaju prvenstveno namijenjen novinarima – „opinion leaderima“. Novo izdanje „Kvarner Magazina“ priprema se u 2018. godini, a izdaje u siječnju 2019. godine. Također, „Kvarner Magazin“ prevest će se i otisnuti i na engleskom jeziku.

Budžet	425.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s PR agencijom
Rok izvršenja	prosinac

III.2.4.3. TISAK I DOTISAK INFO I PROMO MATERIJALA

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

Budžet	435.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera
Rok izvršenja	kontinuirano (prema potrebi)

III.2.4.4. SUVENIRI I OSTALI PROMO MATERIJAL

Sukladno trendovima i novim oblicima promocijskih alata i materijala, izradit će se roll up poster (destinacijski / proizvodni), poklon vrećice, mirisne vrećice lavande, prigodni letci i suveniri, kuharske pregače i ostali materijal po potrebi.

Budžet	120.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera
Rok izvršenja	kontinuirano (prema potrebi)

III.2.4.5. PROMOTIVNI FILM(OVI) KVARNERA

U 2018. godini se pristupilo izradi novog promotivnog filma regije Kvarner, a u 2019. godini će se izraditi kraći spotovi pojedinačno za svaki segment turističke ponude.

Naime, kraći spotovi su vrlo atraktivan i dobar promocijski alat, gotovo nepohodan za online kampanje.

Budžet	120.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera
Rok izvršenja	2019.

III.2.5. INFO PUNKTOVI I SIGNALIZACIJA

Info punkt „Kvarner info – Vrata Jadrana“ (kao sastavni dio TZ Kvarnera) neprekidno više od 13 godina, i u 2019. godini nastavlja suradnju sa svim info punktovima na području Kvarnera u pogledu koordinacije i razmjene informacija a s ciljem što bolje pokrivena mreže informiranosti gostiju na cijeloj destinaciji. Pri tome info punkt „Kvarner Info – Zračna luka Rijeka“ nastavlja djelovati u zračnoj luci u organizaciji drugih nositelja. Info punkt Gorskog kotara u Delnicama je počeo s djelovanjem u 2008. godini u suradnji s Gradom Delnice i TZG Delnice. „Kvarner Info – Jug“ u Novom Vinodolskom počeo je s djelovanjem u 2006. godini u organizaciji nositelja TZG Novi Vinodolski.

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

IV. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI

IV.1. NASTUPI NA TURISTIČKIM SAJMOVIMA

IV.1.1. SAJAMSKI NASTUPI TZ KVARNERA 2019. GODINE

Sajamski nastupi su i dalje ocijenjeni kao dobar oblik promocije, pogotovo na tržištima od iznimne važnosti za regiju Kvarner. Istraživanja su pokazala da korisnik, prije samog odabira destinacije preferira razgovor s informatorom na sajmu, te prikuplja sve potrebne informacije za konačan odabir destinacije. TZ Kvarnera će u 2019. godini biti zastupljena na svim sajmovima u organizaciji Hrvatske turističke zajednice (22 sajma) i to na tzv. općim turističkim sajmovima, te na specijaliziranim kamping i nautičkim sajmovima, kao i na kongresnim burzama. Također, turistička ponuda Kvarnera bit će zastupljena na sajmovima u organizaciji Predstavništava Hrvatske turističke zajednice, a pojačano s posebnim/dodatnim štandovima nastupit će na:

RB.	GRAD	SAJAM	DATUM
1.	Stuttgart	CMT	12.01.-20.01.
	Stuttgart	CMT Fahrrad und Erlebnisreisen (outdoor)	12.01.-13.01.
	Stuttgart	CMT Kreuzfahrt&Schiffsreisen	17.01.-20.01.
2.	New York	NY Times Travel Show	25.01.-27.01.
3.	Hamburg	Reisen	06.02.-10.02.
4.	Utrecht	Gezondheidsbeurs (Klaster zdravstvenog turizma)	07.02.-10.02.
5.	Essen	Reise&Camping	20.02.-24.02.
6.	München	F.re.e.	20.02.-24.02.
7.	Nürnberg	Freizeit&Touristik	28.02.-04.03.
8.	Utrecht	Fiets and Wandelbeurs	02.03-04.03.
9.	Berlin	ITB	06.03.-10.03.
10.	Zagreb	Meetex	19.03.-21.03.
11.	Katowice	Globalnie	29.03.-31.03.
12.	London	Triathlon Show	29.03.-31.03.
13.	Zagreb	CET Summit	07.05.-08.05.
14.	Köln	RDA	09.07.-10.07.
15.	Düsseldorf	Caravan Salon	30.08.-08.09.
16.	Utrecht	50+ beurs	17.09.-21.09.
17.	Mechelen, Belgija	Vlaanderen Wandelt	rujan
18.	Rimini	TTG	listopad

Budžet	2.013.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera
Rok izvršenja	siječanj-studenj

Sajamski nastupi HTZ-a u 2019. godini

SAJMOVI HRVATSKE TURISTIČKE ZAJEDNICE 2019			
RB.	GRAD	SAJAM	DATUM
1	Utrecht	VAKANTIEBEURST	09.01.-13.01.2019.
2	Beč	FERIENMESSE	10.01.-13.01.2019.
3	Stuttgart	CMT	12.01.-20.01.2019.
4	Helsinki	MATKA	17.01.-20.01.2019.
5	Düsseldorf	BOOT	19.01.-27.01.2019.
6	Madrid	FITUR	23.01.-27.01.2019.
7	Ljubljana	NATOUR ALPE ADRIA	30.01.-02.02.2019.
8	München	F.RE.E.	20.02.-24.02.2019.
9	Essen	REISE & CAMPING	20.02.-24.02.2019.
10	Prag	HOLIDAY WORLD	21.02.-24.02.2019.
11	Herning	FERIE FOR ALLE	22.02.-24.02.2019.
12	Berlin	ITB	06.03.-10.03.2019.
13	Tulln	BOOT	07.03.-10.03.2019.
14	Moskva	MITT	12.03.-14.03.2019.
15	Pariz	MAP	14.03.-17.03.2019.
16	Dubai	ATM	28.04.-01.05.2019.
17	Frankfurt	IMEX	21.05.-23.05.2019.
18	Friedrichshafen	INTERBOOT	rujan
19	Rimini	TTG INCONTRI	listopad
20	Las Vegas	IMEX AMERICA	listopad
21	London	WTM	studenj
22	Barcelona	IBTM	studenj
			TURISTIČKI SAJMOVI
			SPECIJALIZIRANI SAJMOVI

IV.1.2. SAJAMSKI NASTUPI U ORGANIZACIJI TZ-ČLANICA

TZ Kvarnera će u 2019. godini za samostalne sajamske nastupe turističkih zajednica-članica u dogovoru s nositeljem nastupa osigurati promidžbeni materijal i oznake regije.

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

S obzirom na sve veći broj organiziranih strukovnih konferencija i/ili burzi, TZ Kvarnera odlučuje tijekom godine o interesu i važnosti predstavljanja na nekoj od njih. Uz to, podržava nastupe (s drugim nositeljima) na kongresnim sajmovima, zatim u suradnji s drugim županijskim turističkim zajednicama, s PGŽ, sa Zračnom lukom "Rijeka", Medcruise udruženjem i Lučkom upravom Rijeka, sa Skål International, KUH-om, HGK – ŽK RI i dr.

SKAL 2019 – u listopadu 2018. godine, međunarodno SKÅL udruženje je na Svjetskom godišnjem SKÅL kongresu, dodijelio je Kvarneru (Opatiji i Rijeci) domaćinstvo Svjetskog Skål kongresa 2020. godine, pod motom "SKÅL CONGRESS IN THE EUROPEAN CAPITAL OF CULTURE 2020".

Tijekom 2019. godine nastavljaju se aktivnosti na promociji i organizaciji svjetskog kongresa Skal International na Kvarneru. Očekuje se kako će za vrijeme ovog prestižnog međunarodnog događanja u 2020. godini na Kvarneru 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 Kvarner, su profesionalci u turizmu Kvarnera (hotelijeri, agencije, turističke zajednice i drugi).

Budžet	132.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s ostalim subjektima
Rok izvršenja	kontinuirano

IV.2. STUDIJSKA PUTOVANJA NOVINARA

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

Odabir i prihvat studijskih grupa je kroz nekoliko kanala:

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

Budžet	180.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s HTZ-om, predstavništvima HTZ-a u inozemstvu, TZ članicama, PR agencijama i gospodarstvom
Rok izvršenja	kontinuirano

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

Na prijedlog i u suradnji s HTZ-om u 2019. godini TZ Kvarnera će prihvatiti i organizirati najviše jednu tematsku poslovnu radionicu "Buy Croatia", gdje se susreću strani touroperatori sa domaćima, te obilaze regiju. U najavi je BUY Croatia zdravstvenog turizma, te se tada obilaze subregije koje taj proizvod nude, a na radionici sudjeluju partneri koji glavni focus poslovanja stavljaju na zdravstveni turizam.

Cilj studijskih putovanja agenata je povezati destinaciju i stranog touroperatora sa domaćim touroperatorom, te na taj način educirati prodajno osoblje / vlasnike agencija / donositelje odluka i dr. TZ Kvarnera nastavlja aktivnosti na organizaciji studijskih putovanja za agente u suradnji s HTZ-om, s Predstavništvima HTZ-a, na prijedlog gospodarstva i dr.

Sastavni dio poslovne radionice su i inspekcijska putovanja agenata.

Budžet	60.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s HTZ-om, predstavništvima HTZ-a u inozemstvu, TZ članicama, PR agencijom i gospodarstvom
Rok izvršenja	kontinuirano

IV.4. PREZENTACIJE

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

NJEMAČKA

- Berlin, International Media Marketplace, workshop s novinarima
- München - prezentacije na tematskim binama u sklopu sajamskog nastupa F.re.e.
- prezentacija za novinare, bloggere i/ili agente po prijedlogu i u suradnji s Predstavništvom HTZ-a i/ili PR partnerima

SLOVENIJA

- Kranjska gora /Vitranc- ožujak 2019.
- Ljubljana – gastro prezentacija Kvarner Gourmet i Kvarner Food – cooking show

ITALIJA

- Milano – u suradnji s TZ-ima; gastro prezentacija Kvarner Gourmet i Kvarner Food
- Riva del Garda – outdoor prezentacija

AUSTRIJA

- po prijedlogu touroperatora i/ili Predstavništva HTZ-a i partnera
- Beč - gastro prezentacija Kvarner Gourmet i Kvarner Food
- ostale prezentacije
- u suradnji s TZG Opatija sudjelovanje u promociji projekta „Andy Borg bei Freunden“

VELIKA BRITANIJA

- Queen's club; Prezentacija

ŠVICARSKA

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

NIZOZEMSKA I BELGIJA

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

SKANDINAVIJA I BALTIK

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

ČEŠKA, SLOVAČKA, MAĐARSKA, POLJSKA I OSTALA EUROPSKA TRŽIŠTA

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

RUSIJA

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

SRBIJA

- Beograd – prezentacija i press konferencija

DALEKA TRŽIŠTA

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

Budžet	842.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s HTZ-om, predstavništvima HTZ-a u inozemstvu, TZ članicama, PR agencijom i gospodarstvom
Rok izvršenja	kontinuirano

IV.4.2. PREZENTACIJE U ORGANIZACIJI TZ-ČLANICA

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

IV.4.3. OSTALE PREZENTACIJE

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

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

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

Očekuju se prijedlozi HTZ-a za 2019. godinu.

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

Budžet	5.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera u HTZ- om i predstavništvima HTZ-a u inozemstvu
Rok izvršenja	kontinuirano

V. INTERNI MARKETING

V.1. EDUKACIJA ZA TURISTIČKU INDUSTRIJU

Edukacija obuhvaća pohađanje kreativnih i inovativnih programa stručnog osposobljavanja uključujući i mogućnost pohađanja (primjerice online programi) specijalističkih /profesionalnih programa, te razradu kreativnih i inovativnih programa osposobljavanja uključujući i oblike 'učenja iz vlastitog iskustva prilagođenih pozicioniranju pojedinih subregija i/ili destinacija. TZ Kvarnera u suradnji s raznim nositeljima i organizatorima provodi edukacije.

Budžet	20.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s HTZ-om, PU PG i TZ članicama te gospodarstvom
Rok izvršenja	kontinuirano

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

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

Koordinacija s turističkim zajednicama s područja Kvarnera

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

Koordinacija s turističkim zajednicama Gorskog kotara

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

Koordinacija s predstavnicima turističkog gospodarstva

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

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

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

V.3. POTICANJE I OCJENJIVANJE IZVRSNOSTI DESTINACIJE

TZ Kvarnera sudjeluje u projektu Godišnjih hrvatskih turističkih nagrada kojeg provode Ministarstvo turizma, Hrvatska turistička zajednica i Hrvatska gospodarska komora, s ciljem daljnjeg poticanja konkurentnosti, inovativnosti i svijesti o održivom razvoju te podizanju kvalitete usluga i proizvoda u turističkom sektoru.

Koncept godišnjih hrvatskih turističkih nagrada sastoji se od šest (6) kategorija, koje su formirane u skladu s aktualnom Strategijom razvoja turizma i Strateškim marketinškim planom, sveobuhvatne su te prate i predviđaju svjetske turističke trendove.

Također, raznim mjerama i aktivnostima potiče se izvrsnost destinacije, na način da se u suradnji sa sustavom turističkih zajednica i drugim subjektima dodjeljuju priznanja i nagrade zaslužnim pojedincima i tvrtkama koji su temelj turizma na Kvarneru.

Već tradicionalno, krajem tekuće godine, TZ Kvarnera priređuje manifestaciju „Kvarnerski dan turizma“, u sklopu kojeg je upriličena svečanost dodjele godišnjih hrvatskih turističkih nagrada, priznanja i zahvalnica po raznim kategorijama.

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

VI. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA

VI.1. ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA

Istraživanja tržišta provode se kako bi se dobio uvid u stvarno stanje proizvoda / destinacije onako kako ga gost ocijenjuje.

Budžet	50.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s TZ-članicama i marketinškom agencijom
Rok izvršenja	kontinuirano

VI.2. ANKETIRANJE AVIO GOSTIJU NA ZRAČNOJ LUCI RIJEKA

U cilju dobivanja povratnih informacija od gostiju koji su boravili na Kvarneru, TZ Kvarnera nastavlja s anketiranjem avio putnika prilikom njihovog odlaska sa Zračne luke „Rijeka“. Anketiranje će se povremeno provoditi i van glavne sezone, a u skladu s cjelogodišnjim zračnim linijama. Anketa s 20-ak pitanja daje uvid u dojmove ispitanika o destinaciji općenito te o mikrolokaciji na kojoj je ispitanik boravio. Dio pitanja odnosi se i na profil ispitanika.

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

VI.3. SURADNJA S MEĐUNARODNIM INSTITUCIJAMA I EU FONDOVIMA

TZ Kvarnera nastavlja svoje aktivnosti kao član međunarodnih turističkih organizacija (UNWTO, MedCruise, Skål), kao i suradnju s ostalim relevantnim međunarodnim organizacijama (UNESCO).

U 2019. godini TZ Kvarnera će kao partner sudjelovati u sljedećim EU projektima:

- 1) **Projekt Mala barka 2 – Turistička valorizacija pomorske, ribarske i brodograđevne baštine Sjevernog Jadrana kroz stvaranje novih turističkih proizvoda (1.10.2016. - 31.03.2019.)**

Projekt je u sklopu Operativnog programa Interreg V-A Slovenija-Hrvatska 2014.-2020. započeo 01. listopada 2016. i traje do 31. ožujka 2019. godine. Vodeći partner projekta

je PGŽ - Upravni odjel za turizam, poduzetništvo i ruralni razvoj, dok su ostali partneri s hrvatske strane TZ Kvarnera, Pomorski i povijesni muzej hrvatskog primorja, Kuća o batani, a slovenski partneri su TZ Općine Izola i Općina Izola, Općina Piran i Pomorski muzej "Sergej Mašera" Piran.

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

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

Stručnjaci okupljeni u Centru izvrsnosti (produktivnom timu), koji vodi TZ Kvarnera, djeluju na daljnjem brendiranju maritimne baštine kao turističkog proizvoda i značajne ponude kulturnog turizma. Aktivnosti u 2019. godini uključivat će nastavak djelovanja centra izvrsnosti i centara promocije, edukacijske radionice raznih interesnih dionika, promociju turističkih itinerara, promidžbu, prihvata studijskih grupa novinara i agenata, kao i promociju označenih lokacija i objekata od značaja za „Kvarner Culture - Maritime Heritage“. S 31.03.2019. godine projektne aktivnosti završavaju, ali se u minimalno 5 narednih godina nastavlja promocija stvorenog turističkog proizvoda na temu pomorske baštine.

2) **Kulturno-turistička ruta Putovima Frankopana (1.11.2015. – 1.10.2019.)**

Kulturna ruta "Putovima Frankopana" potiče vrednovanje, obnovu, očuvanje, zaštitu i inovativno interpretiranje 17 frankopanskih kaštela i dvoraca te triju sakralnih zdanja. Na taj se način obogaćuje kulturna i turistička ponuda županije te aktivno sudjeluje u društvenom, gospodarskom, ekološkom i kulturnom razvoju na lokalnoj, regionalnoj i europskoj razini. Kulturno-turistička ruta Putovima Frankopana kao marketing brend i proizvod kulturnog turizma na Kvarneru ima za cilj produljenje turističke sezone i poboljšanje kvalitete turističke ponude te razvoj novih turističkih doživljaja kojima će se povećati zadovoljstvo gostiju i ostvariti bolji financijski učinci gospodarstvu. Kreiranjem marketing brenda Putovima Frankopana destinacija Kvarner će se istaknuti ističući prije svega kvalitetu svih svojih selektivnih programa koji mogu dodatno motivirati goste za dolazak u destinaciju, a organizatorima putovanja omogućiti sigurnu bazu informacija za kreiranje i zajedničko plasiranje programa. Posebno se to odnosi na razvoj atraktivne i konkurentne destinacijske ponude s dodanom vrijednošću u razdoblju pred i posezone. Sve aktivnosti odvijat će se sukladno radnom paketu zadataka koje TZ Kvarnera ima kao partner na projektu. Vodeći partner projekta je Primorsko-goranska županija, a projekt je dio Operativnog programa Konkurentnost i kohezija „Priprema i provedba integriranih razvojnih programa temeljenih na obnovi kulturne baštine“. Uz TZ Kvarnera, ostali partneri su Turistička zajednica grada Rijeke, Grad Rijeka, Općina Čavle, Grad Bakar, Grad

Kraljevica, Općina Vinodolska, Grad Čabar, Općina Lokve, Prirodoslovni muzej Rijeka, Krčka biskupija i Centar za kulturu grada Krka.

3) **Claustra Plus - Prekogranična destinacija kulturnog i zelenog turizma Claustra Alpium Iuliarum (1.08.2017. – 31.01.2020.)**

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 kulturu, 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, uspostaviti će se prekogranični konzorcij CLAUSTRRA koji će združiti 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

U 2019. godini će se održavati seminari i vodstva za turističke vodiče, postaviti će se informativne ploče i arheoskopi na arheološkim lokacijama, uspostaviti će se tri didaktičke info točke u Vrhniki i Rijeci, održavati će se konferencije za medije i promocija na postojećim društvenim mrežama, te će održati manifestacije koje oživljavaju rimsku prošlost.

TZ Kvarnera je koordinator radnog projekta T1 – Razvoj proizvoda kulturnog i zelenog turizma CLAUSTRA, te će se sve aktivnosti na promociji projekta odvijati u suradnji i uz suglasnost vodećeg partnera na projektu, te ostalih hrvatskih i slovenskih partnera.

TZ Kvarnera će u 2019. godini biti zadužena za održavanje pješačko-biciklističkih manifestacija, radionica konzorcija, izradu promotivnog materijala, promociju turističke destinacije, te organizaciju studijskog putovanja turoperatora i tematskih novinara.

4) **ArTVision+ (01.01.2018. - 30.06.2019.)**

Vodeći partner Primorsko-goranska županija, dok su partneri TZ Kvarnera, JU RERA S.D. za koordinaciju i razvoj SDŽ iz Splita, Fondacija Pino Pascali iz Barija, Turistička zajednica regije Puglia, Sveučilište u Veneciji „Ca' Foscari“ i Regija Veneto.

ArTVision + predstavlja projekt kreiranja IT platforme ponude i potražnje u domeni kulturnog turizma, a iz programa Interreg Italy – Croatia 2014. - 2020. IT platforma povezivat će umjetnike koji nude kulturne programe i organizatore turističkih manifestacija koji te programe trebaju (turističke zajednice, muzeji, kazališta, umjetnička kina, itd.) i koji će putem ove IT platforme dobiti složenu bazu kulturnih sadržaja u Hrvatskoj i Italiji. Treba biti osmišljena tako da predstavlja svojevrsnu „burzu“ kulturnih interpretatora i događaja. Platforma predstavlja originalni alat za organiziranje turističkih manifestacija s kulturnim i umjetničkim sadržajima te promociju istih. Dodatna vrijednost platforme je stvaranje kvalitetne suradnje i komunikacije između umjetnika i organizatora turističkih manifestacija. Također, zajednički turistički proizvod bit će predstavljen kroz sadržaje dostupne na IT platformi. Suradnja putem IT platforme uvelike će olakšati organizaciju prekograničnih manifestacija te će se na taj način osigurati kontinuirana suradnja dviju država u kreiranju turističke ponude temeljene na kulturnoj baštini.

Uz to, cilj projekta je stvoriti motiv dolaska turista u destinaciju, koja je prekogranično područje s jedinstvenim turističkim proizvodom, prepoznatljivo po kvaliteti turističke ponude.

Projekt se odvija kroz sljedeće aktivnosti:

- Upravljanje projektom i koordinacija aktivnosti
- Komunikacija
- Razvijanje koncepta promocije destinacije
- Promocija turističkih destinacija

U 2019. godini organizirat će se završna konferencija za novinare, promocija manje poznatih mjesta u 4 regije obuhvaćene Projektom (Kvarner, Dalmacija, Veneto, Puglia), edukacija umjetnika i studenata, promocijske radionice za dionike u kulturi i organizatore turističkih događanja i promocija putem elektronskih medija, a Savjetodavni odbor projekta ArTVision+, u kojem TZ Kvarnera ima predstavnika odabranog putem natječaja, osigurat će i u 2019. godini strateški smjer i punu podršku razvoju promocijskog koncepta na lokalnoj i regionalnoj razini.

TZ Kvarnera sudjeluje u svim aktivnostima, a koordinator je radnog paketa 4 – promocija turističkih destinacija, u sklopu kojeg se sustavnom i opsežnom promotivnom kampanjom promovira u Projekt uključeno prekogranično područje kao jedinstveni turistički proizvod.

Promocija turističkih destinacija - Cilj ovog radnog paketa je kroz sustavnu i opsežnu promotivnu kampanju promovirati u Projekt uključeno prekogranično područje kao jedinstveni turistički proizvod. Koordinator radnog paketa je TZ Kvarnera, te će u 2019. godini organizirati prekogranični kulturni događaj.

5) **ARCA ADRIATICA - Zaštita, promocija i turistička valorizacija jadranske pomorske baštine (01.01.2019. – 30.06.2021.)**

Vodeći partner na projektu je Primorsko-goranska županija, dok su ostali partneri Općina Malinska-Dubašnica, TZ 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.

Turizam će promicati dvije prekogranične regije kao jednu cjelovitu prekograničnu destinaciju, promicanjem regija sličnosti i komplementarnosti zajedničke kulturne ponude temeljene na pomorskoj baštini lokalnih luka.

Specifični ciljevi projekta:

1. Razviti zajedničku turističku destinaciju
2. Promicanje trenutačno manje vidljivih odredišta
3. Za očuvanje pomorske baštine

Ključni rezultati bit će veća vidljivost uključenih destinacija, povećana dostupnost pomorske baštine za cijelo društvo (virtualni muzej, otvoreni muzeji, interpretacijski centri), povećan broj posjetitelja u prekograničnom području, povećani broj trajno zaštićenih artefakata pomorske nematerijalne i materijalne baštine (preko interpretacijskih centara, virtualnog muzeja, baze pomorske baštine, tehničke karakteristike plovila), povećanje turističke infrastrukture na pomorskoj baštini (interpretacijski centri u Malinskoj, Cerviji, Veneciji, Rovinju i Tkonu), obnova malih brodova koji će biti živi primjeri, izložbe u malim lukama i regata, povećanje broja obrazovane djece i posjetitelja o pomorskim obrtima i vještinama (Akademija pomorskih obrta i vještina) i priznavanje cijelog obalnog prekograničnog područja kao jednog turističkog odredišta (promocijska kampanja).

Projekt ARCA ADRIATICA obuhvaća tri međusobno povezane koncepcije:

1. **SUSTAVNI RAZVOJ** - izrada zajedničkih smjernica za razvoj održivog kulturnog turizma koji se temelji na pomorskoj baštini lokalnih luka, te osnivanje i koordinacija Centara izvrsnosti, kao iznimno uspješan primjer sustavnog razvoja turističkog proizvoda,
2. **PROMOCIJA** - razvoj zajedničkog turističkog proizvoda, kroz izradu priča o pomorskoj baštini, Master plan razvoja kulturnog turizma, izradu zajedničkih turističkih itinerara, osnivanje i koordinaciju centara za promociju, kao i

univerzalnu promotivnu kampanju koja uključuje i održavanje turističkih manifestacija s prikazom pomorske baštine,

3. **STALNA ZAŠTITA POMORSKE BAŠTINE** - prilagodba interpretacijskih centara, obnova tradicionalnih malih brodova, uključujući stalni zapis njihovih tehničkih karakteristika, stvaranje zajedničke baze pomorske baštine kroz koju će biti moguće ažurirati nacionalne registre, razviti virtualne muzeje, a najvažnije - sustavno obrazovanje djece i mladih kroz osnivanje Akademije pomorskih obrta i vještina. Stoga, svojim aktivnostima na različitim razinama djelovanja, projekt kombinira razvoj i promociju zajedničkog turističkog proizvoda, a istodobno trajno čuva i štiti bogatu pomorsku baštinu koju država od nestanka. Uspostava Centara izvrsnosti omogućava sustavni, usklađeni i proporcionalni pristup razvoju i osiguranju održivosti takvih kulturno-turističkih proizvoda. Taj koncept će se provoditi na cijelom području uključenih partnera - prilagodit će se interpretacijski centri u Malinskoj, Cerviji, Veneciji, Rovinju i Tkonu, ali i sve ostale aktivnosti bit će provedene gotovo na svakom mjestu graničnog područja.

Budžet	2.455.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s međunarodnim organizacijama
Rok izvršenja	kontinuirano

VI.4. PRODUKCIJA MULTIMEDIJSKIH MATERIJALA

Aktivnosti u skladu s potrebama i unapređenjem image Kvarnera kroz:

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

Budžet	120.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera
Rok izvršenja	kontinuirano

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

1.1.2016. realiziran je prelazak s dotadašnjih offline sustava putem kojih su turističke zajednice zasebno evidentirale i prijavljivale turistički promet na jedinstveni online informacijski sustav kojim su se povezale sve turističke zajednice u Republici Hrvatskoj. eVisitor omogućava dnevni uvid u stanje turističkog prometa, ažurnu bazu podataka o smještajnim objektima i pružateljima usluga smještaja, izvještavanje u statističke i marketinške svrhe u realnom vremenu ili s odmakom od najviše 24 sata te bolju kontrolu naplate boravišne pristojbe s ciljem ostvarivanja većih prihoda u sektoru turizma.

Sustav je dostupan korisnicima putem interneta kao web aplikacija i bez potrebe za instaliranjem na računalo.

eVisitor koristi oko 300 turističkih zajednica u Republici Hrvatskoj, 60.000 pružatelja usluga smještaja, Hrvatska turistička zajednica, Predstavništva Hrvatske turističke zajednice, Ministarstvo turizma, Ministarstvo uprave, Ministarstvo unutarnjih poslova, Carinska uprava i inspekcija, Državni zavod za statistiku te ostali sudionici. Nositelj projekta eVisitor je Hrvatska turistička zajednica.

Turistička zajednica Kvarnera je dio tog sustava, a dostupan joj je uvid u podatke o turističkom prometu ostvarenom na području djelovanja turističkih zajednica članica, odnosno za područje Primorsko-goranske županije.

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

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

VII. POSEBNI PROGRAMI

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

Gorski kotar

TZ Kvarnera pruža potporu projektima razvoja turizma na područjima koja nisu turistički razvijena, koja su velik potencijal u daljnjem obogaćivanju ukupne turističke ponude Kvarnera. Temeljem odluke Turističkog vijeća TZ Kvarnera od 23. ožujka 2012. godine pokrenut je pilot projekt upravljanja destinacijom Gorskog kotara te od tada redovito djeluje koordinacija turističkih zajednica Gorskog kotara. Nastavlja se s unapređenjem komunikacije subregionalnog brenda Gorski kotar, tako da se kroz zajedničke tiskane promidžbene materijale predstavljaju portfelj proizvoda ciljnim tržištima kroz image kataloge i tematizirane tiskane materijale a redovito se prati učinak provedenih aktivnosti. Kroz off-line oglašavanje usmjerenog prema ciljanom proizvodnom /segmentacijskom oglašavanju implementira se novi brend concept i slogan u oglase, kao i kroz sajamske nastupe i PR kanale (priopćenja, intervjui, reportaže). Također, nastavlja se suradnja sa specijaliziranim turističkim agencijama s ciljem poticanja i povećanja jednodnevnih izleta i višednevnih programa boravka a sukladno Operativnom marketing planu turizma Kvarnera do 2020. godine. Cilj je Gorski kotar eksponirati u ponudi sporta i rekreacije (outdoor) ruralnog turizma i ekoturizma. Posebnost Gorskog kotara su Centri za posjetitelje u sklopu Nacionalnog parka Risnjak kroz koje se facilitira proizvodni portfelj Gorskog kotara i obratno, lokalne turističke zajednice upućuju na Nacionalni park Risnjak i zaštićena područja prirode.

Regionalni sportsko-rekreacijski i turistički centar Platak

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

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

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

implementacija i monitoring Strateškog plana razvoja turizma Kvarnera sa strateškim i operativnim marketing planom 2016. – 2020. godine

Budžet	50.000 kn
Nositelj	PGŽ, Turistički ured TZ Kvarnera, JLS i TZ-članice
Rok izvršenja	Kontinuirano

FINANCIJSKI PLAN TZ KVARNERA ZA 2019. GODINU

PRIHODI

U 2019. godini TZ Kvarnera planira ostvarenje prihoda i to kako slijedi:

- **prihod od boravišne pristojbe** planiran je sukladno planu ostvarenja turističkog prometa noćenja za 2019. godinu, a to je očekivano ostvarenje 2018. godine, te utvrđene visine boravišne pristojbe za 2019. godinu (povećanje boravišne pristojbe sa 8 na 10 kuna u hotelima, te sa 300 na 345 kn paušal u privatnom smještaju, u glavnoj sezoni), uzimajući u obzir nepromijenjenu boravišnu pristojbu za osobe koje pružaju ugostiteljske usluge u kampovima
- **prihod od turističke članarine** na razini očekivanog ostvarenja 2018. godine
- **prihodi od PGŽ za programske aktivnosti** - planiran je dogovoreni iznos s PGŽ vezan za sufinanciranje manifestacija od značaja za PGŽ, te ostale promotivne aktivnosti
- **prihodi od drugih aktivnosti** odnose se na očekivane prihode od PGŽ, turističkih zajednica, te JLS-ova za udruživanje sredstava za avio oglašavanje, / odobrene prihode HTZ-a za sudjelovanje u troškovima promotivnih aktivnosti
- **ostali nespomenuti prihodi** odnose se na:
 - o povrat sredstava od EU za odobreni projekt "Mala barka 2"
 - o povrat sredstava od strane PGŽ za odobreni projekt "Putevima Frankopana"
 - o povrat sredstava od EU za odobreni projekt "ArtVision +"
 - o povrat sredstava od EU za odobreni projekt "Claustra +"
 - o povrat sredstava od EU za odobreni projekt "Arca Adriatica"
 - o udruživanje sredstava od turističkih zajednica i gospodarskih subjekata za sufinanciranje PR agencija, nastupe na sajmovima i ostale promotivne aktivnosti
 - o prihod od kamata, te
- **prijenos sredstava iz prethodne godine:** procijenjeni dio prihoda za aktivnosti započete u 2018. godini čija je realizacija izvjesna i koji će se u dijelu koji se odnosi na prijenos ostvarivati i tijekom 2019. godine
- **Refundacije lokalnih TZ-a** u izradnji zajedničkog media plana
- **Prijenos sredstava HTZ-a** od Javnog poziva za udruženo oglašavanje na račun TZ Kvarnera za sufinanciranje media planova TZ-a, te gospodarskih subjekata

RASHODI

- Rashodi su planirani tako da se raspoređuju sukladno zakonski određenim aktivnostima, zatim postavljenim ciljevima, te zadanim troškovima djelovanja turističkog ureda i turističke zajednice, te su detaljno razrađeni u tablici. Sve aktivnosti detaljno opisane u tekstualnom dijelu Programa rada TZ Kvarnera za 2019. godinu i usmjerene su prema ostvarenju temeljnih ciljeva uspostavljenih Strateškim planom razvoja turizma Kvarnera sa strateškim i operativnim marketing planom 2016. – 2020. godine.

FINANCIJSKI PLAN TURISTIČKE ZAJEDNICE KVARNERA ZA 2019. GODINU

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

Sukladno donesenom Pravilniku o sustavu financijskog upravljanja i kontroli te izradi i izvršavanju financijskih planova neprofitnih organizacija, NN 119/15, Turistička zajednica Kvarnera izradila je Financijski plan za 2019. godinu. Financijski plan donosi najviše tijekom neprofitne organizacije, odnosno tijelo koje je temeljem statuta neprofitne organizacije za to ovlašteno, najkasnije do 31. prosinca tekuće godine za sljedeću godinu sukladno članku 5. Zakona o financijskom poslovanju i računovodstvu neprofitnih organizacija (NN 121/14). Sukladno uputi, uz obavezan Programa rada s Financijskim planom koji se izrađuje temeljem Zakona o turističkim zajednicama promicanju hrvatskog turizma (NN 152/08) i propisanoj metodologiji HTZ-a, TZ Kvarnera izradila je i Financijski plan prema navedenom Pravilniku.

račun iz računovodstvenog plana	PRIHODI	iznos
32	PRIHOD OD ČLANARINA	1.760.000,00
33	PRIHODI PO POSEBNIM PROPISIMA	9.180.000,00
34	PRIHODI OD IMOVINE	5.000,00
35	PRIHODI OD EU FONDOVA	2.050.000,00
36	OSTALI PRIHODI	4.934.000,00
37	PRIHOD OD OSTALIH NEPROFITNIH ORGANIZACIJA	3.335.000,00
	PLANIRANI PRIJENOS VIŠKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE	2.600.000,00
	SVEUKUPNO PRIHODI (32+33+34+35+36+37)	23.864.000,00
račun iz računovodstvenog plana	RASHODI	iznos
41	RASHODI ZA RADNIKE	2.336.000,00
42	MATERIJALNI RASHODI	21.478.000,00
44	FINANCIJSKI RASHODI	50.000,00
	SVEUKUPNO RASHODI (41+42+44)	23.864.000,00

Obrazloženje prihoda navedeno je na stranici 55-oj ovog materijala.

Analitika rashoda:

račun iz računovodstvenog plana	SVEUKUPNO RASHODI (41+42+44)	23.864.000,00
41	RASHODI ZA RADNIKE - osobni bruto dohodak za djelatnike ureda na godišnjoj razini (osnovni bruto dohodak sa pripadajućim porezima i doprinosima)	2.336.000,00
42	MATERIJALNI RASHODI sastoji se od:	21.478.000,00
analitika materijalnih rashoda	administrativni rashodi ureda; poslovni prostor, održavanje opreme, održavanje i troškovi službenog automobila, rashodi za rad tijela TZ Kvarnera, troškovi info punkta "Kvarner Info"	1.475.000,00
	rashodi za potpore projektima, razvijanje brandova Kvarnera sa pripadajućim troškovima- Kvarner Family, Kvarner Gourmet & Kvarner Food, Kvarner Outdoor, Kvarner Health&Wellbeing, Kvarner Culture, Kvarner Cruising (welcome servis cruiserima)	1.848.000,00
	rashodi za oglašavanje - online, offline, potpore avio prijevoznicima, redesign web portala, podrška nositeljima smještajne ponude I posebnim programima destinacije, odnosi s javnošću sa stranim PR agencijama, dotisak i distribucija info promo materijala	11.688.000,00
	rashodi za nastupe na sajmovima, prezentacije i organizaciju, te prihvrat studijskih putovanja novinara i agenata	3.302.000,00
	rashodi za edukaciju, za aktivnosti koordinacije i nadzora sustava turističkih zajednica, te poticanje i ocijenjivanje izvrsnosti destinacija	200.000,00
	rashodi proizašli iz suradnje sa međunarodnim fondovima i na EU projektima	2.455.000,00
	rashodi za poticanje i pomaganje onih projekata i turističkih zajednica koje su na manje razvijenim područjima	220.000,00
	rashodi za aktivnosti istraživanja tržišta, produkciju multimedijalnih materijala i monitoring SPRT	290.000,00
	44	FINANCIJSKI RASHODI odnosi se na bankarske naknade i ostale usluge
	SVEUKUPNO RASHODI (41+42+44)	23.864.000,00

Predsjednik:

Zlatko Komadina

RB	PRIHODI PO VRSTAMA	OSTVARENJE 2017.	PLAN 2018. sa ostvarenim prijenosom po Godišnjem financijskom izvješću za 2017.	OSTVARENO SIJEČANJ - RUJAN 2018.	PROCJENA LISTOPAD - PROSINAC 2018.	OČEKIVANO OSTVARENJE 2018. (baza: ostvarenje siječanj - rujan s procjenom do konca godine)	index očekivano ostvarenje 2018./realizacija 2017.	PLAN 2019.	indeks plan 2019/ očekivano ostvarenje 2018.	NAPOMENA	indeks plan 2019/ plan 2018.
		1	2	5	6	3	4 = 3/1*100	5	6 = 4/3*100	7	8 = 4/2*100
I.	UKUPNI PRIHOD OD BORAVIŠNE PRISTOJBE I TURISTIČKE ČLANARINE	9.313.077,32	10.100.000,00	8.551.627,24	1.430.000,00	9.981.627,24	107,18	10.940.000,00	109,60		108,32
1.	Prihodi od boravišne pristojbe	7.297.815,62	7.950.000,00	6.864.650,73	1.070.000,00	7.934.650,73	108,73	9.000.000,00	113,43	povećanje BP sa 8 na 10 kn u hotelima; sa 300 na 345 kn raste paušal	113,21
2.	Prihod od boravišne pristojbe od nautičkog turizma	137.956,00	150.000,00	287.382,86	0,00	287.382,86	208,31	180.000,00	62,63	smanjenje BP u nautici	120,00
3.	Prihodi od turističke članarine	1.877.305,70	2.000.000,00	1.399.593,65	360.000,00	1.759.593,65	93,73	1.760.000,00	100,02	isto kao i 2018.	88,00
II.	PRIHOD OD PGŽ ZA PROGRAMSKE AKTIVNOSTI	300.000,00	200.000,00	205.000,00	145.000,00	350.000,00	116,67	210.000,00	60,00		105,00
1.	za programske aktivnosti	300.000,00	200.000,00	205.000,00	145.000,00	350.000,00	116,67	210.000,00	60,00	pregovori s PGŽ	105,00
1.1.	promotivne aktivnosti i manifestacije od županijskog značaja	...	150.000,00	0,00	0,00		0,00
1.2.	Monitoring SPRT Kvarnera 2016. - 2020.	...	50.000,00	0,00	0,00		0,00
III.	PRIHOD OD DRUGIH AKTIVNOSTI	3.166.296,36	467.000,00	1.301.529,95	2.098.000,00	3.399.529,95	107,37	3.833.000,00	112,75		820,77
1.	Udruživanje za avio oglašavanje	2.718.564,57	0,00	1.240.540,00	2.093.000,00	3.333.540,00	122,62	3.750.000,00	112,49	u očekivanju planova letova za 2019. godinu	0,00
1.1.	PGŽ	569.999,99	0,00	0,00	950.000,00	950.000,00	166,67	950.000,00	100,00		0,00
1.2.	GRAD RIJEKA	569.999,99	0,00	0,00	0,00	0,00			0,00		0,00
1.3.	TZG Rijeke	145.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00			0,00		0,00
1.4.	HTZ	1.356.592,03	0,00	0,00	0,00	0,00			0,00		0,00
1.5.	PGŽ za manje razvijene	76.972,56	0,00	0,00	0,00	0,00			0,00		0,00
1.6.	ZL Rijeka	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00			0,00		0,00
1.7.	Turističke zajednice - avio udruživanje	0,00	0,00	881.040,00	153.000,00	1.034.040,00	0,00	1.300.000,00	125,72	povećanje u odnosu na 2018.	0,00
1.8.	JLS - avio udruživanje	0,00	0,00	359.500,00	990.000,00	1.349.500,00	0,00	1.500.000,00	111,15	povećanje u odnosu na 2018.	0,00
2.	HTZ za promotivne aktivnosti (sajmovi i prezentacije) - kandidatura prema HTZ-u	85.488,45	72.000,00	60.989,95	5.000,00	65.989,95	77,19	83.000,00	125,78	HTZ sufinancira do 25% nastupe na sajmovima i prezentacije (tamo gdje HTZ NE nastupa)	115,28
3.	HTZ za strateške projekte (IMTJ i Eurowings u 2017.)	106.984,72	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	HTZ sufinancira direktno kampanju oglašavanja prema avio kompanijama	0,00
4.	HTZ za ostala oglašavanja prema Javnom pozivu - kandidatura prema HTZ-u	255.258,62	395.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00		0,00
IV.	OSTALI NESPOMENUTI PRIHODI	1.288.014,21	1.570.000,00	938.943,58	865.000,00	1.803.943,58	140,06	2.946.000,00	163,31		187,64
1.	Mala barka 2 - traje do 31.3.2019. - povrat EU sredstava	301.281,99	550.000,00	0,00	665.000,00	665.000,00	220,72	260.000,00	39,10		47,27
1.1.	povrat odrađenih aktivnosti u 2017. godini	301.281,99	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00		0,00
1.2.	povrat sredstava za aktivnosti koje će se odraditi u 2018. godini	0,00	550.000,00	0,00	665.000,00	665.000,00	0,00	260.000,00	39,10		
2.	Putevima Frankopana - traje do 1.10.2019.	161.942,50	150.000,00	150.000,00	0,00	150.000,00	92,63	535.000,00	356,67		356,67
3.	ArTVision + (IT platforma za kulturni turizam) - traje do 30.6.2019.	0,00	0,00	0,00	80.000,00	0,00	0,00	425.000,00	0,00		0,00
4.	Claustra + (revitalizacija kasnorimskih ostataka) - traje do 31.1.2020.	0,00	0,00	0,00	118.000,00	0,00	0,00	150.000,00	0,00		0,00
5.	Arca Adriatica - počinje 1.1.2019.	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	680.000,00	0,00		0,00
6.	Prihod prethodnih godina	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00		0,00
7.	Udruživanje sredstava od turističkih zajednica za sudjelovanje u PR aktivnostima (ART Redakctionsteam, Julia Berg Consulting)	249.999,98	250.000,00	243.775,75	0,00	243.775,00	97,51	250.000,00	102,55		100,00
8.	Udruživanje sredstava od turističkih zajednica i drugih gospodarskih subjekata za sajamske nastupe (CMT Stuttgart, FREE Munchen, ITB Berlin...)	564.013,05	600.000,00	541.433,70	0,00	541.433,70	96,00	640.000,00	118,20	sudjelovanje gospodarskih subjekata na sajmovima	106,67
9.	Ostali nespomenuti prihodi	0,00	0,00	795,00	0,00	795,00	0,00	1.000,00	125,79		0,00
10.	prihod od kamata	10.776,69	20.000,00	2.939,13	2.000,00	4.939,13	45,83	5.000,00	101,23		25,00
I+II+III+IV	SVEUKUPNO PRIHODI	14.067.387,89	12.337.000,00	10.997.100,77	4.538.000,00	15.535.100,77	110,43	17.929.000,00	115,41	prihodi bez prijenosa i bez udjela HTZ-a za avio i udruženo oglašavanje	145,33
V.	PRIJENOS SREDSTAVA IZ PRETHODNE GODINE	2.833.654,19	3.086.919,77	3.086.919,77	0,00	3.086.919,77		2.600.000,00	84,23	konačni prijenos utvrđuje se prema Godišnjem financijskom izvješću	84,23
VI.	Refundacija lokalnih TZ-a za zajednički media plan							375.000,00	0,00		
VII.	PRIJENOS SREDSTAVA HTZ-A NA RAČUN TZ KVARNERA ZA UDRUŽENO OGLAŠAVANJE (udjel HTZ-a)	0,00	0,00	1.437.083,72	1.548.000,00	2.985.083,72		2.960.000,00	99,16		
VIII.	Odgođeni prihod iz 2017. godine za 2018. - udruživanje sredstava za sufinanciranje avio oglašavanja			1.200.455,04		1.200.455,04		0,00	0,00		
I+II+III+IV+V+VI+VII	SVEUKUPNO PRIHODI	16.901.042,08	15.423.919,77	16.721.559,30	6.086.000,00	22.807.559,30		23.864.000,00	104,63		

RB	RASHODI PO VRSTAMA	PLAN 2019.	udjel 2019.	povrat od turističkih zajednica / gospodarskih subjekata / EU fondova
I.	ADMINISTRATIVNI RASHODI	3.861.000,00	16,18	
1.	TURISTIČKI URED - DJELOVANJE	3.339.000,00	13,99	
1.1.	Rashodi za radnike	2.336.000,00	9,79	
1.2.	Rashodi ureda	1.003.000,00	4,20	
1.2.1.	ured - prostor, skladište i ostali troškovi zaposlenika	560.000,00	2,35	
1.2.2.	osiguranje, naknade, ostali troškovi ureda	315.000,00	1,32	
1.2.3.	održavanje opreme i leasing službenog automobila	128.000,00	0,54	
2.	RASHODI ZA RAD TIJELA	342.000,00	1,43	
2.1.	Turističko vijeće i Nadzorni odbor	320.000,00	1,34	
2.1.1.	naknade	300.000,00	1,26	
2.1.2.	ostali troškovi	20.000,00	0,08	
2.2.	Troškovi održavanja Skupštine TZ Kvarnera	22.000,00	0,09	
3.	INFO PUNKT KVARNER INFO - VRATA JADRANA	180.000,00	0,75	
II.	DIZAJN VRIJEDNOSTI	1.848.000,00	7,74	
1.	POTPORE MANIFESTACIJAMA I PROJEKTIMA	550.000,00	2,30	
1.1.	sufinanciranje projekata manje razvijenih TZ-a 2019.	150.000,00	0,63	85.000,00
1.2.	sufinanciranje novih / većih / tematskih projekata / manifestacija / festivala u 2019.	350.000,00	1,47	
1.3.	ostala manja sufinanciranja	50.000,00	0,21	
2.	DMO - ORGANIZACIJA UPRAVLJANJA DESTINACIJOM	1.203.000,00	5,04	
2.1.	Kvarner Family	130.000,00	0,54	
2.1.1.	web stranica www.kvarnerfamily.hr	20.000,00	0,08	
2.1.2.	FB Kvarnerfamily	30.000,00	0,13	
2.1.3.	edukativne radionice, povjerenstva	30.000,00	0,13	
2.1.4.	priprema brošure i ostalog promotivnog materijala projekta Kvarner Family	50.000,00	0,21	
2.2.	Kvarner Gourmet & Kvarner Food	180.000,00	0,75	
2.2.1.	daljnji razvoj projekta - obilazak i ocjenjivanje restorana	100.000,00	0,42	
2.2.2.	promotivni materijal s restoranima po preporuci Michelin vodič	40.000,00	0,17	
2.2.3.	web stranica Gourmet&Food - održavanje	20.000,00	0,08	
2.2.4.	suradnja s Hrvatskim sommelier klubom i JRE	20.000,00	0,08	
2.3.	Kvarner Outdoor	650.000,00	2,72	125.000,00
2.3.1.	daljnji razvoj projekta sukladno Operativnom planu razvoja cikloturizma na području Kvarnera	90.000,00	0,38	
2.3.1.1.	razvoj biciklizma i trail runninga	90.000,00		
2.3.2.	World cup utrka Downhill 2020. - priprema tijekom 2019.	50.000,00	0,21	
2.3.3.	CRO Race - biciklistička utrka	250.000,00	1,05	
2.3.4.	"4 islands" - rekreativna MTB utrka	50.000,00	0,21	
2.3.5.	Gorski kotar Bike Tour 2019.	30.000,00	0,13	
2.3.6.	tenis turniri	40.000,00	0,17	
2.3.7.	trail running utrke	40.000,00	0,17	
2.3.8.	ostala sportska važnija događanja	70.000,00		
2.3.9.	brendiranje Kvarner Diving - promocija	30.000,00	0,29	
2.4.	Kvarner Health & Wellbeing	123.000,00	0,52	
2.4.1.	članarina Klasteru zdravstvenog turizma	18.000,00	0,08	
2.4.2.	forum zdravstvenog turizma u Crikvenici	5.000,00	0,02	
2.4.3.	Utrecht - nastup na sajmu Gezondheidsbeurs u suradnji s Klasterom zdravstvenog turizma	50.000,00	0,21	
2.4.4.	analiza stanja i trendova u zdravstvenom turizmu	40.000,00	0,17	
2.4.5.	ostali manji troškovi	10.000,00	0,04	
2.5.	Kvarner Culture	120.000,00	0,50	
2.5.1.	suradnja i promocija Rijeka EPK 2020, suradnja s ostalim institucijama u domeni kulturnog turizma	120.000,00	0,50	
3.	KVARNER CRUISING	95.000,00	0,40	
3.1.	welcome servis	35.000,00	0,15	
3.2.	Medcruise konferencije i nastup na sajmu kruzinge industrije „Seatrade Cruise Global“	60.000,00	0,25	
III.	KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI	11.688.000,00	48,98	
1.	ONLINE KOMUNIKACIJE	2.556.000,00	10,71	

RB	RASHODI PO VRSTAMA	PLAN 2019.	udjel 2019.	povrat od turističkih zajednica / gospodarskih subjekata / EU fondova
1.1.	Internet oglašavanje	2.136.000,00	8,95	
1.1.1.	Facebook Visit Kvarner	36.000,00	0,15	
1.1.2.	media plan TZ Kvarnera	2.100.000,00	8,80	
1.1.2.1.	u suradnji s HTZ-om kroz Javni poziv za udruženo oglašavanje - zajednički media plan regije	1.700.000,00	7,12	
1.1.2.1.1.	udjel TZ Kvarnera	62.500,00	0,26	250.000,00
1.1.2.1.2.	udjel TZ Kvarnera za Gorski kotar	22.500,00	0,09	90.000,00
1.1.2.1.3.	udjel lokalnih TZ-a	375.000,00	1,57	375.000,00
1.1.2.1.4.	udjel HTZ-a za sve model 1. Javni poziva za udruženo oglašavanje / prihod / rashod	1.240.000,00	5,20	900.000,00
1.1.2.2.	samostalni media plan (online - portali, FB, Instagram, offline, TV)	400.000,00	1,68	
1.2.	SEO i SEM strategija	10.000,00	0,04	
1.3.	www.kvarner.hr - osuvremenjivanje i redesign web portala / upravljanje	410.000,00	1,72	
1.3.1.	CMS = sustav za upravljanje sadržajem	70.000,00	0,29	
1.3.2.	izrada web stranice, dodatnih jezičnih verzija i mini jezičnih verzija	120.000,00	0,50	
1.3.3.	izrada dodatnih modula i sadržaja (animacije, banneri, foto i video galerija, interaktivni obrasci i dr.)	120.000,00	0,50	
1.3.4.	ostali troškovi izrade (pripremni radovi, testovi, lektoriranje, prijevodi, obuka korisnika...)	70.000,00		
1.3.5.	troškovi održavanja	30.000,00	0,29	
2.	ONLINE / OFFLINE KOMUNIKACIJE	9.132.000,00	38,27	
2.1.	Javni poziv HTZ-a; Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora	2.280.000,00	9,55	
2.1.1.	potpora gospodarskim subjektima / nositeljima smještajne ponude na Kvarneru - udjel TZ Kvarnera	300.000,00	1,26	
2.1.2.	destinacijski programi - potpora gospodarskim subjektima / nositeljima ponude na Kvarneru	260.000,00	1,09	1.720.000,00
2.1.3.	udjel HTZ-a za model 2. Javni poziva za udruženo oglašavanje	1.720.000,00	7,21	
2.2.	potpora posebnim programima destinacije s avio prijevoznicima	4.550.000,00	19,07	
2.2.1.	udjel TZ Kvarnera	800.000,00		
2.2.2.	udružena sredstva (PGŽ, JLS I TZ);	3.750.000,00		3.750.000,00
2.3.	Opće oglašavanje	110.000,00	0,46	85.000,00
2.4.	Odnosi s javnošću i newsletter (u suradnji s PR agencijama)	700.000,00	2,93	
2.4.1.	Velika Britanija i Irska - JB consulting	110.000,00	0,46	50.000,00
2.4.2.	Njemačko govorno područje - ART Redaktions team	350.000,00	1,47	200.000,00
2.4.3.	Slovenija	140.000,00	0,59	
2.4.4.	Hrvatska	100.000,00	0,42	
2.5.	Brošure i ostali promotivni materijali	1.310.000,00	5,49	
2.5.1.	info brošura - Otkrij Kvarner (kalendar događanja)	210.000,00	0,88	
2.5.2.	Kvarner Magazin 2020. - njemačko govorno područje	330.000,00	1,38	
2.5.3.	Kvarner Magazin 2020. - englesko izdanje	95.000,00		
2.5.4.	tisak i dotisak info i promo materijala	435.000,00	1,82	
2.5.4.1.	grafička priprema brošura	80.000,00	0,34	
2.5.4.2.	dotisak brošura	295.000,00	1,24	
2.5.4.2.1.	Kvarner hotels	50.000,00	0,21	
2.5.4.2.2.	Katalog atrakcija Gorskog kotara	60.000,00	0,25	
2.5.4.2.3.	Kamping Kvarner	15.000,00	0,06	
2.5.4.2.4.	Kvarner Diving	20.000,00	0,08	
2.5.4.2.5.	Kvarner Family	25.000,00	0,10	
2.5.4.2.6.	Kvarner Gourmet & Kvarner Food	20.000,00	0,08	
2.5.4.2.7.	Kvarner Outdoor	30.000,00	0,13	
2.5.4.2.8.	Image brošura	30.000,00	0,13	
2.5.4.2.9.	Kvarner Culture	25.000,00	0,10	
2.5.4.2.10.	ostali eventualni troškovi	20.000,00	0,08	
2.4.3.3.	distribucija materijala	60.000,00	0,25	
2.5.5.	suveniri i promo materijali	120.000,00	0,50	
2.5.6.	film(ovi) Kvarnera	120.000,00	0,50	
2.6.	Info punkt na ZL Rijeka	182.000,00	0,76	

RB	RASHODI PO VRSTAMA	PLAN 2019.	udjel 2019.	povrat od turističkih zajednica / gospodarskih subjekata / EU fondova
IV.	DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI	3.302.000,00	13,84	
1.	NASTUPI NA TURISTIČKIM SAJMOVIMA	2.145.000,00	8,99	
1.1.	Sajamski nastupi TZ Kvarnera	2.013.000,00	8,44	
1.1.1.	Stuttgart CMT	597.000,00	2,50	
1.1.1.1.	Stuttgart CMT	467.000,00	1,96	175.000,00
1.1.1.2.	Stuttgart Outdoor	60.000,00	0,25	28.000,00
1.1.1.3.	Stuttgart krstarenja	70.000,00	0,29	33.000,00
1.1.2.	New York	50.000,00	0,21	
1.1.3.	Hamburg Reisen	45.000,00	0,19	
1.1.4.	Essen Reise&Camping	35.000,00	0,15	
1.1.5.	Munchen f.r.e.e.	200.000,00	0,84	82.000,00
1.1.6.	London Triathlon Show	35.000,00	0,15	4.500,00
1.1.7.	Nuernberg Freizeit	55.000,00	0,23	
1.1.8.	Utrecht Fiets&Wandelbeurs	30.000,00	0,13	4.500,00
1.1.9.	Berlin ITB - opći	490.000,00	2,05	175.000,00
1.1.10.	Koln RDA	125.000,00	0,52	110.000,00
1.1.11.	Dusseldorf Caravaning	100.000,00	0,42	17.000,00
1.1.12.	Mechelen, Vlaanderen Wandelt	35.000,00	0,15	4.000,00
1.1.13.	Zagreb, Meetex	30.000,00	0,13	
1.1.14.	Zagreb, CETS	48.000,00	0,20	
1.1.15.	Katowice, Globalnie	35.000,00	0,15	20.000,00
1.1.16.	Rimini TTG	38.000,00	0,16	
1.1.17.	Utrecht, 50+ beurs	35.000,00	0,15	
1.1.18.	ostali troškovi	30.000,00	0,13	
1.2.	Sajamski nastupi, strukovne konferencije i burze u organizaciji ostalih subjekata	132.000,00	0,55	
1.2.1.	Routes Europe - sudjelovanje sa ZL Rijeka na workshopu sa avio-prijevoznicima; Hannover 8-10.4.2019.	32.000,00	0,13	
1.2.2.	Skal - priprema domaćinstva Svjetskog kongresa 2020. godine	100.000,00	0,42	
2.	STUDIJSKA PUTOVANJA NOVINARA	180.000,00	0,75	
3.	STUDIJSKA PUTOVANJA AGENATA I BUY CROATIA RADIONICE	60.000,00	0,25	
4.	PREZENTACIJE	917.000,00	3,84	
4.1.	U organizaciji TZ Kvarnera a u suradnji s Predstavništvom HTZ-a u inozemstvu	842.000,00	3,53	
4.1.1.	Njemačka	95.000,00	0,40	10.000,00
4.1.1.1.	Berlin, International Media Marketplace, dan prije ITB-a	15.000,00	0,06	
4.1.1.2.	prezentacija za novinare/bloggere i/ili agente po prijedlogu i u suradnji s Predstavništvom HTZ-a i/ili PR partnerima	40.000,00	0,17	
4.1.1.3.	Berlin press konferencija i prezentacija	40.000,00	0,17	
4.1.2.	Slovenija	60.000,00	0,25	4.000,00
4.1.2.1.	Kranjska Gora (sklopu Pokala Vitranc)	30.000,00	0,13	
4.1.2.2.	Ljubljana ili Maribor ili Novo Mesto / prezentacija	30.000,00	0,13	
4.1.3.	Italija	130.000,00	0,54	14.000,00
4.1.3.1.	2-3 prezentacije u suradnji s TZ-ovima (Verona, Milano...)	90.000,00	0,38	
4.1.3.2.	Riva del Garda, outdoor	40.000,00	0,17	
4.1.4.	Austrija	130.000,00	0,54	9.000,00
4.1.4.1.	sudjelovanje u promociji projekta „Andy Borg bei Freunden“ (u suradnji s TZG Opatija)	60.000,00	0,25	
4.1.4.2.	po prijedlogu touroperatora i/ili Predstavništva HTZ-a i partnera	30.000,00	0,13	
4.1.4.3.	Beč - Kvarner Gourmet prezentacija	40.000,00		
4.1.5.	Velika Britanija	120.000,00	0,50	15.000,00
4.1.5.1.	London, Queens club	120.000,00	0,50	
4.1.6.	Švicarska	45.000,00	0,19	
4.1.6.1.	po prijedlogu touroperatora i/ili Predstavništva HTZ-a i partnera	45.000,00	0,19	
4.1.7.	Nizozemska i Belgija	30.000,00	0,13	
4.1.7.1.	prezentacija i press konferencija	30.000,00	0,13	
4.1.8.	Skandinavija i Baltik	60.000,00	0,25	
4.1.9.	ostala evropska tržišta, po prijedlogu Predstavništva HTZ-a (Poljska, Slovačka, Mađarska, Češka)	47.000,00	0,20	

RB	RASHODI PO VRSTAMA	PLAN 2019.	udjel 2019.	povrat od turističkih zajednica / gospodarskih subjekata / EU fondova
4.1.10.	Rusija	20.000,00	0,08	
4.1.11.	Srbija	35.000,00	0,15	
4.1.12.	daleka tržišta	70.000,00	0,29	
4.2.	ostale prezentacije	70.000,00	0,29	
4.3.	poslovne radionice u inozemstvu	5.000,00	0,02	
V.	INTERNI MARKETING	200.000,00	0,84	
1.	EDUKACIJA ZA TURISTIČKU INDUSTRIJU	20.000,00	0,08	
2.	AKTIVNOSTI KOORDINACIJE, DJELOVANJA, NADZOR IZVRŠAVANJA CILJEVA I ZADAĆA TURISTIČKIH ZAJEDNICA S PODRUČJA KVARNERA	110.000,00	0,46	
3.	POTICANJE I OCIJENJIVANJE IZVRSNOSTI DESTINACIJA	70.000,00	0,29	
VI.	MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA	2.695.000,00	11,29	
1.	ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA	50.000,00	0,21	
2.	ANKETIRANJE AVIO GOSTIJU NA ZL RIJEKA	65.000,00	0,27	
3.	SURADNJA S MEĐUNARODNIM INSTITUCIJAMA I EU FONDOVIMA	2.455.000,00	10,29	
3.1.	Suradnja s međunarodnim institucijama i EU fondovima (članarine Medcruise, UNWTO, ostali manji troškovi)	37.000,00	0,16	
3.1.1.	Medcruise članarina	15.000,00		
3.1.2.	UNWTO članarina	19.000,00		
3.1.3.	ostalo / razno	3.000,00		
3.2.	Projekti TZ Kvarnera sa EU fondovima	2.418.000,00	10,13	
3.2.1.	Mala barka 2 - traje do 31.3.2019.	308.000,00	1,29	260.000,00
3.2.1.1.	promocija projekta na televiziji i radiju	147.000,00	0,62	
3.2.1.2.	mobilna aplikacija projekta	50.000,00	0,21	
3.2.1.3.	organizacija i prihvata studijskih grupa novinara i agenata	111.000,00	0,47	
3.2.2.	Putevima Frankopana - traje do 1.10.2019.	630.000,00	2,64	535.500,00
3.2.2.1.	usluge konzultanta	70.000,00	0,29	
3.2.2.2.	PR aktivnosti medijskog zastupanja u zemlji i inozemstvu (press konferencije, studijska putovanja, prezentacije)	250.000,00	1,05	
3.2.2.3.	sudjelovanje na poslovnim radionicama kulturnog turizma	30.000,00	0,13	
3.2.2.4.	oglašavanje	130.000,00	0,13	
3.2.2.5.	sajmovi u HR i inozemstvu	150.000,00	0,54	
3.2.3.	ArTVision + (IT platforma za kulturni turizam) - traje do 30.6.2019.	500.000,00	0,63	425.000,00
3.2.3.1.	promocija turističke destinacije - prekogranična kulturna događanja, video produkcija i emitiranje, cijana online oglašavanja, radionice	500.000,00	2,10	
3.2.4.	Claustra + (revitalizacija kasnorimskih ostataka) - traje do 31.1.2020.	180.000,00	2,10	150.000,00
3.2.4.1.	pješačko - biciklističke manifestacije (3)	50.000,00	0,75	
3.2.4.2.	konzorcij projekta (domaćinstvo Kvarnera)	20.000,00	0,21	
3.2.4.3.	prihvata novinara i održavanje prezentacija	95.000,00	0,08	
3.2.4.4.	evaluacija projekta	15.000,00	0,40	
3.2.5.	Arca Adriatica (zaštita, promocija i turistička valorizacija jadranske pomorske baštine- počinje) 1.1.2019.	800.000,00	0,06	680.000,00
3.2.5.1.	markacija pomorske baštine, manifestacije, promo materijali, izrada i provedba marketing plana projekta	800.000,00	3,35	
4.	PRODUKCIJA MULTIMEDIJALNIH MATERIJALA	120.000,00	0,50	
5.	E-VISITOR	5.000,00	0,02	
VII.	POSEBNI PROGRAMI	220.000,00	0,92	
1.	POTICANJE I POMAGANJE PODRUČJIMA KOJI NISU TURISTIČKI RAZVIJENI	220.000,00	0,92	
VIII.	RAZNO	50.000,00	0,21	
1.	MONITORING SPRT KVARNERA 2016. - 2020. - početak novog SPRT	50.000,00	0,21	
I+II+III+IV+V+VI+VII+VIII	SVEUKUPNO RASHODI	23.864.000,00	100,00	10.385.500,00