



KVARNER
Raznolikost je lijepa

**PROGRAM RADA S
FINANCIJSKIM PLANOM
TZ KVARNERA
ZA 2020. GODINU**

Opatija, listopad 2019.

SADRŽAJ

SADRŽAJ	I
UVOD	5
I. REZULTATI FIZIČKOG TURISTIČKOG PROMETA U RAZDOBLJU SIJEČANJ-RUJAN 2019. GODINE	6
II. CILJEVI POSLOVANJA TZ KVARNERA U 2020. GODINI	15
Ciljna geografska tržišta Kvarnera.....	15
Ciljni potrošački segmenti	15
Prioritetni turistički proizvodi	16
1. STRATEŠKO PLANIRANJE I RAZVOJ.....	17
1.1. IZRADA STRATEŠKIH DOKUMENATA ZA RAZVOJ TURIZMA	17
1.1.1. Monitoring „Strateškog plana razvoja turizma Kvarnera sa strateškim i operativnim marketing planom 2016. - 2020. godine“	17
1.1.2. Sporazum o suradnji na kreiranju, razvoju i promociji turističkog brenda regije „Gorski kotar“	17
1.2. STRATEŠKI MARKETING PLAN ZA REGIJE SUKLADNO STRATEŠKOM MARKETINŠKOM PLANU HRVATSKOG TURIZMA	18
1.2.1. Akcijski / operativni plan za razvoj gastronomije na području Kvarnera ..	18
1.2.2. Akcijski / operativni plan razvoja kulturnog turizma na području Kvarnera	18
1.3. PROVOĐENJE STRATEŠKIH MARKETINŠKIH PROJEKATA HTZ-A	19
1.3.1. Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine	19
1.4. PROCESI ZAKONODAVSTVA, PROSTORNOG PLANIRANJA I UPRAVLJANJA NA RAZINI ŽUPANIJE / REGIJE	20
1.5. KOORDINACIJA I KOMUNIKACIJA S DIONICIMA PRIVATNOG I JAVNOG SEKTORA ŽUPANIJE / REGIJE	20
1.6. SURADNJA S DRUGIM ŽUPANIJAMA / REGIJAMA I TZ-IMA RADI RAZVOJA PONUDE	20
1.7. EU PROJEKTI - PROVEDBA POSTOJEĆIH I KANDIDIRANJE	20
1.7.1. Arca Adriatica (traje do 30.06.2021.)	21
1.7.2. Claustra + (traje do 31.01.2020.)	22

1.7.3. Putovima Frankopana (traje do 01.02.2021.)	24
1.7.4. Suradnja s međunarodnim institucijama i EU fondovima	25
1.8. POKRETANJE I UPRAVLJANJE INICIJATIVAMA RAZVOJA I UNAPRJEĐENJA KLJUČNIH TURISTIČKIH PROIZVODA ŽUPANIJE / REGIJE.....	25
2. UPRAVLJANJE SUSTAVOM TURIZMA.....	27
2.1. UPRAVLJANJE KVALITETOM – UTVRĐIVANJE NORMI, KRITERIJA I OZNAKA KVALITETE TURISTIČKIH PROIZVODA NA NIVOU ŽUPANIJE / REGIJE	27
2.1.1. DMO - organizacija i upravljanje destinacijom	27
2.1.1.1. Kvarner Family - razvoj i brendiranje obiteljskog smještaja	27
2.1.1.2. Kvarner Gourmet i Kvarner Food – razvoj i brendiranje gastronomije	28
2.1.1.3. Kvarner Outdoor - razvoj i brendiranje aktivnog odmora	30
2.1.1.4. Kvarner Health and Wellbeing - razvoj i brendiranje zdravstvenog turizma	31
2.1.1.5. Kvarner Culture - razvoj i brendiranje kulturne ponude	32
2.1.1.6. Brendiranje Kvarnera / Green Destination.....	33
2.1.1.7. Razvoj cruising-a.....	34
2.2. UPRAVLJANJE JAVNOM TURISTIČKOM INFRASTRUKTUROM.....	34
2.3. POTPORE MANIFESTACIJAMA I PROJEKTIMA	35
2.3.1. Potpore manifestacijama i projektima sredstva HTZ-a	35
2.3.2. Potpore manifestacijama i projektima; Javni poziv TZ Kvarnera.....	35
2.3.3. Poticanje i pomaganje razvoja turizma na području koja nisu turistički razvijena	35
2.3.4. Ostala manja sufinanciranja.....	36
2.4. EDUKACIJA ZA TURISTIČKU INDUSTRIJU	36
2.4.1. Edukacija za turističku industriju	36
2.5. NADZOR I KOORDINACIJA LOKALNIH TURISTIČKIH ZAJEDNICA.....	37
2.5.1. Koordinacija direktora TZ-a i aktivnosti djelovanja TZ Kvarnera u sustavu TZ-a.....	37
2.5.2. Aktivnosti koordinacije s predstavnicima gospodarskih subjekata	37
2.5.3. Koordinacije s ostalim subjektima (MINT, HTZ, PGŽ, PU PGŽ...)	38
2.5.4. Kvarnerski dan turizma.....	38
3. INFORMACIJE I ISTRAŽIVANJA.....	39

3.1. ANALIZA TURISTIČKE STATISTIKE ŽUPANIJE / REGIJE	39
3.1.1. Analitika statističkih podataka	39
3.2. UPRAVLJANJE SUSTAVOM EVISITOR I OSTALIM TURISTIČKIM INFORMACIJSKIM SUSTAVIMA.....	39
3.2.1. Turistički informacijski sustav za prijavu i odjavu turista - eVisitor (HTZ)	39
3.3. PROVOĐENJE ISTRAŽIVANJA O ZADOVOLJSTVU POSJETITELJA I DRUGA TRŽIŠNA ISTRAŽIVANJA	40
3.3.1. Istraživanje tržišta u suradnji s raznim partnerima (Tomas istraživanje i sl.).....	40
3.3.2. Anketiranje avio gostiju na zračnoj luci Rijeka	40
3.4. SUSTAV POSLOVNE INTELIGENCIJE.....	41
4. MARKETING.....	42
4.1. ODNOSI S JAVNOŠĆU	42
4.1.1. Njemačko govorno područje	42
4.1.2. Velika Britanija	42
4.1.4. Hrvatska.....	43
4.1.5. Ostale aktivnosti odnosa s javnošću / razne press konferencije.....	43
4.1.6. Newsletter / priopćenja za HR tržište namijenjeno poslovnom okruženju	43
4.2. WEB STRANICE I DRUŠTVENE MREŽE	44
4.2.1. Održavanje web portala.....	44
4.2.2. Facebook / Instagram Kvarner	44
4.3. TURISTIČKI PROMOTIVNI MATERIJALI LOKALNIH TURISTIČKIH ZAJEDNICA ...	45
4.3.1. Info i promo materijali lokalnih TZ-a	45
4.4. USPOSTAVLJANJE MARKETINŠKE INFRASTRUKTURE TEMELJENE NA INFORMATIČKIM TEHNOLOGIJAMA.....	45
4.4.1. Digitalna turistička destinacijska platforma / projekt „PGŽ - pametna regija" u suradnji s razvojnom agencijom Primorsko-goranske županije.....	45
4.4.2. Otkup fotografija	46
4.5. AKTIVNOSTI STRATEŠKOG I OPERATIVNOG MARKETING PLANA	46
4.5.1. Internet oglašavanje.....	46
4.5.2. Sajamski nastupi	47
4.5.3. Presentacije u organizaciji TZ Kvarnera	50

4.5.4. SKÅL kongres, 15.-20.10.2020.	52
4.5.5. Rijeka - EPK, 2020.....	52
4.5.6. Predsjedavanje HR EU.....	53
4.5.7. Studijska putovanja.....	53
4.5.7.1. Studijska putovanja novinara	53
4.5.7.2. Studijska putovanja agenata i "Buy Croatia" radionice	54
4.5.7.3. Prihvat snimanja reality show emisija	54
4.5.8. Brošure i ostali promotivni materijali.....	55
4.5.8.1. Info brošura - kalendar događanja.....	55
4.5.8.2. Kvarner Magazin 2020.	55
4.5.8.3. Info i promo materijali	56
4.5.8.3.1. Tisak i dotisak brošura	56
4.5.8.3.2. Grafičke pripreme brošura	56
4.5.8.3.3. Ostali promotivni materijal	56
4.5.8.3.4. Video materijal.....	57
4.5.9. www.kvarner.hr - redesign WEB portala	57
4.6. KOORDINACIJA I PROVEDBA UDRUŽENOG OGLAŠAVANJA NA REGIONALNOJ RAZINI	58
4.6.1. Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora	58
4.6.2. Oglašavanje s avio prijevoznicima	58
4.7. DJELOVANJE TURISTIČKE ZAJEDNICE I TURISTIČKOG UREDA TZ KVARNERA SA INFO PUNKTOVIMA TZ KVARNERA	59
4.7.1. Turistički ured TZ Kvarnera.....	59
4.7.2. Tijela TZ kvarnera	62
4.7.3. Info punktovi: Kvarner Info i info punkt na ZL Rijeka	62
4.7.3.1. Kvarner info – Vrata Jadrana	62
4.7.3.2. Info punkt na ZL Rijeka	63
4.8. NENAMJENSKA / NERASPOREĐENA SREDSTVA	63
FINANCIJSKI PLAN TZ KVARNERA ZA 2020. GODINU.....	64

UVOD

Osnovne odrednice Programa rada s financijskim planom TZ Kvarnera za 2020. 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 baza su temeljem koje je izrađen Prijedlog programa rada s financijskim planom TZ Kvarnera za 2020. godinu.

Iako na Kvarneru možemo govoriti o turističkoj godini, a ne o turističkoj sezoni, statistički promatramo turistički promet po razdobljima, kako bismo imali analizu kao podlogu za daljnje mjere i aktivnosti, a ona pokazuje da ostvareni promet noćenja na Kvarneru u predsezoni i posezoni raste.

TZ Kvarnera usmjerava i razvija ponudu na Kvarneru sukladno svjetskim kretanjima i trendovima u turizmu - a ta kretanja danas idu u smjeru kvalitete. To pokazuje i ovogodišnja analiza potražnje za smještajnim kapacitetima. Kapaciteti više kategorije prvi se pune, postižu bolje cijene i duže su popunjeni, posebice u kategoriji 4 ili 5*, a samim time potrošnja i prihodi se povećavaju. U protekle 3 godine, hoteli s 5* ostvarili su 25% više noćenja, kampovi s 5* 59% više noćenja, a obiteljski smještaj s 5* čak 156% više noćenja. Ukupno gledano, od 2010.-te godine Kvarner sustavno raste, i to čak za 45% noćenja više u 2019. godini. No, posebno je važno da je, primjerice, u predsezoni 2019.-te godine ostvareno gotovo 90% više noćenja nego u istom razdoblje 2010. godine.

U posezoni 2019.-te slijede očekivani pozitivni rezultati, a većina smještajnih kapaciteta ostaje otvorena. U 2020.-toj godini očekuje se nastavak pozitivnog trend turističkih kretanja.

Turizam na Kvarneru u 2020. godini će biti obilježen razvojem selektivnih oblika turizma, pa tako i strateškim manifestacijama u selektivnim oblicima turističke ponude, koje značajno doprinose image-u regije kao destinacije outdoor sportskih aktivnosti, ili pak gastronomije i kulture. Također, 2020.-tu godinu će obilježiti domaćinstvo Svjetskom SKÅL kongresu, 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 tako 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.

I. REZULTATI FIZIČKOG TURISTIČKOG PROMETA U RAZDOBLJU SIJEČANJ- RUJAN 2019. GODINE

Planom TZ Kvarnera za 2019. godinu bilo je predviđeno ostvarenje fizičkog turističkog prometa na razini ostvarenja 2018. godine (KOMERCIJALNI SMJEŠTAJ):

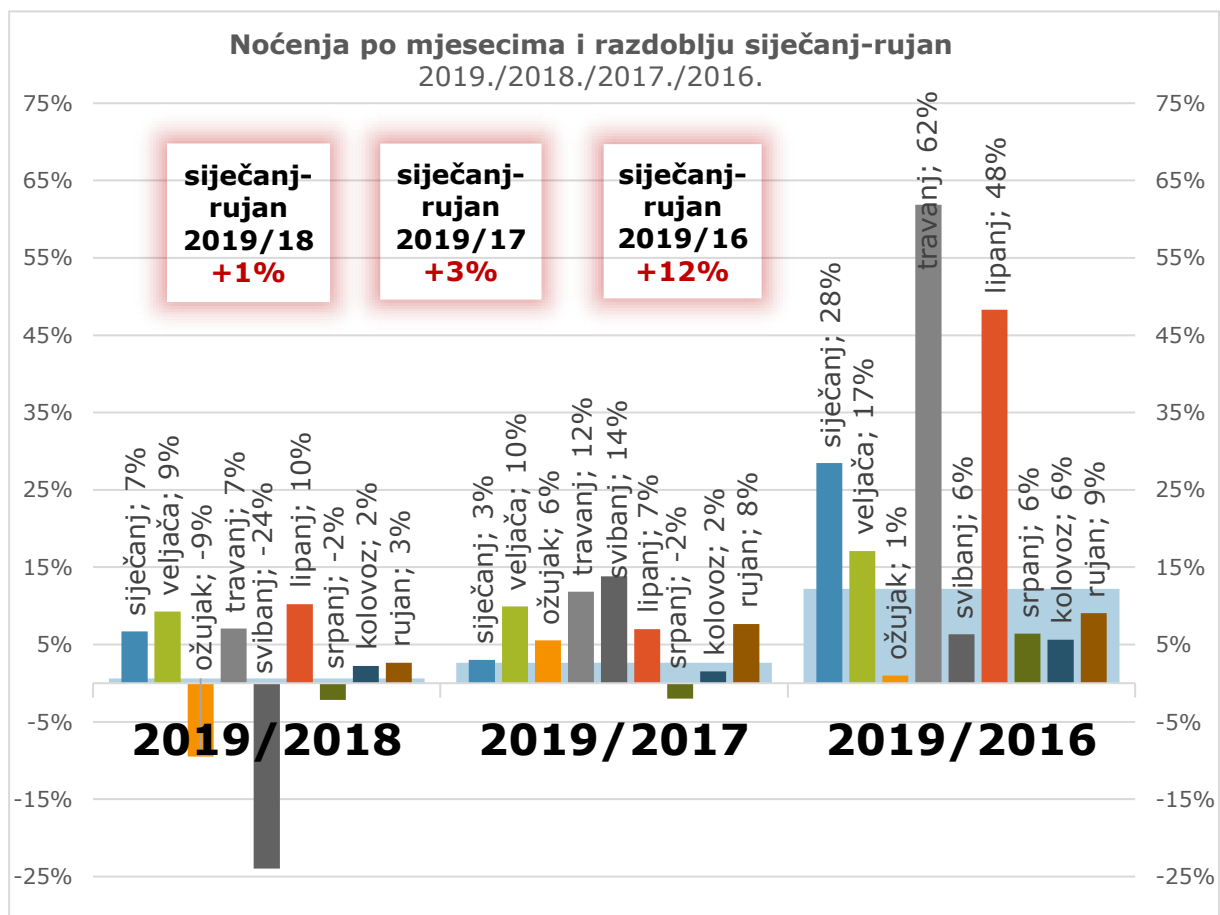
- 2,9 milijuna dolazaka
- 15,4 milijuna noćenja.

U razdoblju siječanj-rujan 2019. godine prema podacima dobivenim iz informacijskog sustava eVisitor (ažurnost podataka: 14.10.2019.) na području Kvarnera je zabilježeno **2,9 milijuna dolazaka i 18,3 milijuna noćenja**. **Domaći turisti** ostvarili su 340.000 dolazaka te 2,8 milijuna noćenja (15% ukupnih noćenja), dok su **strani turisti** ostvarili 2,5 milijuna dolazaka te 15,5 milijuna noćenja (85% ukupnih noćenja).

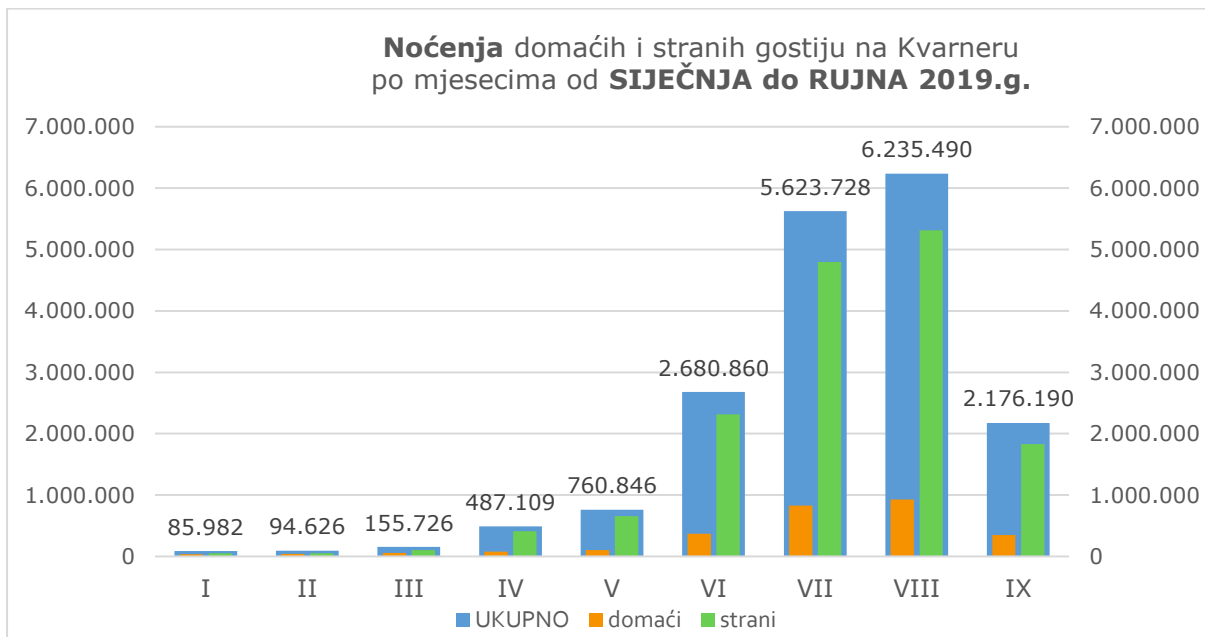
Uspoređujući razdoblje **siječanj-rujan 2019. godine s istim razdobljem 2018. godine** zabilježeno je **2% više dolazaka i 1% više noćenja** što u apsolutnim brojkama znači **50.000 više dolazaka i 120.000 više noćenja**.

U odnosu na **isto razdoblje 2017. godine porast** u dolascima iznosi **6%**, a u noćenjima **3%**; dok je u odnosu na **siječanj-rujan 2016. godine 15% više dolazaka i 12% više noćenja**.

U protekle 3 godine, **hoteli s 5*** ostvarili su **25% više noćenja**, **kampovi s 5* 59% više noćenja**, a **obiteljski smještaj s 5*** čak **156% više noćenja**.



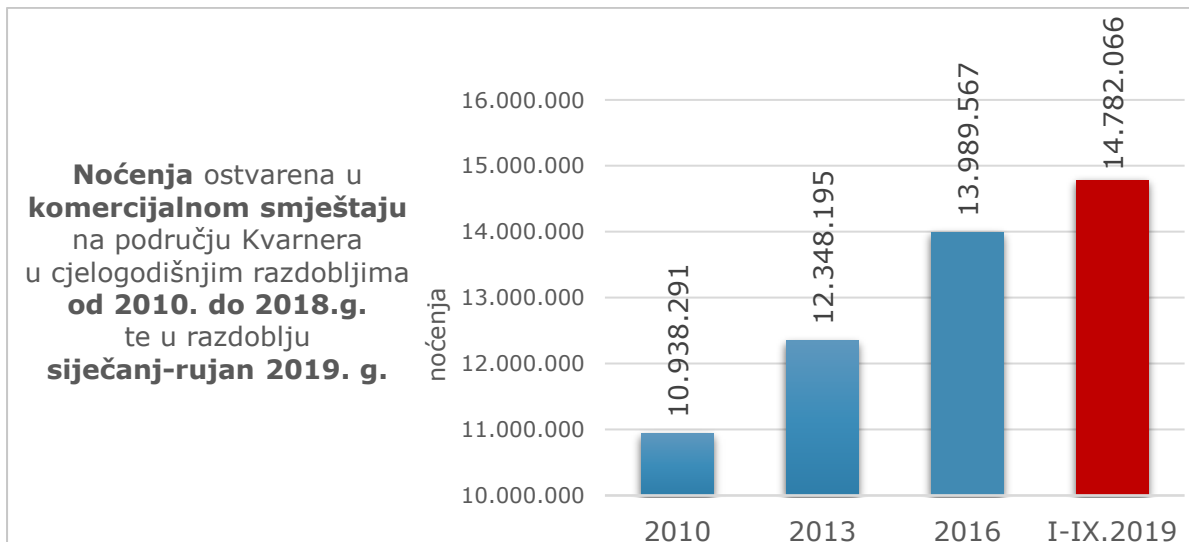
	I-IX 2019.			INDEKS					
	dolasci	noćenja	% noćenja	I-IX 2019./ I-IX 2018.		I-IX 2019./ I-IX 2017.		I-IX 2019./ I-IX 2016.	
				dolasci	noćenja	dolasci	noćenja	dolasci	noćenja
strani	2.540.838	15.522.101	85	101	100	105	103	114	113
domaći	341.276	2.778.456	15	107	105	111	103	120	111
KVARNER	2.882.114	18.300.557	100	102	101	106	103	115	112



Izvor: eVisitor, stanje na dan 14.10.2019.

U prvih 9 mjeseci 2019. godine u komercijalnom smještaju je ostvareno:

- 1,4 milijuna noćenja više nego tijekom cijele 2016. godine.
- 2,5 milijuna noćenja više nego tijekom cijele 2013. godine.
- 3,8 milijuna noćenja više nego tijekom cijele 2010. godine.

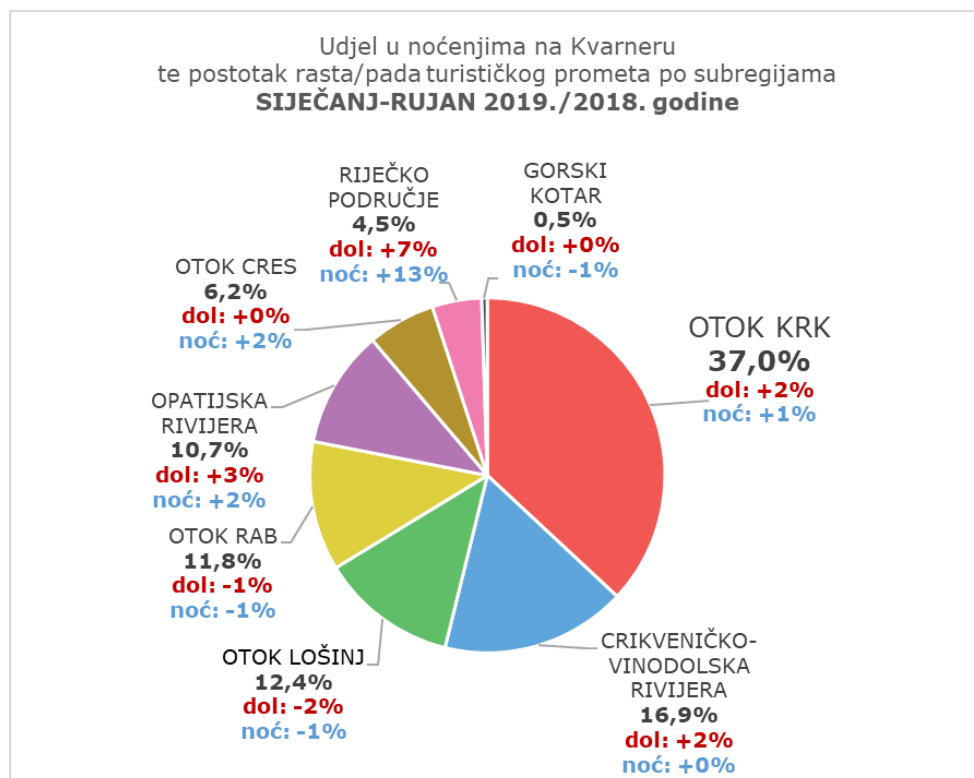


Izvor: DZS: 2010. – 2018.; eVisitor, od 01.01.2019., stanje na dan 14.10.2019.

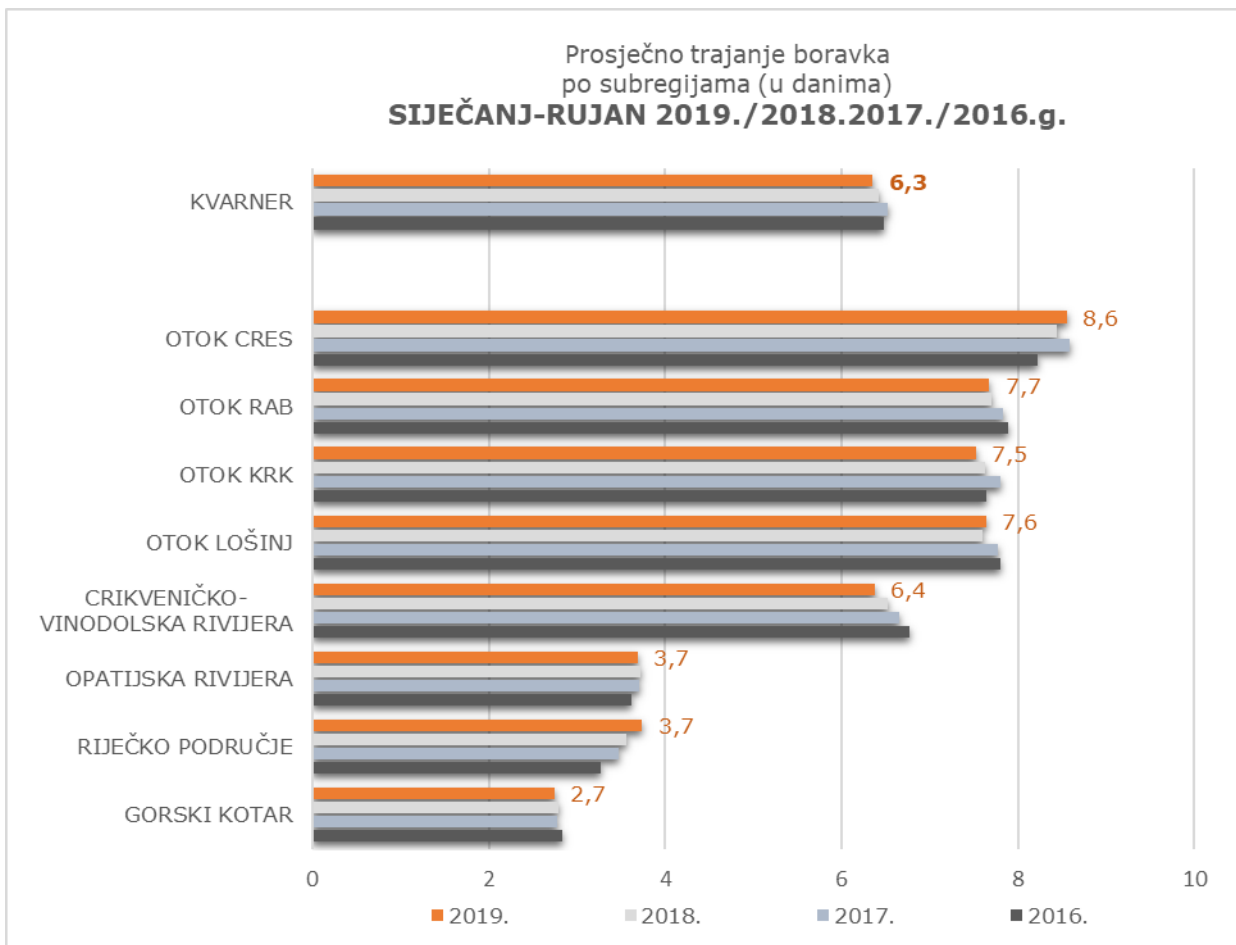
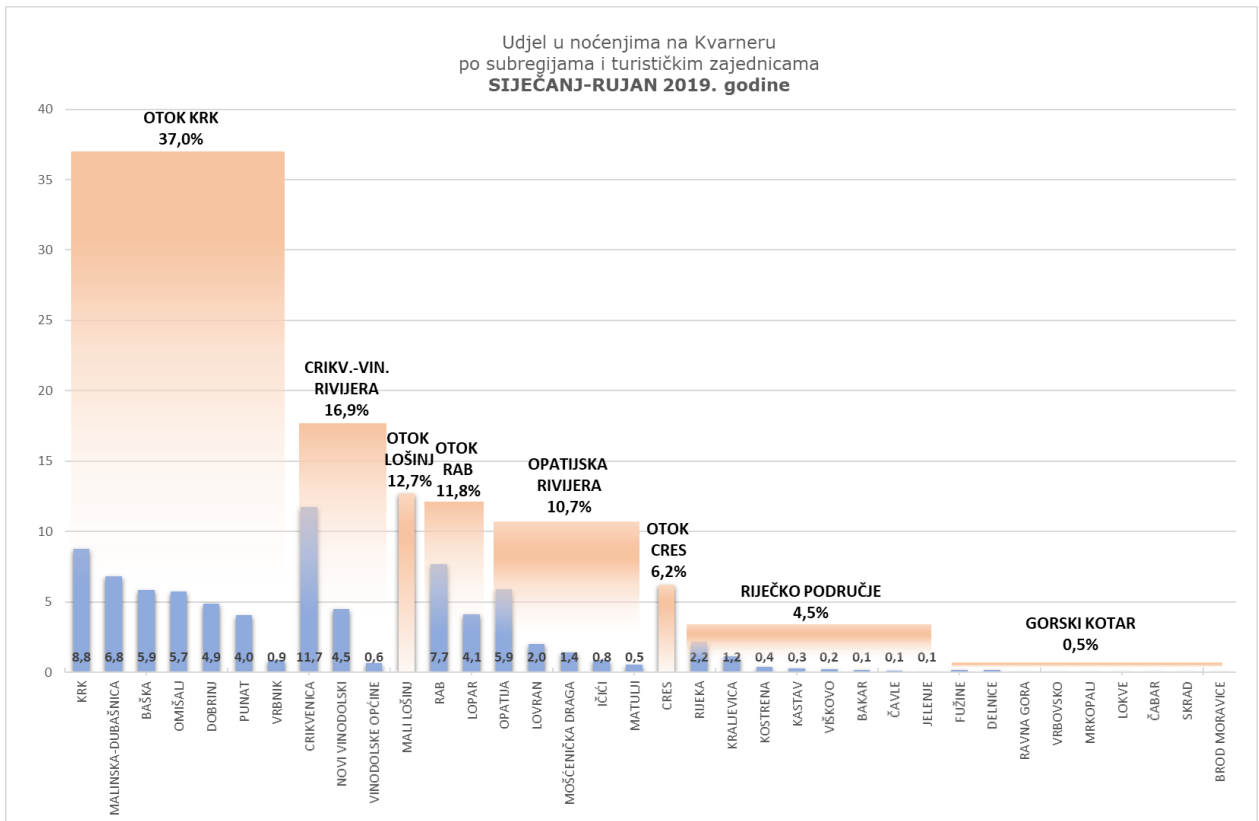
Po subregijama:

- otok Krk je ostvario najveći broj noćenja: 6,7 milijuna (porast od 1%), što iznosi 37% ukupnog udjela u županijskim noćenjima Kvarnera
- Crikveničko-vinodolska rivijera: 3.1 milijuna noćenja (na razini 2018.), udjel 16,9%
- otok Lošinj: 2,3 milijuna noćenja (pad od 1%), udjel 12,4%
- otok Rab: 2,2 milijuna noćenja (pad od 1%), udjel 11,8%
- Opatijska rivijera: 2 milijuna noćenja (porast od 2%), udjel 10,7%
- otok Cres: 1,1 milijuna noćenja (porast od 2%), udjel od 6,2%
- Riječko područje: 825.000 noćenja (porast od 13%), udjel 4,5%
- te Gorski kotar s 93.000 noćenja (pad od 1%) i udjelom od 0,50% u županijskim noćenjima u razdoblju siječanj-rujan 2019. godine

SUBREGIJA	SIJEČANJ-RUJAN 2019.					
	DOLASCI			NOĆENJA		
	dolasci	UDJEL dolazaka	INDEKS dolazaka (Ix 19/18)	noćenja	UDJEL noćenja	INDEKS noćenja (Ix 19/18)
OTOK KRK	899.019	31,2%	102	6.762.362	37,0%	101
CRIKVENIČKO-VINODOLSKA	484.925	16,8%	102	3.090.262	16,9%	100
OTOK LOŠINJ	297.898	10,3%	98	2.277.454	12,4%	99
OTOK RAB	281.037	9,8%	99	2.157.541	11,8%	99
OPATIJSKA RIVIJERA	532.056	18,5%	103	1.960.865	10,7%	102
OTOK CRES	132.600	4,6%	100	1.134.216	6,2%	102
RIJEČKO PODRUČJE	220.485	7,7%	107	824.359	4,5%	113
GORSKI KOTAR	34.094	1,2%	100	93.498	0,5%	99
KVARNER	2.882.114	100%	102	18.300.557	100%	101



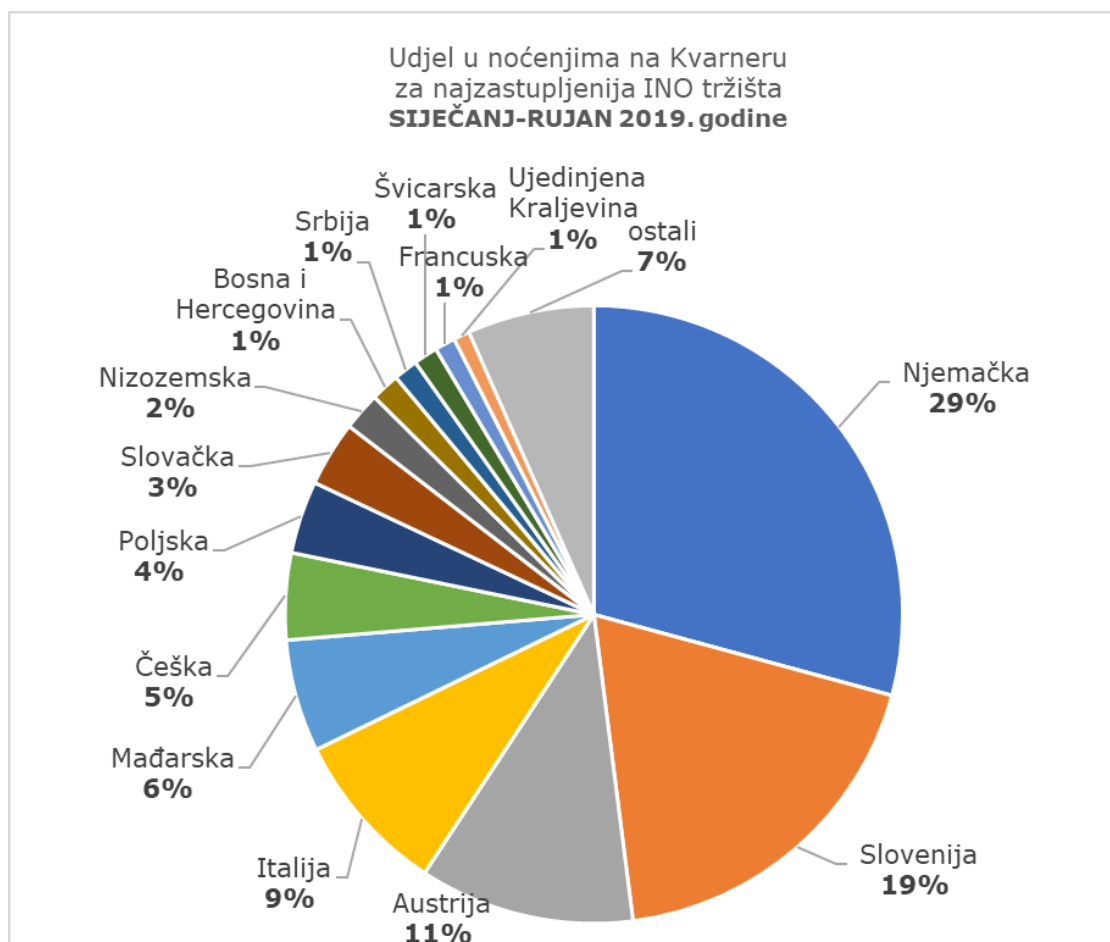
Izvor: eVisitor, stanje na dan 14.10.2019.



Izvor: eVisitor, stanje na dan 14.10.2019.

Po tržištima: Najveći broj inozemnih noćenja na Kvarneru u razdoblju siječanj-rujan 2019. godine ostvarili su gosti iz Njemačke što prikazano u udjelima iznosi 29% (3% manje), Slovenije 19% (2% više), Austrije 11% (2% više), Italije 8% (1% više), Mađarske 6% (4% više), Češke 4% (4% manje), Poljske 4% (6% manje), Slovačke 3% (2% više), Nizozemske 2% (4% manje) te Bosne i Hercegovine 1% (3% više).

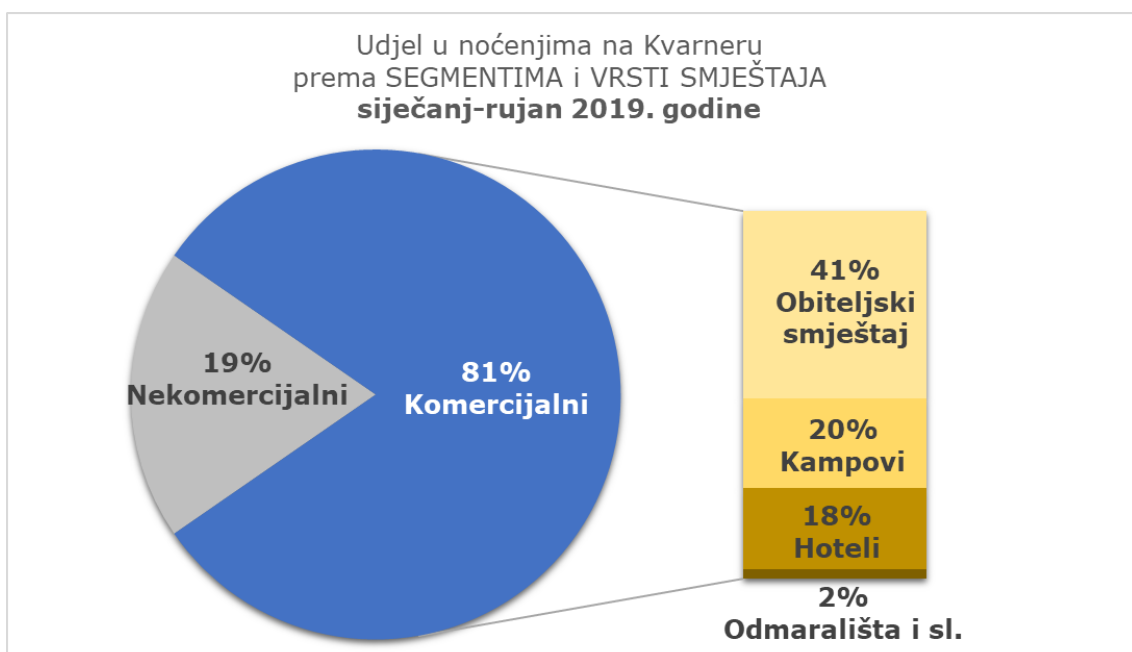
SIJEČANJ-RUJAN 2019./2018./2017./2016.									
	Indeks						Turistički promet		
	2019./2018.		2019./2017.		2019./2016.		2019.		udjel u INO noćenjima
	dolasci	noćenja	dolasci	noćenja	dolasci	noćenja	dolasci	noćenja	
1. Njemačka	-1%	-3%	+3%	+0%	+17%	+13%	600.000	4.485.000	29%
2. Slovenija	+1%	+2%	+5%	+6%	+2%	+11%	350.000	2.880.000	19%
3. Austrija	+2%	+2%	+6%	+4%	+15%	+12%	325.000	1.730.000	11%
4. Italija	+0%	+1%	+1%	+0%	+2%	+1%	255.000	1.315.000	8%
5. Mađarska	+5%	+4%	+15%	+12%	+31%	+26%	190.000	900.000	6%
6. Češka	-5%	-4%	+1%	-1%	+8%	+5%	105.000	670.000	4%
Ukupni udjel (INO gosti)									77%
Domaći gosti	+7%	+5%	+11%	+3%	+20%	+11%	340.000	2.780.000	

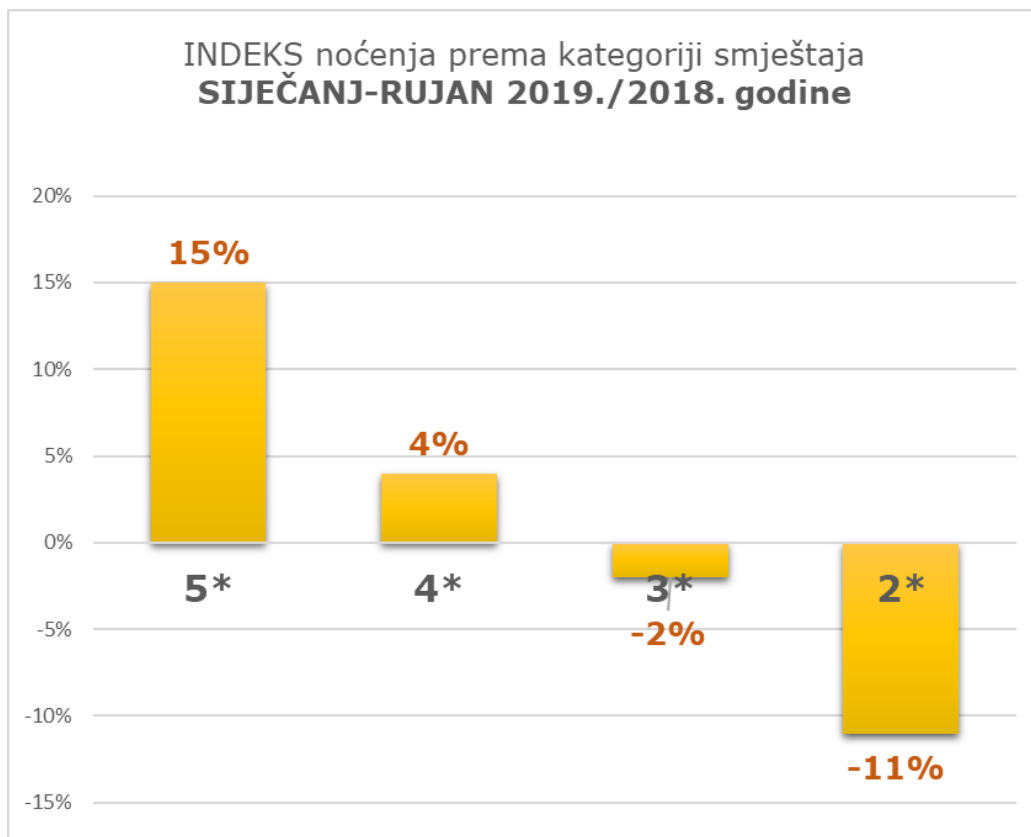
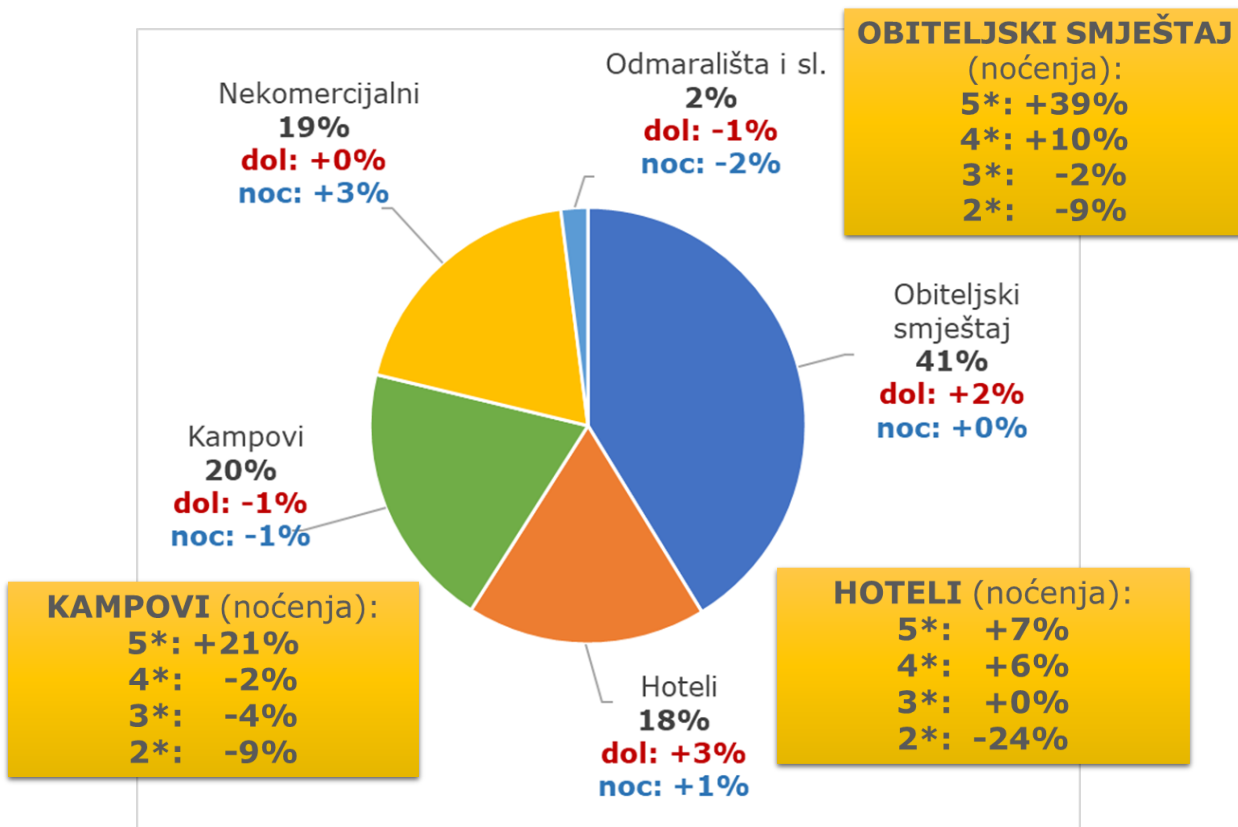


Po smještajnim kapacitetima: 19% noćenja je ostvareno u nekomercijalnom, a 81% u komercijalnom smještaju unutar kojeg je najviše noćenja (7,55 milijuna) ostvareno u privatnom smještaju (apartmani, sobe za iznajmljivanje, studio-apartmani, kuće za odmor, objekti u domaćinstvima i u seljačkim domaćinstvima), u kampovima je ostvareno 3,62 milijuna noćenja (kampovi, kampirališta, kamp-odmorišta, organizirana kampiranja), u hotelima 3,25 milijuna noćenja (aparthoteli, hoteli, hoteli baštine, pansioni, turistički apartmani i turistička naselja) te u odmaralištima i sličnom smještaju 366.000 noćenja (hosteli, odmarališta za djecu, lovački domovi, planinarski domovi, prenoćišta i gostionice). Najbolja popunjenost ostvaruje se u najvišoj kategoriji smještaja, bilo da se promatra općenito ili za svaku vrstu smještaja zasebno. Obiteljski smještaj s 5* od siječnja do rujna bilježi porast od 39%, kampovi najviše kategorije su u prvih 9 mjeseci ostvarili porast od +21%, dok su hoteli s 5* u prvih 9 mjeseci imali 7% više noćenja.

Neovisno o vrsti smještaja, objekti s 5* ostvarili su 15% više noćenja, a oni s 4* 4% više. Manje noćenja su ostvarili objekti s 3* (2% manje) i 2* (11% manje).

SEGMENT/VRSTA SMJEŠTAJA	siječanj-rujan 2019		
	dolasci	noćenja	UDJEL noćenja
KOMERCIJALNI SMJEŠTAJ	2.760.799	14.782.066	81%
Obiteljski smještaj	1.212.106	7.549.682	41%
Hoteli	869.255	3.248.947	18%
Kampovi	580.986	3.617.327	20%
Odmarališta i sl.	98.452	366.110	2%
NEKOMERCIJALNI SMJEŠTAJ	121.315	3.518.491	19%
UKUPNO	2.882.114	18.300.557	100%



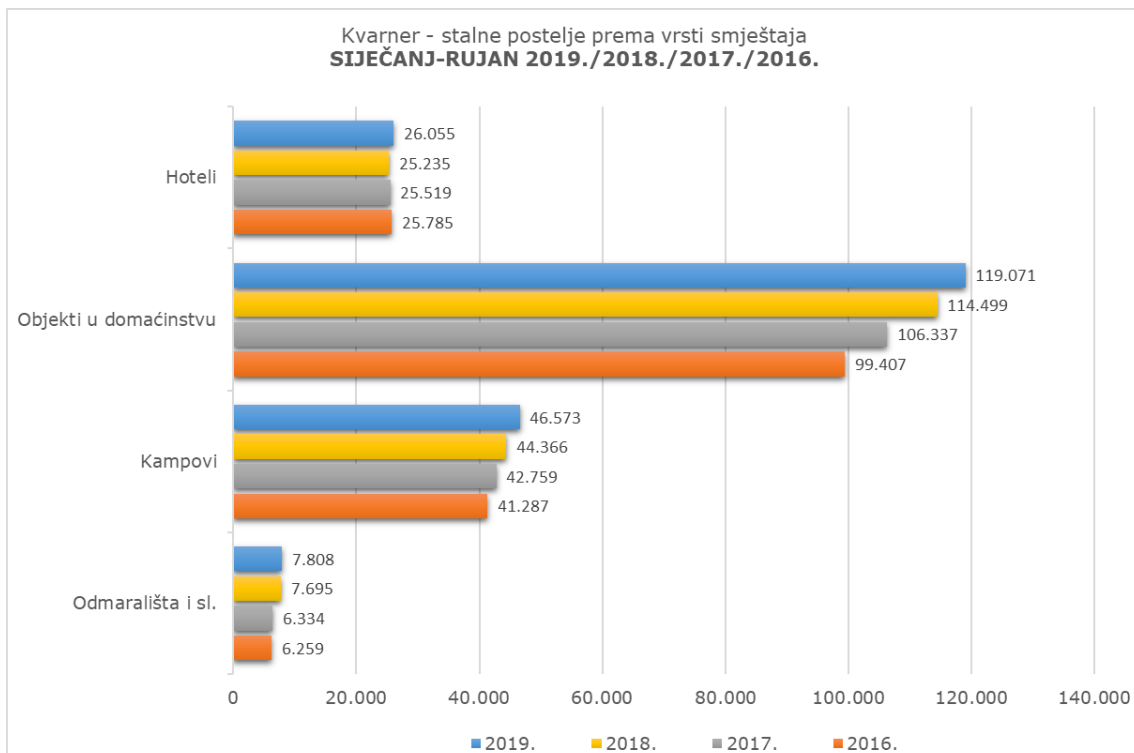
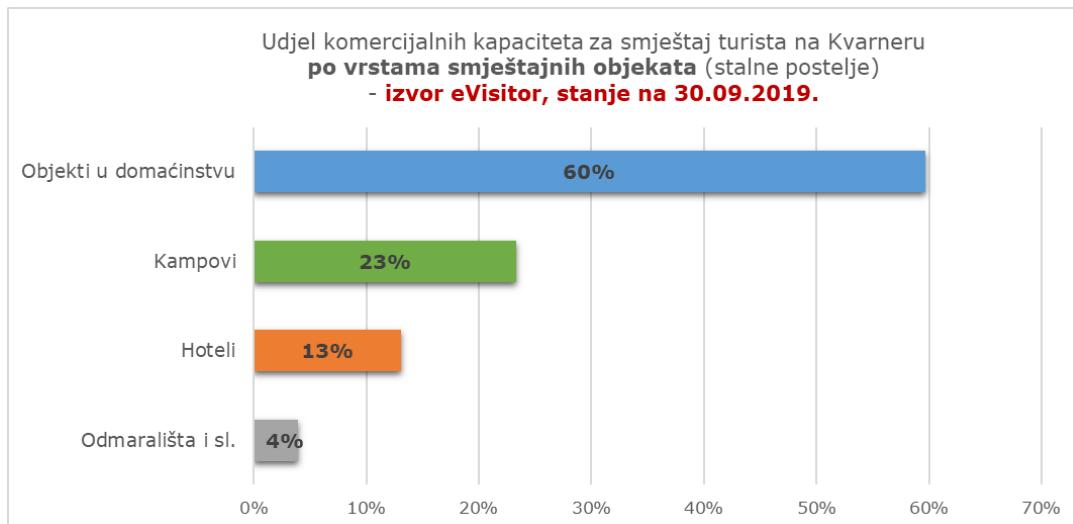


Izvor: eVisitor, stanje na dan 14.10.2019.

Kapaciteti za smještaj turista na Kvarneru - izvor eVisitor

Kapaciteti za smještaj turista na Kvarneru po vrstama smještajnih objekata - usporedba stanje na dan 30.09.2019. - 2016.

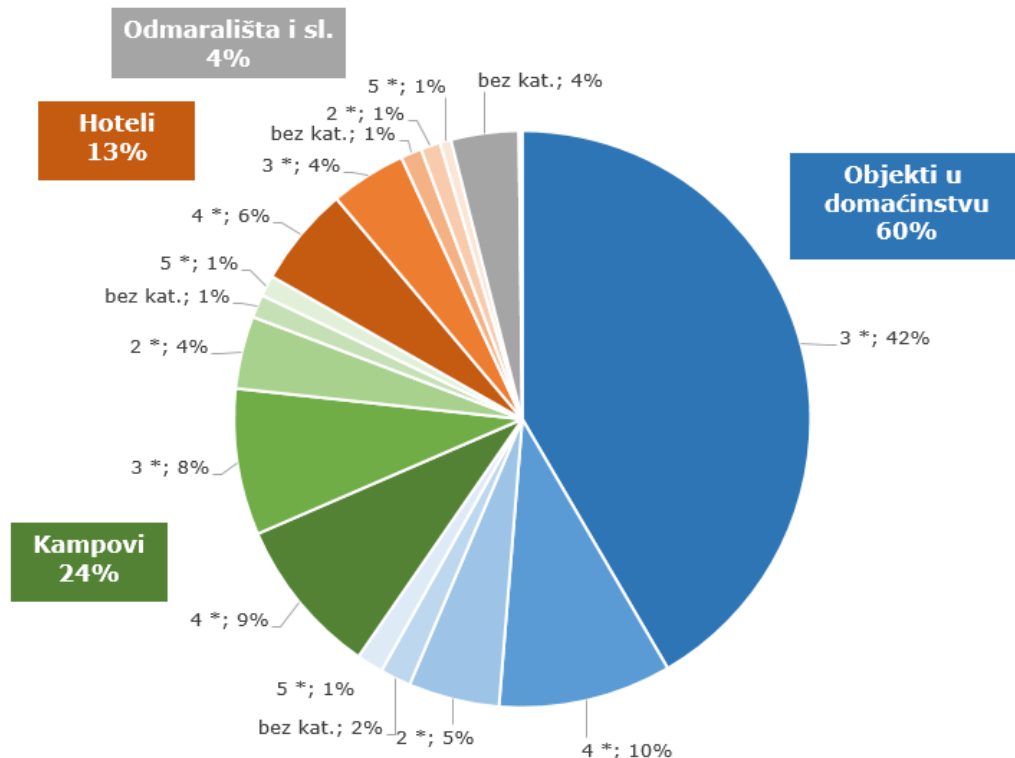
Vrsta smještaja	STALNE postelje			
	2019.	2018.	2017.	2016.
Odmarališta i sl.	7.808	7.695	6.334	6.259
Kampovi	46.573	44.366	42.759	41.287
Objekti u domaćinstvu	119.071	114.499	106.337	99.407
Hoteli	26.055	25.235	25.519	25.785
Kvarner	199.507	191.795	182.151	174.274



Vrsta / kategorija	Broj kreveta	% u vrsti	% u cjelokupnom smještaju
Objekti u domaćinstvu	116.673		60%
5 *	2.932	3%	1%
4 *	19.001	16%	10%
3 *	81.373	70%	42%
2 *	9.979	9%	5%
bez kat.	3.388	3%	2%
Kampovi	46.218		23%
5 *	2.296	5%	1%
4 *	17.365	38%	9%
3 *	16.062	35%	8%
2 *	7.964	17%	4%
bez kat.	2.531	5%	1%
Hoteli	24.996		13%
5 *	1.218	5%	1%
4 *	10.974	44%	6%
3 *	8.331	33%	4%
2 *	2.171	9%	1%
bez kat.	2.302	9%	1%
Odmarališta i sl.	7.795		4%
3 *	264	3%	0%
2 *	111	1%	0%
bez kat.	7.420	95%	4%
SVEUKUPNO	195.682		

Smještajni kapaciteti po vrsti i kategoriji smještaja

stalni kreveti, eVisitor - stanje na dan 30.9.2019.



*izostavljeni su objekti s oznakom kvalitete standard, komfor i 2, 3 i 4 sunca (3.800 kreveta, 2%)

II. CILJEVI POSLOVANJA TZ KVARNERA U 2020. GODINI

Plan ostvarenja fizičkog turističkog prometa u 2020. godini je očekivano ostvarenje 2019. godine. Aktivnosti Programa rada za 2020. 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. godine 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	Benelux 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

1. STRATEŠKO PLANIRANJE I RAZVOJ

1.1. IZRADA STRATEŠKIH DOKUMENATA ZA RAZVOJ TURIZMA

1.1.1. MONITORING „STRATEŠKOG PLANA RAZVOJA TURIZMA KVARNERA SA STRATEŠKIM I OPERATIVNIM MARKETING PLANOM 2016. - 2020. GODINE“

Strateški plan razvoja turizma Kvarnera sa strateškim i operativnim marketing planom donesen je i usvojen za razdoblje od 2016. do konca 2020. godine, te će se tijekom 2020. godine vršiti daljnja implementacija i monitoring.

Budžet	80.000 kn
Nositelj	PGŽ, Turistički ured TZ Kvarnera, JLS i TZ-članice
Rok izvršenja	Kontinuirano

1.1.2. SPORAZUM O SURADNJI NA KREIRANJU, RAZVOJU I PROMOCIJI TURISTIČKOG BRENDA REGIJE „GORSKI KOTAR“

Tijekom 2019. godine pristupilo se izradi Strategije razvoja i promocija turističkog brenda regije „Gorski kotar“ čije se usvajanje očekuje početkom 2020. godine. Uslijedit će aktivnosti koje će proizaći iz dokumenta.

Budžet	15.000 kn
Nositelj	PGŽ, Turistički ured TZ Kvarnera, JLS i TZ-članice s područja Gorskog kotara
Rok izvršenja	Kontinuirano

1.2. STRATEŠKI MARKETING PLAN ZA REGIJE SUKLADNO STRATEŠKOM MARKETINŠKOM PLANU HRVATSKOG TURIZMA

1.2.1. AKCIJSKI / OPERATIVNI PLAN ZA RAZVOJ GASTRONOMIJE NA PODRUČJU KVARNERA

TZ Kvarnera će u 2020. godini pristupiti izradi akcijskog / operativnog plana za razvoj gastronomije u cilju što boljeg pozicioniranja Kvarnera kao destinacije gastronomije.

Plan će dati prijedloge za, kako prilagodbu svjetskim trendovima u gastronomiji, tako i potrebama i inicijativama sve većeg broja poduzetničkih aktivnosti, koje sve doprinose image-u Kvarnera kao regije s iznimno bogatom gastronomskom scenom. To uključuje filozofiju „od polja do stola“ u smislu promicanja autohtonih namirnica i kreativne gastronomije s uključenim komponentama društvene potrebe za interakcijom kroz hranu kao ogledalo povijesti i sadašnjosti. Također, plan će donijeti mjere za umrežavanje gastronomije sa segmentima turističke ponude na Kvarneru, za kontinuirani razvoj i edukaciju u domeni gastronomije, kao i za afirmaciju Kvarnera na internacionalnom tržištu.

Dodatni poticaj za potrebu izrade akcijskog plana je nagli razvoj gastronomije i popularnost gastronomije u Hrvatskoj i u svjetskim okvirima, gdje Kvarner zaslužuje primjerenu prisutnost.

Budžet	80.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera
Rok izvršenja	Kontinuirano

1.2.2. AKCIJSKI / OPERATIVNI PLAN RAZVOJA KULTURNOG TURIZMA NA PODRUČJU KVARNERA

TZ Kvarnera će u 2020. godini pristupiti izradi akcijskog / operativnog plana za razvoj kulturnog turizma, kako bi konsolidirala i definirala načine i mogućnosti što bolje valorizacije bogate kulturne baštine na Kvarneru u turističke svrhe, odnosno kako bi plan donio mjere za promociju kulturnog turizma na domaćem i inozemnim tržištima. Također, od plana se očekuje da će ukazati na potrebu povezivanja i umrežavanja kulturne ponude Kvarnera kroz međunarodne institucije, kako radi promocije, tako i radi razmjene iskustava. Pri svemu tome, plan će dati prijedloge za poštivanje održivog razvoja destinacije i zaštitu kulturne baštine, kao što je primjerice pomorska baština.

Budžet	80.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera
Rok izvršenja	Kontinuirano

1.3. PROVOĐENJE STRATEŠKIH MARKETINŠKIH PROJEKATA HTZ-A

1.3.1. 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.

Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske vrijedi do kraja 2020. godine, te se očekuje se da će nova strategija biti izrađena za naredno razdoblje, a po potrebi HTZ-u će se dostavljati sve potrebne informacije.

1.4. PROCESI ZAKONODAVSTVA, PROSTORNOG PLANIRANJA I UPRAVLJANJA NA RAZINI ŽUPANIJE / REGIJE

TZ Kvarnera će sukladno zakonskim obvezama sudjelovati u potrebnim procesima.

1.5. KOORDINACIJA I KOMUNIKACIJA S DIONICIMA PRIVATNOG I JAVNOG SEKTORA ŽUPANIJE / REGIJE

TZ Kvarnera će sukladno zakonskim obvezama i potrebama sudjelovati u aktivnostima.

1.6. SURADNJA S DRUGIM ŽUPANIJAMA / REGIJAMA I TZ-IMA RADI RAZVOJA PONUDE

Suradnja s ključnim partnerima i drugim županijama / regijama te turističkim zajednicama svih razina radi razvoja ponude ključnih regionalnih i među-regionalnih turističkih proizvoda

TZ Kvarnera će prema potrebama sudjelovati u aktivnostima.

Budžet	10.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera
Rok izvršenja	Kontinuirano

1.7. EU PROJEKTI - PROVEDBA POSTOJEĆIH I KANDIDIRANJE

Praćenje i podupiranje kandidiranja javnih turističkih projekata na nacionalne izvore sufinanciranja i izvore sufinanciranja iz Europske unije u suradnji s ostalim županijskim / regionalnim dionicima i lokalnim turističkim zajednicama

1.7.1. ARCA ADRIATICA (TRAJE DO 30.06.2021.)

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.

Projekt se provodi u okviru Interreg programa V-A Hrvatska - Italija 2014 - 2020.

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:

- razviti zajedničku turističku destinaciju
- promicanje trenutačno manje vidljivih odredišta
- 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 obiju 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.

TZ Kvarnera je partner na projektu (PP 2), te je u 2020. godini zadužena za provedbu:

- Izrada i provedba marketing plana za cijeli projekt
- Formiranje i funkcioniranje centara promocije projekta
- Kreiranje i provedba postavljanja jedinstvenih markacija promotivne baštine
- Kreiranje i izrada digitalnih i tiskanih promotivnih materijala
- Kreiranje turističkih itinerara
- Provedba promo-kampanje
- Organizaciju tematskih turističkih manifestacija

Budžet	1.120.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s ostalim subjektima
Rok izvršenja	kontinuirano

1.7.2. CLAUSTRA + (TRAJE DO 31.01.2020.)

Revitalizacija kasnorimskih ostataka

Prekogranična destinacija kulturnog i zelenog turizma Clastra Alpium Iuliarum (01.08.2017.-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 kulturo, šport in turizem Vrhnika, Narodni muzej Slovenije i Zavod Republike Slovenije za varstvo narave.

Claustra Alpium Iuliarum (CAI) je kasnoantički unutarnji obrambeni sustav, koji je štitio Rimsko carstvo od prodora neprijatelja u središte rimskog imperija, te predstavlja izniman primjer integracije arhitekture s prirodnim okolišem, te je takav i doživljaj posjetitelja. Projekt uključuje pripremu smjernica za razvoj i nacrt promocije, oblikovanje kulturno-turističke rute i povezanih itinerera, sustavnu promociju proizvoda (uključujući i mobilnu aplikaciju) te razvoj i izvedbu bogatog programa za posjetitelje (prekogranični javni događaji, iskustvena vodstva). Za razvoj cjelovitog proizvoda i stabilno upravljanje kulturno-turističkom rutom, pristupom odozdo prema gore, uspostaviti će se prekogranični konzorcij CLAUSTRA koji će združiti sve važne dionike i povezati lokalne gospodarske subjekte. Drugi skup aktivnosti projekta namijenjen je povećanju privlačnosti destinacije CLAUSTRA. 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. U 2019. godini su održani seminari i vodstva za turističke vodiče, postavljaju se informativne ploče i arheoskopi na arheološkim lokacijama, kao i tri didaktičke info točke u Vrhniki i Rijeci. Održane su konferencije za medije i promocija na postojećim društvenim mrežama, te manifestacije koje oživljavaju rimsku prošlost i organizirano je studijsko putovanje turoperatora i novinara.

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 trajno 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

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 2020. godini biti zadužena za nastavak, odnosno dovršenje aktivnosti izrade promotivnog materijala, pješačko-biciklističkih manifestacija, radionica konzorcija, promociju turističke destinacije, te posebice i za evaluaciju učinka provedenih aktivnosti.

Budžet	15.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s međunarodnim organizacijama
Rok izvršenja	kontinuirano

1.7.3. PUTOVIMA FRANKOPANA (TRAJE DO 01.02.2021.)

Kulturno-turistička ruta Putovima Frankopana (01.11.2015.-01.02.2021.)

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 TZG 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.

Tijekom 2019. godine vodeći partner je zatražio produženje roka za završetak projekta, te je Ministarstvo regionalnog razvoja i EU fondova RH odobrilo razdoblje do 01.02.2021. godine. Tako će TZ Kvarnera, koja je do konca 2019. godine izvršila sve svoje planske obaveze na projektu, nastaviti sudjelovati u projektu kao partner i surađivati sukladno prijedlogu Primorsko-goranske županije u svojstvu vodećeg partnera na projektu.

Budžet	5.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s ostalim subjektima
Rok izvršenja	kontinuirano

1.7.4. SURADNJA S MEĐUNARODNIM INSTITUCIJAMA I EU FONDOVIMA

TZ Kvarnera nastavlja svoje aktivnosti kao član međunarodnih turističkih organizacija u vidu suradnje s relevantnim međunarodnim organizacijama, a to su UNWTO, MEDCRUISE, SKAL INTERNATIONAL, RDA.

TZ Kvarnera će razmotriti suradnju s, i/ili uključivanje, u još neke međunarodne organizacije i udruge, koje su formirane u cilju promocije turizma i upravljanja razvojem turizma, a vođene su od strane međunarodnih institucija kao što je Europska komisija (ETC - European Travel Commission), ECTN European Cultural Tourism Network, zatim mreže kulturno-turističkih ruta u Europi, mreže međunarodnih pješačkih i/ili biciklističkih puteva, i slično, a sve u cilju korištenja tih udruženja kao kanala promocije Kvarnera i za razmjenu iskustava u područjima istog interesa.

Budžet	40.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s ostalim subjektima
Rok izvršenja	kontinuirano

1.8. POKRETANJE I UPRAVLJANJE INICIJATIVAMA RAZVOJA I UNAPRJEĐENJA KLJUČNIH TURISTIČKIH PROIZVODA ŽUPANIJE / REGIJE

Gorski kotar

TZ Kvarnera pruža potporu projektima razvoja turizma na područjima koja nisu turistički razvijena a velik su potencijal u daljnjem obogaćivanju ukupne turističke ponude Kvarnera. Temeljem odluke Turističkog vijeća TZ Kvarnera od 23.03.2012. 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 katalog i tematizirane tiskane materijale a redovito se prati učinak provedenih aktivnosti.

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. Po usvajanju Turističkog master plana Gorskog kotara krajem siječnja 2020. godine provodite će se aktivnosti i iz ovog strateškog dokumenta.

Regionalni sportsko-rekreacijski i turistički centar Platak

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

U dosadašnjem cjelokupnom djelovanju TZ Kvarnera inicirala je brojne projekte od regionalnog, nacionalnog i međunarodnog značaja, a posebice i projekte razvoja pojedinih turističkih segmenata, čime je Kvarner kao destinacija dobio diverzificiranu ponudu, bolju prepoznatljivost i novu, veću kvalitetu. Kako uz dosadašnje inicijative ima i drugih potencijalnih, ključnih turističkih proizvoda, kojima će se TZ Kvarnera posvetiti u narednom razdoblju, u suradnji sa sustavom turističkih zajednica i drugim nositeljima tih proizvoda. Sukladno svojim zadaćama iz zakonskih okvira, TZ Kvarnera će upravljati tim procesima.

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

2. UPRAVLJANJE SUSTAVOM TURIZMA

2.1. UPRAVLJANJE KVALITETOM – UTVRĐIVANJE NORMI, KRITERIJA I OZNAKA KVALITETE TURISTIČKIH PROIZVODA NA NIVOU ŽUPANIJE / REGIJE

2.1.1. DMO - ORGANIZACIJA I UPRAVLJANJE DESTINACIJOM

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, studentska putovanja, prezentacije, sajmove, organizaciju i su-organizaciju tematskih manifestacija.

2.1.1.1. Kvarner Family - razvoj i brendiranje obiteljskog smještaja

„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 550 objekata koji nude smještaj standardizirane kvalitete, od toga 70-tak ih nosi oznaku Pet Friendly kao znak da su dobrodošli i kućni ljubimci, a 60-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 pješake 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.

Aktivnosti TZ Kvarnera u 2020. godini:

- organizacija izleta namijenjenih edukaciji domaćina i agenata; u suradnji s lokalnim OPG-ima, malim poduzetnicima, proizvođačima suvenirira itd.
- internet marketing - analiza posjećenosti web portala i prijedlog unapređenja ovog kanala promocije
- po potrebi osmišljavanje novih podbrendova projekta a u skladu s tržišnim trendovima
- priprema tiskanog izdanja brošure „Kvarner Family“
- osnivanje jedinstvenog regionalnog Povjerenstva Primorsko-goranske županije koje vrši obilazak novoprijavljenih iznajmljivača za dodjelu oznake kvalitete 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
 - priprema info mapa i njihova dostava Kvarner Family iznajmljivačima

Budžet	260.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera, povjerenstva „Kvarner Family“, TZ-članice, PGŽ
Rok izvršenja	2020. godina

2.1.1.2. Kvarner Gourmet i Kvarner Food – razvoj i brendiranje gastronomije

Gastronomija je jedan od najjačih turističkih proizvoda Kvarnera, a brend Kvarner Gourmet i Food jedan od najprepoznatljivijih, te će TZ Kvarnera u 2020. 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“.

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

Tijekom 2020. godine planirane su aktivnosti:

- provedba akcije ocjenjivanja i dodjele oznaka kvalitete
- izrada tematske brošure i inkorporiranje brenda u web stranicu Kvarnera, te daljnja promocija uz korištenje višejezičnih promidžbenih alata
- PR aktivnosti, tematske prezentacije na najbližim emitivnim tržištima i studijska putovanja (prihvat na Kvarneru i stručni posjeti dionika drugim primjerima dobre prakse)

Posebno i dodatno će fokus biti:

- promocija i suorganizacija gastro manifestacija tematski vezanih uz prepoznatljive, kvarnerske namirnice i male destinacije (primjer Festival trešanja, ili šparoga, ili maruna ili škampa, itd.) s ciljem poticanja novih događanja i/ili inovativnih zaokreta u samom pristupu organizaciji i interpretaciji
- poticanje vinskih festivala na Kvarneru
- edukativne radionice i susreti na Kvarneru i u konkurentnim destinacijama, na prijedlog partnera koji sudjeluju u EU projektima i drugim partnerima, a posebice chefova koji su idejni kreatori i pronositelji iskustava
- ciljano oglašavanje na domaćem i stranim tržištima s najavom manifestacija
- ciljano oglašavanje destinacije kao regije gastronomije (primjer: vanjsko oglašavanje na ključnim pozicijama kao dobrodošlica gostima na destinaciju gastronomije)
- suradnja s HTZ i sustavom TZ-a i drugim partnerima
- suradnja s udrugom restorana Jeunes Restaurateur Europe, Hrvatskim sommelier Klubom, UNWTO sekcijom za svjetsku gastronomiju i drugim partnerima na temu gastronomije

Budžet	350.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera, povjerenstvo „Kvarner Gourmet“
Rok izvršenja	2020. godina

2.1.1.3. Kvarner Outdoor - razvoj i brendiranje aktivnog odmora

Početakom 2019. godine usvojen je Operativni plan razvoja cikloturizma na području PGŽ. Plan je dao smjernice za daljnji razvoj, ali i za nastavak već započetih aktivnosti, posebno u dijelu promocije aktivnog odmora kroz manifestacije koje su zasigurno čvrst motiv dolaska, te produžuju turističku sezonu. 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 s pružanjem potpore manifestacijama od značaja za razvoj proizvoda, koje su motiv dolaska na destinaciju, organiziraju se uvijek u pred ili posezoni, te garantiraju određeni broj sudionika, te ostvarena noćenja na destinaciji.

Regija Kvarner se posljednjih nekoliko godina vrlo uspješno razvija kao outdoor destinacija (aktivnosti outdoora osim cikloturizma obuhvaćaju i trail running, triatlon, maratone, tenis turnire 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 2020. godini će se nastaviti s brendiranjem ronilačkih centara, te poticanje novih kako bi se uvrstili u Kvarner Diving oznaku kvalitete.

Kroz proizvod Kvarner Outdoor, uz već razvijene segmente outdoor ponude, TZ Kvarnera uključuje još nekoliko tržišno atraktivnih proizvoda, koji potencijalno omogućuju pomake na poslovanje u pred i posezoni te iskorake u povećanju turističke potrošnje. Naime, proizvodni portfelj Kvarnera vrlo je raznolik i ima potencijala za jačanje novih segmenata kao što je razvoj golfa i daljnji razvoj automoto sportova.

- Golf turizam jedan je od najkonkurentnijih i najprofitabilnijih oblika turizma u svijetu, golf je danas globalno popularan s procijenjenih 60 milijuna registriranih igrača, još barem 10-20 milijuna neregistriranih i s brojnim igralištima u svijetu, koji su postali sastavni dio turističke ponude svih razvijenih zemalja. Na Kvarneru postoje prirodni resursi za razvoj golf turizma, kao i klimatski s obzirom na dulju mogućnost igranja. Aktualna Strategija razvoja turizma RH, kao i Strateški plan

razvoja turizma Kvarnera obuhvaćaju i razvoj golf turizma, a na nacionalnoj strategiji izrađen je Akcijski plan golf ponude RH, slijedom kojeg se odvijaju predviđene mjere na Kvarneru, u skladu sa zakonskom osnovom

- TZ Kvarnera sudjeluje u pripremnim aktivnostima razvoja golf turizma na Kvarneru, a tako će nastaviti i u 2020.-toj godini u suradnji s MINT, HTZ, te drugim partnerima na projektu razvoja golfa, u cilju informiranja i educiranja svih zainteresiranih, odnosno u cilju ubrzavanja potrebnih procesa. Time će Kvarner dobiti novu sportsku infrastrukturu i etablirati se kao konkurentna destinacija na tržištu aktivnog odmora.

Auto-moto sportovi također su osnova za daljnje unaprjeđenje i valorizaciju sportskih aktivnosti na Kvarneru, a postojanje automotodroma Grobnik je infrastrukturna prednost, koja kao takva ne postoji u Hrvatskoj i bližem okruženju. Stoga je automotodrom Grobnik mjesto susreta zaljubljenika i znalaca auto-moto sporta iz cijelog svijeta. TZ Kvarnera surađuje na promotivnim i marketinškim aktivnostima s motoklubovima i automotodromom Grobnik u cilju isticanja ovog segmenta turističke ponude, koji ujedno umrežava kompletnu turističku ponudu, od smještaja, gastronomije, kulture i konzumiranja drugih resursa na Kvarneru.

Budžet	940.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s lokalnim turističkim zajednicama i drugim nositeljima
Rok izvršenja	kontinuirano

2.1.1.4. Kvarner Health and Wellbeing - razvoj i brendiranje zdravstvenog turizma

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 2020. 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 tiskanom 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. Studijske grupe novinara i agenata specijaliziranih za područje ponude zdravstvenog turizma od iznimne su važnosti te će se raditi na organizaciji studijskih putovanja.

Kako se iznimno dobro prihvaćenim na stranim tržištima pokazalo isticanje svih „wellbeing i health“ faktora na Kvarneru pod nazivom KVARNER EFEKT, nastavit će se s promocijom pod tim nazivom.

Također, poticat će se istraživanja komparativnih prednosti Kvarnera u pogledu zdravstvenog turizma, a koja će provoditi nezavisni stručnjaci tijekom posjeta i obilaska destinacije i ključnih zdravstvenih ustanova i turističkih sadržaja.

TZ Kvarnera na gotovo svim aktivnostima surađuje s Klasterom zdravstvenog turizma Kvarnera, kojeg je i član.

Budžet	135.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera
Rok izvršenja	kontinuirano

2.1.1.5. Kvarner Culture - razvoj i brendiranje kulturne ponude

TZ Kvarnera u 2020. 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. Nastavlja se s radom na razvoju EU projekta: projekt kulturno-turističke rute „Putovima Frankopana“, projekt Arca Adriatica - zaštita, promocija i turistička valorizacija jadranske pomorske baštine, projekt Claustra+ - uspostavljanje prekogranične destinacije kulturnog i zelenog turizma Claustra Alpium Iuliarum te Mala barka 2 i ArtVision+.

Posebna pažnja posvećuje se sljedećim aktivnostima:

- a) **Rijeka EPK 2020** (Rijeka Europska prijestolnica kulture) - „Rijeka 2020 - Luka različitosti“
- b) studijskim grupama novinara i agenata specijaliziranih za područje ponude kulturnog turizma
- c) sudjelovanju u stručnim, edukacijskim skupovima i konferencijama na kojima je moguća prezentacija ponude kulturnog turizma Kvarnera
- d) tematska brošura „Lica kulturnog identiteta“ inovirat će se za potrebe promocije ponude kulturnog turizma na Kvarneru suradnja s JU Priroda na zaštiti prirodne

baštine, posebice bjeloglavih supova i uvođenju oznake Kvarner Nature; projekt Griffon Friendly

- e) suradnja na razvoju i uvođenju na domaće i međunarodno tržište proizvod vjerskog turizma
- f) suradnja s UNWTO sekcijom za kulturni turizam
- g) 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	290.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera
Rok izvršenja	kontinuirano

2.1.1.6. Brendiranje Kvarnera / Green Destination

Područje Kvarnera ima visoku svijest o važnosti očuvanog okoliša kao osnove za održivi destinacijski menadžment. Još 2016. godine 4 kvarnerske destinacije bile u „Top 100 održivih destinacija“ prema ocjeni organizacije „Green Destination“ i to Gorski kotar, otok Krk, Delnice i Mali Lošinj. Međunarodno priznatom i vrlo uglednom oznakom „Green Destination“ potvrđuje se da turističko područje koje nosi tu oznaku poštuje brojna pravila o zaštiti okoliša i održivom razvoj. U 2020. godini planira se potaknuti održivi turizam na regionalnoj razini i to kroz inicijalne radionice, treninge i konzultacije kako postići standarde „Green Destination“.

Budžet	100.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera
Rok izvršenja	kontinuirano

2.1.1.7. Razvoj cruising-a

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 te u 2020. godini dosegnuti oko 40 uplovljavanja, velikim dijelom zahvaljujući činjenici da je Rijeka proglašena Europskom prijestolnicom kulture. 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 štafovima, te ponuda autohtonih proizvoda u neposrednoj blizini broda, što upotpunjuje doživljaj gostu s broda.

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	103.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s Lučkom upravom Rijeka i TZG Rijeke
Rok izvršenja	Kontinuirano

2.2. UPRAVLJANJE JAVNOM TURISTIČKOM INFRASTRUKTUROM

TZ Kvarnera će sukladno zakonskim obvezama sudjelovati u potrebnim procesima.

Budžet	10.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera
Rok izvršenja	Kontinuirano

2.3. POTPORE MANIFESTACIJAMA I PROJEKTIMA

Provođenje javnih natječaja za dodjelu potpora za manifestacije lokalnog značenja, potpora turističkim zajednicama na turistički nedovoljno razvijenim područjima te potpora projektima turističkih inicijativa i proizvoda na turistički nedovoljno razvijenim područjima u županiji/regiji

2.3.1. POTPORE MANIFESTACIJAMA I PROJEKTIMA SREDSTVA HTZ-A

Prema najavama, HTZ će dodijeliti sredstva i kompletnu aktivnost objave, prikupljanja i obrade kandidatura te odobravanje i isplatu sredstava županijskim turističkim zajednicama.

2.3.2. POTPORE MANIFESTACIJAMA I PROJEKTIMA; JAVNI POZIV TZ KVARNERA

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. Potpore tematskim manifestacijama koje su vezane uz razvoj pojedinih proizvodnih segmenata i marketing brendova imaju za cilj doprinijeti razvoju tog proizvoda i brenda, odnosno obogaćivanje i podizanje kvalitete turističke ponude.

TZ Kvarnera posebnu pažnju posvetit će potporama / sufinanciranju:

- a) manifestacija i događanja od strateškog značaja za Kvarner
- b) ostale regionalne i lokalne manifestacije i događanja

Budžet	500.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera
Rok izvršenja	Do lipnja 2020.

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

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

Budžet	200.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera
Rok izvršenja	Do lipnja 2020.

2.3.4. OSTALA MANJA SUFINANCIRANJA

Budžet	50.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera
Rok izvršenja	kontinuirano

2.4. EDUKACIJA ZA TURISTIČKU INDUSTRIJU

2.4.1. 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	40.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s HTZ-om, PU PG i TZ članicama te gospodarstvom
Rok izvršenja	kontinuirano

2.5. NADZOR I KOORDINACIJA LOKALNIH TURISTIČKIH ZAJEDNICA

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, iako Zakon nije definirao na koji način će se nadzor vršiti.

2.5.1. KOORDINACIJA DIREKTORA TZ-A I AKTIVNOSTI DJELOVANJA TZ KVARNERA U SUSTAVU TZ-A

Kontinuirano se održavaju koordinacije s turističkim zajednicama s područja Kvarnera, a teme su: 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. zajedničke aktivnosti koje proizlaze iz zakonskih zadaća. TZ Kvarnera prema zahtjevu i traženju pruža stručnu i svaku drugu pomoć turističkim zajednicama u njihovom djelovanju i razvoju projekata.

Budžet	50.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s HTZ-om, PU PG i TZ članicama te gospodarstvom
Rok izvršenja	kontinuirano

2.5.2. AKTIVNOSTI KOORDINACIJE S PREDSTAVNICIMA GOSPODARSKIH SUBJEKATA

Održavanje koordinacija s predstavnicima turističkog gospodarstva na teme: stanje na tržištu i zajedničke promotivne aktivnosti, informiranje, planiranje i sve ostale aktivnosti koje imaju za cilj promociju destinacije, te poboljšanje uvjeta boravka gostiju u destinaciji.

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

2.5.3. KOORDINACIJE S OSTALIM SUBJEKTIMA (MINT, HTZ, PGŽ, PU PGŽ...)

Održavanje koordinacija s ostalim dionicima i predstavnicima turističkog gospodarstva na teme: stanje na tržištu i zajedničke promotivne aktivnosti, informiranje, planiranje i sve ostale aktivnosti koje imaju za cilj promociju destinacije, te poboljšanje uvjeta boravka gostiju u destinaciji.

Budžet	40.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s HTZ-om, PU PG i TZ članicama te gospodarstvom
Rok izvršenja	kontinuirano

2.5.4. KVARNERSKI DAN TURIZMA

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 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, tako 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 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	95.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s HTZ-om, PU PG i TZ članicama te gospodarstvom
Rok izvršenja	kontinuirano

3. INFORMACIJE I ISTRAŽIVANJA

3.1. ANALIZA TURISTIČKE STATISTIKE ŽUPANIJE / REGIJE

3.1.1. ANALITIKA STATISTIČKIH PODATAKA

TZ Kvarnera obrađuje i analizira statističke podatke, izvor kojih su osim eVisitora i drugi subjekti, kako bi analiza bila sveobuhvatnija.

Budžet	15.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera
Rok izvršenja	kontinuirano

3.2. UPRAVLJANJE SUSTAVOM EVISITOR I OSTALIM TURISTIČKIM INFORMACIJSKIM SUSTAVIMA

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

Još 01.01.2016. godine 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 koriste sve turističke zajednice u Republici Hrvatskoj, pružatelji 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.

TZ 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. Kako je sustav dinamičan i kontinuirano se dorađuje i nadopunjuje s novim modulima, ovisno o potrebama, organizirat će se edukacija, koordinacija s turističkim zajednicama članicama ili online anketa.

Budžet	15.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera i HTZ
Rok izvršenja	kontinuirano

3.3. PROVOĐENJE ISTRAŽIVANJA O ZADOVOLJSTVU POSJETITELJA I DRUGA TRŽIŠNA ISTRAŽIVANJA

3.3.1. ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA U SURADNJI S RAZNIM PARTNERIMA (TOMAS ISTRAŽIVANJE I SL.)

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

Budžet	70.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s TZ-članicama i marketinškom agencijom
Rok izvršenja	kontinuirano

3.3.2. 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 rasporedom letova. 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	60.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera
Rok izvršenja	Predsezona, glavna sezona, posezona – ovisno o letovima

3.4. SUSTAV POSLOVNE INTELIGENCIJE

TZ Kvarnera će sudjelovati u potrebnim aktivnostima prema zahtjevima HTZ-a.

4. MARKETING

4.1. ODNOSI S JAVNOŠĆU

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 2020. godini PR agencijama na njemačkom (Njemačka, Austrija i Švicarska), slovenskom i engleskom govornom području (V. Britanija, Irska i svjetsko tržište). U 2020. godini će se također provesti i PR aktivnosti na hrvatskom tržištu, samostalno i/ili u suradnji sa specijaliziranom marketinškom kućom i/ili drugim ponuditeljima PR usluga.

PR aktivnosti s inozemnim partnerima uključuju:

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

4.1.1. NJEMAČKO GOVORNO PODRUČJE

Budžet	380.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s PR agencijama
Rok izvršenja	kontinuirano

4.1.2. VELIKA BRITANIJA

Budžet	110.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s PR agencijama
Rok izvršenja	kontinuirano

Budžet	140.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s PR agencijama
Rok izvršenja	kontinuirano

4.1.4. HRVATSKA

Budžet	150.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s PR agencijama
Rok izvršenja	kontinuirano

4.1.5. OSTALE AKTIVNOSTI ODNOSA S JAVNOŠĆU / RAZNE PRESS KONFERENCIJE

Budžet	20.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s PR agencijama
Rok izvršenja	kontinuirano

4.1.6. NEWSLETTER / PRIOPĆENJA ZA HR TRŽIŠTE NAMIJENJENO POSLOVNOM OKRUŽENJU

TZ Kvarnera će kroz organizaciju raznih press konferencija i newsletter-a redovito informirati novinare i partnere o novostima brenda Kvarner, upečatljivim pričama, određenim događajima i novostima, te aktivnostima koje doprinose dodatnoj promociji regije.

Budžet	80.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s PR agencijama
Rok izvršenja	kontinuirano

4.2. WEB STRANICE I DRUŠTVENE MREŽE

4.2.1. ODRŽAVANJE WEB PORTALA

Prema preporuci HTZ-a izrada novog weba će se uskladiti s nacionalnim web stranicama (poveznica 4.5.9.).

Budžet	70.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera
Rok izvršenja	kontinuirano

4.2.2. FACEBOOK / INSTAGRAM KVARNER

Nastavlja se promocija regije kroz samostalni Facebook profil (Visit Kvarner), s dnevnim objavama, namijenjen široj javnosti.

TZ Kvarnera će proširiti prisustvo na društvenim mrežama kroz Instagram profil.

Budžet	76.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera
Rok izvršenja	kontinuirano

4.3. TURISTIČKI PROMOTIVNI MATERIJALI LOKALNIH TURISTIČKIH ZAJEDNICA

4.3.1. INFO I PROMO MATERIJALI LOKALNIH TZ-A

TZ Kvarnera će na upit lokalnih TZ-a, definirati smjernice i standarde za oblikovanje turističkih promotivnih materijala lokalnih turističkih zajednica.

Budžet	20.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera
Rok izvršenja	kontinuirano

4.4. USPOSTAVLJANJE MARKETINŠKE INFRASTRUKTURE TEMELJENE NA INFORMATIČKIM TEHNOLOGIJAMA

4.4.1. DIGITALNA TURISTIČKA DESTINACIJSKA PLATFORMA / PROJEKT „PGŽ - PAMETNA REGIJA“ U SURADNJI S RAZVOJNOM AGENCIJOM PRIMORSKO-GORANSKE ŽUPANIJE

„Digitalna turistička destinacijska platforma“ je inovativno povezivanje turističkih informacija, kulturne i turističke ponude na području PGŽ s namjerom poticanja ravnomjernog razvitka svih krajeva Županije. Destinacijska platforma unaprijedit će upravljanje turističkom destinacijom, dodatno promovirati turistički brend Kvarner te doprinijeti povećanju prihoda od kulturnih, društvenih, sportskih i ostalih manifestacija i događanja, kao i turističkih posjeta raznim lokacijama na području Županije, a posebno onih koje su manje prepoznate na turističkom tržištu.

„Digitalna turistička destinacijska platforma“ je centralno mjesto predstavljanja, suradnje i povezivanja turističke destinacije Kvarner s postojećim i budućim inovativnim rješenjima i aplikacijama na području turizma („marketplace“).

Budžet	200.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s razvojnom agencijom Primorsko-goranske županije
Rok izvršenja	kontinuirano

4.4.2. OTKUP FOTOGRAFIJA

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	180.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera
Rok izvršenja	kontinuirano

4.5. AKTIVNOSTI STRATEŠKOG I OPERATIVNOG MARKETING PLANA

4.5.1. INTERNET OGLAŠAVANJE

(od 4.5.1.1. do 4.5.1.5.)

Internet oglašavanje provodi se kroz zajednički media plan TZ Kvarnera, sa sustavom turističkih zajednica, uz podršku Hrvatske turističke zajednice, s ciljem promocije destinacije Kvarnera i povećanja broja dolazaka inozemnih turista u pred i posezoni, te promocije posebnih vrsta turizma. Kroz Javni poziv za udruženo oglašavanje, HTZ sufinancira oglašavanje image destinacije s 80%, dok je uvjet da se na terenu udruže županijska TZ, s lokalnim TZ-ima. Najvažnija tržišta na kojima se provodi kampanja su Njemačka, Austrija, Italija, Slovenija - najvećim dijelom, te Velika Britanija, Nizozemska, Skandinavija. Proizvodi koji se promoviraju su gastronomija, aktivni, zdravstveni, kulturni, te događaji (npr. Advent na Kvarneru, Međunarodni riječki karneval i međunarodna karnevalska povorka, sportska događanja, kulturne manifestacije...), te imidž destinacije. Cilj kampanje je upravo predstaviti ponudu izvan glavnih turističkih mjeseci, a pokazuje ljepote i bogatstvo destinacije, odnosno motiv dolaska u pred i posezoni. Ovogodišnji naglasak kampanje bit će i promocija Kvarnera kroz projekt Rijeka - Europske prijestolnica kulture 2020.

Ciljna skupina korisnika na svim tržištima su radno aktivni ljudi viših i srednjih primanja, skloni putovanjima tijekom cijele godine, a informiraju se preko specijalizirane literature o putovanjima, nišnim portalima i news i lifestyle rubrika te preporuka.

Promotivni kanali uključeni u medijsku promociju su razni portali s objavom PR članaka (advertorijali), bazom fotografija, te „teaser“ bannerima. Kombinacija priče, kvalitetnih fotografija i banneri korisnicima približava atrakcije, događanja, prirodne ljepote te aktivnosti koje su dostupne prilikom posjeta destinacije. Ciljna skupina korisnika na svim tržištima su radno aktivni ljudi više i srednje platežne moći, skloni putovanjima tijekom

cijele godine, a informiraju se preko specijalizirane literature o putovanjima, nišnim portalima vezanim uz gastro, health&wellness, lifestyle i sportske interese te preporuka.

U 2020. godini, regija Kvarner će se dodatno promovirati kroz renomirani turistički „travel“ vodič (magazin / portal) Lonely Planet, koji je u listopadu 2019. godine proglasio Kvarner kao „Best in travel destination 2020.“, te dodijelio godišnju nagradu za TOP 10 preporuka za putovanja u 2020. godini. Kako bi se na što bolji način iskoristila marketinška vrijednost ove prestižne nagrade, dogovorena je godišnja online kampanja oglašavanja s dosegom do cca 2 milijuna potencijalnih putnika, koji se nalaze u odlučujućoj fazi odabira destinacije za putovanje, vidjeti sadržaj o Kvarneru. Radi se o jednom od najznačajnijih travel medija u svijetu čiji je medijski portfelj (online i offline) idealan za doseg individualnih putnika koji se nalaze u inspirativnom i informativnom dijelu ciklusa odabira putovanja. Čitatelji i publika vjeruju ovim kanalima medijske kampanje, zato što se nagrada ne kupuje, već je dokaz stvarne vrijednosti destinacije koja ju zaslužuje.

Doseg vidljivosti pobjednika doseže iznimno velike brojke (cca 3 milijarde ljudi kojima je plasirana informacija o pobjedniku, 10 milijuna pregleda video materijala i sl.).

Budžet	3.125.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s marketinškim agencijama
Rok izvršenja	kontinuirano

4.5.2. SAJAMSKI NASTUPI

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 2020. godini biti zastupljena na sajmovima u organizaciji Hrvatske turističke zajednice (17 sajмова) i to na tzv. općim turističkim sajmovima, te na specijaliziranim kamping i nautičkim sajmovima, kao i na kongresnim burzama. Također, turistička ponuda Kvarnera će ovisno o prijedlozima Predstavništava HTZ-a i mogućnostima biti zastupljena na sajmovima u organizaciji Predstavništava Hrvatske turističke zajednice.

Samostalno tj. s posebnim / dodatnim štandovima TZ Kvarnera nastupit će na:

GRAD	SAJAM	DATUM
Stuttgart	CMT	11.-19.01.
Stuttgart	CMT Fahrrad und Erlebnisreisen (outdoor)	11.-12.01.
Stuttgart	CMT Kreuzfahrt&Schiffsreisen	16.-19.01.
SAD		tijekom godine
Hamburg	Reisen	05.-09.02.
Milano	BIT	09.-11.02.
München	F.re.e.	19.-23.02.
Utrecht	Fiets and Wandelbeurs	28.02.-01.03.
Wroclaw	Targi Turystyki	28.02.-01.03.
Berlin	ITB	04.-08.03.
Düsseldorf	Caravan Salon	29.08.-06.09.
Rimini	TTG	listopad

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, uglavnom na prijedlog predstavništva. Uz to, podržava nastupe (s drugim nositeljima) na kongresnim sajmovima, zatim u suradnji s drugim županijskim turističkim zajednicama, s Primorsko-goranskom županijom, sa Zračnom lukom Rijeka, Medcruise udruženjem i Lučkom upravom Rijeka, sa Skål International, KUH-om, i dr.

Budžet	1.665.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera
Rok izvršenja	siječanj-studenj

Sajamski nastupi HTZ-a u 2020. godini

SAJMOVI HRVATSKE TURISTIČKE ZAJEDNICE 2020			
RB.	GRAD	SAJAM	DATUM
1	Stuttgart	CMT	11.-19.01.2020.
2	Utrecht	VAKANTIEBEURST	15.-19.01.2020.
3	Helsinki	MATKA	15.-19.01.2020.
4	Beč	FERIENMESSE	16.-19.01.2020.
5	Düsseldorf	BOOT	18.-26.01.2020.
6	Madrid	FITUR	22.-26.01.2020.
7	Milano	BIT	09.-11.02.2020.
8	München	F.RE.E.	19.-23.02.2020.
9	Herning	FERIE FOR ALLE	21.-23.02.2020.
10	Essen	REISE+CAMPING	26.02.-01.03.2020.
11	Berlin	ITB	04.-08.03.2020.
12	Tulln	BOOT	05.-08.03.2020.
13	Pariz	MAP	12.-15.03.2020.
14	Dubai	ATM	19.-22.04.2020.
15	Rimini	TTG INCONTRI	2020
16	London	WTM	2020
17	Pariz	SALON NAUTIQUE	2020

4.5.3. PREZENTACIJE U ORGANIZACIJI TZ KVARNERA

NJEMAČKA

- Berlin, International Media Marketplace IMM, workshop s novinarima
- Berlin ITB - press konferencija u suradnji s Klasterom zdravstvenog turizma Kvarnera
- München - prezentacije na tematskim binama u sklopu sajamskog nastupa F.re.e.
- Hamburg - prezentacija u suradnji s HTZ-om i MINT-om na manifestaciji „Rođendan hamburške luke“
- prezentacije za novinare, bloggere i/ili agente po prijedlogu i u suradnji s Predstavništvom HTZ-a i/ili touroperatorima i PR partnerima

SLOVENIJA

- Kranjska gora /Vitranc - ožujak 2020.
- Ljubljana - gastro prezentacija Kvarner Gourmet i Kvarner Food ili prezentacija za novinare, bloggere i/ili agente po prijedlogu i u suradnji s Predstavništvom HTZ-a i/ili PR partnerima

ITALIJA

- Milano - u sklopu sajma BIT; tema EPK
- Sjever Italije - u suradnji s TZ-ima; gastro prezentacija i selektivni oblici turističke ponude
- Sjever Italije - prezentacija za novinare, bloggere i/ili agente po prijedlogu i u suradnji s Predstavništvom HTZ-a i/ili PR partnerima

AUSTRIJA

- po prijedlogu touroperatora i/ili Predstavništva HTZ-a i partnera
- Beč - gastro prezentacija Kvarner po prijedlogu Predstavništva HTZ-a

VELIKA BRITANIJA I IRSKA

- Queen's club; prezentacija za novinare i agente
- Gastro prezentacija u Londonu
- Irska - prezentacija za medije i partnere
- na prijedlog predstavništva HTZ-a i /ili partnera zajednička prezentacija u Londonu ili gradu po prijedlogu partnera

ŠVICARSKA

- prezentacije i/ili press konferencije po prijedlogu Predstavništva HTZ-a

NIZOZEMSKA

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

BELGIJA

- Bruxelles - Presentacije i/ili press konferencije po prijedlogu touroperatora i/ili Predstavništva HTZ-a i partnera; prezentacije turističke ponude, edukacije za agente

SKANDINAVIJA I BALTIK

- prezentacije i/ili press konferencije po prijedlogu touroperatora i/ili Predstavništva HTZ-a i partnera; prezentacije turističke ponude, edukacije za agente

ČEŠKA, SLOVAČKA, MAĐARSKA, POLJSKA I OSTALA EUROPSKA TRŽIŠTA

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

RUSIJA

- sudjelovanje u manifestaciji „Dani Hrvatske u Moskvi“ po prijedlogu Predstavništva HTZ-a i/ili drugim aktivnostima

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:
 - Expo 2020 Dubai (20.10.2020.-10.04.2021.)
 - Hrvatska kuća na OI 2020 Tokyo (24.07.-09.08.2020.)
 - USA - na prijedlog Predstavništva HTZ-a
 - ostale aktivnosti na dalekim tržištima

Budžet	1.248.000 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

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.

4.5.4. SKÅL KONGRES, 15.-20.10.2020.

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).

U sklopu djelovanja SKÅL kluba, u 2020. godini sve aktivnosti usmjerit će se u organizaciju svjetskog kongresa na Kvarneru. Naime, na Svjetskom godišnjem SKÅL kongresu je prihvaćena kandidatura Kvarnera (Opatija i Rijeka) za domaćinstvo Svjetskog SKÅL kongresa 2020. godine, pod motom "SKÅL CONGRESS IN THE EUROPEAN CAPITAL OF CULTURE 2020".

Tako će regija Kvarner od 15. do 21. listopada 2020. godine biti domaćinom svjetskog kongresa udruženja profesionalaca u turizmu te ugostiti neke od najvažnijih i najutjecajnijih turističkih profesionalaca iz cijelog svijeta koji diktiraju trendove turističkih kretanja, a među kojima su mnogi vlasnici utjecajnih turističkih agencija i touroperatora te će im se pokazati turistički potencijal regije i koji će na taj način još uspješnije u budućnosti nuditi naše turističke kapacitete svojim klijentima.

Na pripremi kongresa za 2020. godinu, zajednički rade predstavnici TZ Kvarnera, TZG Rijeke i TZG Opatije, a podršku kongresu dali su i Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, Hrvatska turistička zajednica, Hrvatska gospodarska komora, Ministarstvo vanjskih poslova, Primorsko-goranska županija, gradovi Rijeka i Opatija, kao i mnogi drugi partneri.

Budžet	270.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera
Rok izvršenja	listopad

4.5.5. RIJEKA - EPK, 2020.

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.

Budžet	210.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera
Rok izvršenja	kontinuirano

4.5.6. PREDSDJEDAVANJE HR EU

U 2020. godini Hrvatska predsjedava Europskom unijom. TZ Kvarnera će kroz to domaćinstvo promovirati destinaciju.

Budžet	45.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera
Rok izvršenja	kontinuirano

4.5.7. STUDIJSKA PUTOVANJA

4.5.7.1. Studijska putovanja novinara

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

Odabir i prihvata studijskih grupa je kroz nekoliko kanala:

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

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

4.5.7.2. Studijska putovanja agenata i "Buy Croatia" radionice

Na prijedlog i u suradnji s HTZ-om u 2020. godini TZ Kvarnera će prihvatiti i organizirati najviše dvije tematske poslovne radionice „Buy Croatia“, gdje se susreću strani touroperatori sa domaćima, te obilaze regiju. U najavi je Buy Croatia za cikloturizam te se tada obilaze subregije koje taj proizvod nude, a na radionici sudjeluju partneri koji glavni fokus poslovanja stavljaju na biciklizam kao značajan dio outdoor ponude.

Također, s obzirom na značaj avio povezanosti, prihvatit će se specijalizirane grupe agenata predstavnika avio kompanija i mreže touropratora koji prodaju avio aranžmane.

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 inspeksijska putovanja agenata.

Budžet	70.000 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

4.5.7.3. Prihvat snimanja reality show emisija

U suradnji sa sustavom TZ-a i gospodarskim subjektima TZ Kvarnera će sudjelovati u prihvatu reality show emisija sa stranih tržišta u cilju promocije na vrlo gledanim elektronskim medijima.

Budžet	100.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji sa sustavom TZ-a i gospodarstvom
Rok izvršenja	kontinuirano

4.5.8. 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.

4.5.8.1. Info brošura - kalendar događanja

Višejezična brošura „Otkrij Kvarner“ donosi pregled najznačajnijih manifestacija i priredaba na Kvarneru tijekom 2020. 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

4.5.8.2. Kvarner Magazin 2020.

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 2019. godini, a izdaje u siječnju 2020. godine. Također, „Kvarner Magazin“ prevest će se i otisnuti i na engleskom jeziku.

Budžet	430.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s PR agencijom
Rok izvršenja	prosinac

4.5.8.3. Info i promo materijali

4.5.8.3.1. Tisak i dotisak brošura

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

Budžet	280.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera
Rok izvršenja	kontinuirano

4.5.8.3.2. Grafičke pripreme brošura

Budžet	75.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera
Rok izvršenja	kontinuirano

4.5.8.3.3. Ostali promotivni materijal

Sukladno trendovima i novim oblicima promocijskih alata i materijala, izradit će se roll up posteri (destinacijski / proizvodni), poklon vrećice, mirisne vrećice lavande, prigodni letci i suveniri, kuharske pregače i ostali materijal po potrebi (lavande, leci, roll upovi, beach flag, banneri, majice, sitni reklamni materijal...).

Budžet	400.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera
Rok izvršenja	kontinuirano

4.5.8.3.4. Video materijal

U 2020. godini će se izraditi kratke verzije - spotovi iz novog promotivnog filma regije Kvarner (realiziranog u 2019. godini) i to pojedinačno za odabrane segmente turističke ponude, kao što su primjerice, outdoor, gastronomija, kultura, zdravstveni turizam, kongresni, nautički, itd.

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

Budžet	155.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera
Rok izvršenja	kontinuirano

4.5.9. WWW.KVARNER.HR - REDESIGN WEB PORTALA

Prema uputi Hrvatske turističke zajednice sugerirana je obustava daljnjih aktivnosti na redesignu web portala www.kvarner.hr. HTZ planira izradu jedinstvenog web portala na nacionalnom nivou unutar kojeg bi bile i web stranice svih županijskih turističkih zajednica.

Budžet	300.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera
Rok izvršenja	kontinuirano

4.6. KOORDINACIJA I PROVEDBA UDRUŽENOG OGLAŠAVANJA NA REGIONALNOJ RAZINI

4.6.1. OGLAŠAVANJE U PROMOTIVNIM KAMPANJAMA JAVNOG I PRIVATNOG SEKTORA

(od 4.6.1.1. do 4.6.1.4.)

Hrvatska turistička zajednica raspisala je Javni poziv za udruženo oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora u 2020. godini. Kandidature su prikupljene, te prosljeđene HTZ-u. Udjel HTZ-a, propisan Javnim pozivom iznosi 3.398.000 kn, te kandidatura mora biti prilagođena tom iznosu.

Natječajem je unaprijed definiran postotak koji se dodjeljuje modelima unutar odobrenih sredstava. Provođenje i nadzor oglašavanja je u cijelosti prepušteno županijskoj turističkoj zajednici.

Oglašavanje nositelja smještajne ponude i ponude destinacije 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%.

Kompletna aktivnost provođenja udruženog oglašavanja u cijelosti je dodijeljena županijskim TZ-ima, što znači da županijske turističke zajednice aktivnost odrađuju na regionalnoj razini, te provode i financiranje od strane HTZ-a (HTZ uplaćuje na račun županijskim TZ-ima pripadajuća sredstva), a o svemu obavještavaju HTZ kroz tabelarne prikaze i kompletnu skeniranu dokumentaciju pojedinog nositelja.

Budžet	2.213.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s HTZ-om privatnim sektorom
Rok izvršenja	kontinuirano

4.6.2. OGLAŠAVANJE 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 Zračnu luku Rijeka. Iz godine u godinu je zabilježen porast putnika na Zračnu luku Rijeka zahvaljujući višegodišnjim ulaganjima u suradnju s avio kompanijama, te zahvaljujući promotivnim kampanjama koje su rađene s avio prijevoznicima koje lete na Zračnu luku 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 Primorsko-goranskom županijom, te gospodarski subjekti koji sve ove godine podržavaju

marketinške kampanje s avio prijevoznicima na Zračnu luku Rijeka. Naime, bez takve sinergije (i poslovne i financijske) ne bi bilo moguće ostvariti promet putnika na Zračnu luku Rijeka o kojem se danas govori.

U 2020. godini pregovaranja s avio prijevoznicima nastavlja Hrvatska turistička zajednica, te se prijedlozi novih / dodatnih avio linija koje će se promovirati tijekom 2020. godine dostavljaju u HTZ preko Predstavništva HTZ-a u inozemstvu, kako bi Predstavništvo dalo svoje mišljenje na samu kandidaturu.

Budžet	4.200.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s HTZ-om i javnim i privatnim sektorom
Rok izvršenja	kontinuirano

4.7. DJELOVANJE TURISTIČKE ZAJEDNICE I TURISTIČKOG UREDA TZ KVARNERA SA INFO PUNKTOVIMA TZ KVARNERA

4.7.1. TURISTIČKI URED TZ KVARNERA

U svibnju 2019. godine stupio je na snagu novi paket zakona koji reguliraju djelovanje i rad turističkih zajednica. To je Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, Zakon o turističkoj pristojbi te Zakon o članarinama u turističkim zajednicama. Definirano je usklađivanje dokumentacije i poslovanja prema novim zakonima, a to je do listopada 2020. za lokalne turističke zajednice, zatim do prosinca 2020. za županijske TZ, te do veljače 2021. za nacionalnu razinu. Naglasak je na povećanju učinkovitosti sustava turističkih zajednica što podrazumijeva osiguranje svih preduvjeta za sustavnu provedbu poslova destinacijskog upravljanja, temeljem propisa kojima su se ti preduvjeti stvorili.

Zakonodavac je definirao zadaće (kao regionalne destinacijske menadžment organizacije) u Zakonu, prema kojima je i ovaj program rada strukturiran.

1. Strateško planiranje i razvoj

1.1. sudjelovanje u izradi strateških dokumenata i druge planske podloge za razvoj turizma

1.2. donošenje strateškog marketinškog plana za područje županije / regije, sukladno strateškom marketinškom planu hrvatskog turizma

1.3. sudjelovanje u provođenju strateških marketinških projekata koje je definirala Hrvatska turistička zajednica

1.4. sudjelovanje u procesima zakonodavstva, prostornog planiranja te ostalih instrumenata regulacije i upravljanja na razini županije / regije radi osiguranja konkurentnog, dugoročno održivog razvoja turizma

1.5. koordinacija i komunikacija s dionicima privatnog i javnog sektora županije / regije

1.6. suradnja s ključnim partnerima i drugim županijama / regijama te turističkim zajednicama svih razina radi razvoja ponude ključnih regionalnih i među-regionalnih turističkih proizvoda

1.7. praćenje i podupiranje kandidiranja javnih turističkih projekata na nacionalne izvore sufinanciranja i izvore sufinanciranja iz Europske unije u suradnji s ostalim županijskim / regionalnim dionicima i lokalnim turističkim zajednicama

1.8. pokretanje i upravljanje inicijativama razvoja i unaprjeđenja ključnih turističkih proizvoda županije / regije.

2. Upravljanje sustavom turizma

2.1. upravljanje kvalitetom - utvrđivanje normi, kriterija i oznaka kvalitete turističkih proizvoda na nivou županije / regije

2.2. upravljanje javnom turističkom infrastrukturom

2.3. provođenje javnih natječaja za dodjelu potpora za manifestacije lokalnog značenja, potpora turističkim zajednicama na turistički nedovoljno razvijenim područjima te potpora projektima turističkih inicijativa i proizvoda na turistički nedovoljno razvijenim područjima u županiji / regiji

2.4. provođenje edukacija i podizanje kompetencija zaposlenih u sustavu i dionika turističkog sektora na području županije / regije

2.5. nadzor i koordinacija lokalnih turističkih zajednica.

3. Informacije i istraživanja

3.1. uspostavljanje detaljne turističke statistike županije / regije koja sadrži podatke o ponudi i potražnji

3.2. sudjelovanje u razvoju i upravljanju sustavom eVisitor i ostalim turističkim informacijskim sustavima sukladno uputama Hrvatske turističke zajednice kao što su: jedinstveni turistički informacijski portal te evidencija svih oblika turističke ponude / atrakcija na području županije / regije

3.3. provođenje istraživanja o zadovoljstvu posjetitelja i druga tržišna istraživanja

3.4. uspostavljanje sustava poslovne inteligencije temeljene na informatičkim tehnologijama (baze podataka, B2B portal, sistematizacije istraživanja, infografike) na razini županije / regije.

4. Marketing

4.1. odnosi s javnošću

- 4.2. stvaranje, održavanje i redovito kreiranje sadržaja na mrežnoj stranici i profilima društvenih mreža
- 4.3. definiranje smjernica i standarda za oblikovanje turističkih promotivnih materijala lokalnih turističkih zajednica
- 4.4. uspostavljanje marketinške infrastrukture temeljene na informatičkim tehnologijama
- 4.5. provođenje aktivnosti strateškog i operativnog marketinga (branding regije, online i offline aktivnosti, mrežne stranice i profili društvenih mreža, sajmovi, studijska putovanja, prezentacije, partnerstva, sponzorstva i slično)
- 4.6. koordinacija i provedba udruženog oglašavanja na regionalnoj razini
- 4.7. obavljanje i drugih poslova propisanih ovim Zakonom ili drugim propisom.

S obzirom da je 2020. godina, godina usklađivanja, tek će koncem godine biti poznato koje je sve dodatne zadaće i aktivnosti Zakonodavac predvidio i na koji način se očekuje njihovo provođenje, s obzirom da još nisu doneseni svi pravilnici koji definiraju daljnje djelovanje. Organizacija i provođenje novih, dodijeljenih aktivnosti i provođenje zadaća djelomično će ovisiti o mogućnostima kadrovske popunjavanja TZ Kvarnera, te re-alokacije unutar budžeta.

Zajednica i nadalje 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 - TZ 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, Javnim vatrogasnim postajama, regionalnim razvojnim agencijama i drugima.

Uz aktivnosti navedene u Programu rada, TZ Kvarnera obavlja se i niz ostalih aktivnosti koje proizlaze tijekom godine. Pri tome, 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, nabavlja se nova i održava postojeća oprema. TZ Kvarnera koristi izdvojeno skladište Turističkog ureda TZ Kvarnera.

Budžet	4.280.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera
Rok izvršenja	Kontinuirano

4.7.2. TIJELA TZ KVARNERA

Temeljem novog zakona definirana su nova tijela koja upravljaju radom županijskih TZ-a, a to su Turističko vijeće, te Skupština, dok se Nadzorni odbor kao tijelo, ukida.

Budžet	345.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera
Rok izvršenja	kontinuirano

4.7.3. INFO PUNKTOVI: KVARNER INFO I INFO PUNKT NA ZL RIJEKA

4.7.3.1. Kvarner info – Vrata Jadrana

„Info punkt „Kvarner info - Vrata Jadrana“ (kao sastavni dio TZ Kvarnera) neprekidno više od 14 godina, i u 2020. godini nastavlja suradnju sa svim info punktovima na području Kvarnera u pogledu koordinacije i razmjene informacija a s ciljem što bolje pokrivenosti mreže informiranosti gostiju na cijeloj destinaciji.

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	200.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera
Rok izvršenja	kontinuirano

4.7.3.2. Info punkt na ZL Rijeka

Info punkt „Kvarner Info - Zračna luka Rijeka“ nastavlja djelovati u zračnoj luci u organizaciji drugih nositelja, a radno vrijeme prilagođeno je redu letenja.

Budžet	190.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera
Rok izvršenja	Kontinuirano

4.8. NENAMJENSKA / NERASPOREĐENA SREDSTVA

Budžet	300.000 kn
Nositelj	Turistički ured TZ Kvarnera
Rok izvršenja	Kontinuirano

FINANCIJSKI PLAN TZ KVARNERA ZA 2020. GODINU

PRIHODI

Prihodi TZ Kvarnera za 2020. godinu izrađeni su temeljem novih zakonskih regulativa, uzimajući u obzir kako slijedi:

Visina turističke pristojbe:

- visina turističke pristojbe određuje se za najviše dva sezonska razdoblja, s tim da jedno sezonsko razdoblje traje od 01.04. do 30.09. tekuće godine; posebnim pravilnikom ministar turizma propisuje najniži i najviši iznos turističke pristojbe po osobi i noćenju, najniži i najviši paušalni iznos turističke pristojbe koji plaćaju osobe koje pružaju uslugu smještaja u domaćinstvu i na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu i visina godišnjeg paušalnog iznosa turističke pristojbe koji plaća vlasnik kuće, apartmana ili stana za odmor za sebe i članove uže obitelji te najviši iznos turističke pristojbe koju plaćaju brodovi na kružnom putovanju u međunarodnom pomorskom prometu i međunarodnom prometu na unutarnjim vodama kada se brod nalazi na vezi u luci ili sidrištu luke najniže i najviše turističke pristojbe; odluku o visini turističke pristojbe donosi županijska skupština, uz mišljenje lokalnih turističkih zajednica; za 2020. godinu je donijeta u rujnu 2019. godine, a u narednim godinama će se donositi u siječnju tekuće godine za sljedeću godinu

Raspodjela turističke pristojbe:

- od ukupno uplaćenih sredstava turističke pristojbe 3,5% sredstava izdvaja se za razvojne projekte i programe kreiranja novih turističkih programa na turistički nedovoljno razvijenim područjima, te 2% za projekte i programe udruženih turističkih zajednica (na poseban račun HTZ-a);
- preostala sredstva raspoređuju se kako slijedi:
 - 65% sredstava lokalnoj turističkoj zajednica (30% općine / gradu za poboljšanje uvjeta boravka turista)
 - 15% sredstava regionalnoj turističkoj zajednica
 - 20% sredstava HTZ-u

Raspodjela turističke članarine

- od ukupno uplaćenih sredstava članarine, 9% sredstava izdvaja se za Fond (pri HTZ-u) za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent, te 2% za projekte i programe udruženih turističkih zajednica (Fond HTZ-a za udružene turističke zajednice);
- preostala sredstva raspoređuju se kako slijedi:
 - 65% sredstava lokalnoj turističkoj zajednici
 - 15% sredstava regionalnoj turističkoj zajednici
 - 20% sredstava HTZ-u

Temeljem ovih osnovnih parametara, sačinjen je plan prihoda:

- **prihod od turističke pristojbe** planiran je sukladno planu ostvarenja turističkog prometa noćenja za 2020. godinu, a to je očekivano ostvarenje 2019. godine, te utvrđene visine boravišne pristojbe za 2020. godinu
- **prihod od turističke članarine** na razini očekivanog ostvarenja 2019. godine
- **prihodi od drugih aktivnosti** odnose se na očekivane prihode od Primorsko-goranske županije, 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 strane Primorsko-goranske županije za odobreni projekt „Putovima 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 nastupa na sajmovima i ostalih promotivnih aktivnosti
 - o prihod od kamata, te
- **prijenos sredstava iz prethodne godine:** utvrdit će se prema Godišnjem financijskom izvještaju za 2019. godinu (u veljači 2020. godine)
- **refundacije lokalnih TZ-a** u provođenju zajedničkog media plana
- **prijenos sredstava HTZ-a** od Javnog poziva za udruženo oglašavanje na račun TZ Kvarnera za sufinanciranje media plana, te gospodarskih subjekata

RASHODI

- iako u ovom trenutku nisu poznati svi rashodi koji će proizaći iz zakonskih aktivnosti, 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 2020. godinu i usmjerene su prema ostvarenju temeljnih ciljeva uspostavljenih Strateškim planom razvoja turizma Kvarnera sa strateškim i operativnim marketing planom 2016. – 2020. godine.

PLAN PRIHODA TZ KVARNERA ZA 2020. GODINU

RB	PRIHODI PO VRSTAMA	2019. GODINA							2020. GODINA			
		OSTVARENJE 2018.	PLAN 2019. (sa ostvarenim prijenosom 2018.)	OSTVARENO SJEČANJ - RUJAN 2019.	PROCJENA LISTOPAD - PROSINAC 2019.	OČEKIVANO OSTVARENJE 2019.	index očekivano ostvarenje 2019./ ostvarenje 2018.	index očekivano ostvarenje 2019./ rebalans plana 2019.	PLAN 2020.	dodatnih 50% (razlika između dosadašnjeg udjela od 10% na 15%)	UKUPAN PLAN 2020.	index plan 2020./ očekivano ostvarenje 2019.
		1	2	3	4	5 = 3+4	6 = 5/1*100	7 = 5/2*100	8	9	10 = 8+9	11 = 9/5*100
I.	UKUPNI PRIHOD OD BORAVIŠNE PRISTOJBE I TURISTIČKE ČLANARINE	10.326.942,12	10.940.000,00	9.812.700,81	1.845.000,00	11.657.700,81	112,89	106,56	12.000.000,00	5.800.000,00	17.800.000,00	152,69
1.	Prihodi od boravišne pristojbe	8.182.159,43	9.000.000,00	7.879.594,30	1.390.000,00	9.269.594,30	113,29	103,00	9.500.000,00	4.700.000,00	14.200.000,00	153,19
2.	Prihod od boravišne pristojbe od nautičkog turizma	287.382,86	180.000,00	286.817,13	0,00	286.817,13	99,80	159,34	300.000,00	0,00	300.000,00	104,60
3.	Prihodi od turističke članarine	1.857.399,83	1.760.000,00	1.646.289,38	455.000,00	2.101.289,38	113,13	119,39	2.200.000,00	1.100.000,00	3.300.000,00	157,05
II.	PRIHOD OD PGŽ ZA PROGRAMSKE AKTIVNOSTI	350.000,00	210.000,00	0,00	310.000,00	310.000,00	88,57	147,62	0,00	0,00	0,00	0,00
1.	za programske aktivnosti	350.000,00	210.000,00	0,00	310.000,00	310.000,00	88,57		0,00	0,00	0,00	0,00
III.	PRIHOD OD DRUGIH AKTIVNOSTI	3.420.049,24	3.833.000,00	178.399,19	3.338.150,00	3.516.549,19	102,82	91,74	3.050.000,00	0,00	3.050.000,00	86,73
1.	Udruživanje za avio oglašavanje	3.184.210,00	3.750.000,00	166.200,00	3.130.350,00	3.296.550,00	103,53	87,91	2.800.000,00	0,00	2.800.000,00	84,94
2.	HTZ za promotivne aktivnosti (sajmovi i prezentacije) i kandidatura Kvarnera za domaćinstvo SKAL 2020.	235.839,24	83.000,00	12.199,19	207.800,00	219.999,19	93,28	265,06	250.000,00	0,00	250.000,00	113,64
2.1.	HTZ za promotivne aktivnosti / sajmovi i prezentacije	85.839,24	...	12.199,19	57.800,00	69.999,19	81,55	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2.2.	HTZ za sufinanciranje kandidatura Kvarnera za domaćinstvo SKAL 2020.	150.000,00	...	0,00	150.000,00	150.000,00	100,00	0,00	250.000,00	0,00	250.000,00	166,67
IV.	OSTALI NESPOMENUTI PRIHODI	1.445.975,25	2.946.000,00	1.051.003,19	1.551.969,15	2.602.972,34	180,01	88,36	2.308.000,00	0,00	2.308.000,00	88,67
1.	Mala barka 2 - traje do 31.3.2019. - povrat EU sredstava	371.925,41	260.000,00	457.158,67	0,00	457.158,67	122,92	175,83	0,00	0,00	0,00	0,00
2.	Putevima Frankopana - traje do 1.10.2019.	150.000,00	535.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	791.562,00	0,00	791.562,00	0,00
3.	ArTVision + (IT platforma za kulturni turizam) - traje do 30.6.2019.	96.846,05	425.000,00	151.228,81	97.261,04	248.489,85	256,58	58,47	325.840,00	0,00	325.840,00	131,13
4.	Claustra + (revitalizacija kasnorimskih ostataka) - traje do 31.1.2020.	0,00	150.000,00	0,00	502.203,11	502.203,11	0,00	334,80	427.427,79	0,00	427.427,79	85,11
5.	Arca Adriatica - počinje 1.1.2019. do 30.6.2021.	0,00	680.000,00	0,00	698.505,00	698.505,00	0,00	102,72	318.170,21	0,00	318.170,21	45,55
6.	Udruživanje sredstava od turističkih zajednica za sudjelovanje u PR aktivnostima (ART Redakcionsteam, Julia Berg Consulting)	243.775,00	250.000,00	0,00	250.000,00	250.000,00	102,55	100,00	0,00	0,00	0,00	0,00
7.	Udruživanje sredstava od turističkih zajednica i drugih gospodarskih subjekata za sajamske nastupe (CMT Stuttgart, FREE Munchen, ITB Berlin...)	577.881,86	640.000,00	442.031,28	0,00	442.031,28	76,49	69,07	440.000,00	0,00	440.000,00	99,54
8.	Ostali nespomenuti prihodi	795,17	1.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
9.	prihod od kamata	4.751,76	5.000,00	584,43	4.000,00	4.584,43	96,48	91,69	5.000,00	0,00	5.000,00	109,06
I+II+III+IV	SVEUKUPNO PRIHODI	15.542.966,61	17.929.000,00	11.042.103,19	7.045.119,15	18.087.222,34	116,37	100,88	17.358.000,00	5.800.000,00	23.158.000,00	128,04
V.	PRIJENOS SREDSTAVA IZ PRETHODNE GODINE	3.086.919,77	1.984.207,19	1.984.207,19	0,00	1.984.207,19	64,28	100,00	točan iznos prijennosa iskazat će se po zaključnom računu za 2019. godinu		0,00	0,00
VI.	Refundacija lokalnih TZ-a za zajednički media plan	0,00	375.000,00	0,00	253.000,00	253.000,00	0,00	67,47	390.000,00	0,00	390.000,00	154,15
VII.	SREDSTVA HTZ-A NA RAČUN TZ KVARNERA ZA UDRUŽENO OGLAŠAVANJE (udjel HTZ-a)	2.460.463,48	2.960.000,00	1.236.620,52	1.623.418,84	2.860.039,36	116,24	96,62	3.397.000,00	0,00	3.397.000,00	118,77
VIII.	Odgodeni prihod iz 2017/2018. godine za 2018/2019. - udruživanje sredstava za sufinanciranje avio oglašavanja	1.200.455,04	0,00	1.250.000,00	0,00	1.250.000,00	104,13	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
I+II+III+IV+V+VI+VII+VIII	SVEUKUPNO PRIHODI	22.290.804,90	23.248.207,19	15.512.930,90	8.921.537,99	24.434.468,89	109,62	105,10	21.145.000,00	5.800.000,00	26.945.000,00	110,27

PLAN RASHODA TZ KVARNERA ZA 2020. GODINU

R.br.	AKTIVNOSTI	FINANCIJSKI PLAN 2020.
1.	<u>Strateško planiranje i razvoj</u>	1.665.000,00 kn
1.1.	Izrada strateških dokumenata za razvoj turizma	95.000,00 kn
1.1.1.	Monitoring Strateškog plana razvoja turizma Kvarnera sa Strateškim i operativnim marketing planom 2016. – 2020. GODINE	80.000,00 kn
1.1.2.	Sporazum o suradnji na kreiranju, razvoju i promociji turističkog branda regije „Gorski kotar“	15.000,00 kn
1.2.	Strateški marketing plan za regije sukladno strateškom marketinškom planu hrvatskog turizma	160.000,00 kn
1.2.1.	Akcijski / operativni plan za razvoj gastronomije na području Kvarnera	80.000,00 kn
1.2.2.	Akcijski / operativni plan razvoja kulturnog turizma na području Kvarnera	80.000,00 kn
1.3.	Provođenje strateških marketinških projekata HTZ-a	0,00 kn
1.3.1.	Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine	
1.4.	Procesi zakonodavstva, prostornog planiranja i upravljanja na razini županije/regije	0,00 kn
1.5.	koordinacija i komunikacija s dionicima privatnog i javnog sektora županije/regije	0,00 kn
1.6.	suradnja s ključnim partnerima i drugim županijama/regijama te turističkim zajednicama svih razina radi razvoja ponude ključnih regionalnih i među-regionalnih turističkih proizvoda	10.000,00 kn
1.6.1.	suradnja s drugim županijskim TZ-ima i partnerima	10.000,00 kn
1.7.	EU Projekti - provedba postojećih i kandidiranje	1.180.000,00 kn
1.7.1.	Arca Adriatica - traje do 30.6.2021.	1.120.000,00 kn
1.7.1.1.	Administrativno-tehnička pomoć	75.000,00 kn
1.7.1.2.	Centri izvrsnosti	15.000,00 kn
1.7.1.3.	Kreiranje i provedba postavljanja jedinstvenih markacija pomorske baštine	260.000,00 kn
1.7.1.4.	Kreiranje i izrada digitalnih i tiskanih promotivnih materijala	150.000,00 kn
1.7.1.5.	Provedba promo-kampanje	250.000,00 kn
1.7.1.6.	Organizacija tematskih turističkih manifestacija	370.000,00 kn
1.7.2.	Claustra + (revitalizacija kasnorimskih ostataka) - traje do 31.1.2020.	15.000,00 kn
1.7.3.	Putovima Frankopana - traje do 01.02.2021.	5.000,00 kn
1.7.4.	Suradnja s međunarodnim institucijama i EU fondovima (članarine)	40.000,00 kn
1.8.	Razvoj i unaprjeđenje ključnih turističkih proizvoda županije/regije - razvoj Gorskog kotara	220.000,00 kn

R.br.	AKTIVNOSTI	FINANCIJSKI PLAN 2020.
2.	<u>Upravljanje sustavom turizma</u>	3.183.000,00 kn
2.1.	Upravljanje kvalitetom – utvrđivanje normi, kriterija i oznaka kvalitete turističkih proizvoda na nivou županije/regije	2.178.000,00 kn
2.1.1.	DMO - organizacija i upravljanje destinacijom	2.178.000,00 kn
2.1.1.1.	Kvarner Family - razvoj i brendiranje obiteljskog smještaja	260.000,00 kn
2.1.1.1.1.	daljnji razvoj projekta / animacija terena	20.000,00 kn
2.1.1.1.2.	edukativna studijska putovanja za iznajmljivače KF (npr. OPG - Gorski kotar, Istra, Slovenija)	100.000,00 kn
2.1.1.1.3.	promocija / Facebook; web stranica www.kvarnerfamily.hr	50.000,00 kn
2.1.1.1.4.	promotivni materijal / brošura KF i mape s promo materijalom za iznajmljivače	90.000,00 kn
2.1.1.2.	Kvarner Gourmet i Kvarner Food - razvoj i brendiranje gastronomije	350.000,00 kn
2.1.1.2.1.	daljnji razvoj projekta / obilazak restorana i akcija ocijenjivanja	200.000,00 kn
2.1.1.2.2.	alati promocije / brošura Kvarner Gourmet&Food, web stranica, aplikacija...	50.000,00 kn
2.1.1.2.3.	suradnja s partnerima - JRE, Michelin	20.000,00 kn
2.1.1.2.4.	Poticanje eno i gastro manifestacija / festivala (Wine RI, VIP Wine, Kvarner wine, trešnje, maruni...)	80.000,00 kn
2.1.1.3.	Kvarner Outdoor - razvoj i brendiranje aktivnog odmora	940.000,00 kn
2.1.1.3.1.	daljnji razvoj projekta sukladno Operativnom planu razvoja cikloturizma na području Kvarnera	50.000,00 kn
2.1.1.3.2.	World cup utrka Downhill 2020., travanj 2020. Mali Lošinj	150.000,00 kn
2.1.1.3.3.	CRO Race - biciklistička utrka, listopad 2020. cilj Crikvenica i Rijeka	250.000,00 kn
2.1.1.3.4.	"4 islands" - rekreativna MTB utrka, travanj 2020. 4 kvarnerska otoka	50.000,00 kn
2.1.1.3.5.	XTERRA - triatlon utrka za rekreativce / široka masa; travanj 2020. Mali Lošinj	170.000,00 kn
2.1.1.3.6.	Croatia Adventura Race, svibanj 2020. (priprema za svjetsko prvenstvo 2021.)	50.000,00 kn
2.1.1.3.7.	Gorski kotar Bike Tour 2020., srpanj 2020.	30.000,00 kn
2.1.1.3.8.	Tenis tumiri	40.000,00 kn
2.1.1.3.9.	Trail running utrke; Kvarner trails	50.000,00 kn
2.1.1.3.10.	Ostala sportska važnija događanja (maraton, triatlon, trčanje, bicikljade, ronjenje, podvodna fotografija, nogomet, karate, boćanje, odbojka na pijesku...)	70.000,00 kn
2.1.1.3.11.	Brendiranje Kvarner Diving - promocija	30.000,00 kn

R.br.	AKTIVNOSTI	FINANCIJSKI PLAN 2020.
2.1.1.4.	Kvarner Health and Wellbeing - razvoj i brendiranje zdravstvenog turizma	135.000,00 kn
2.1.1.4.1.	Članarina Klasteru zdravstvenog turizma	18.000,00 kn
2.1.1.4.2.	Forum zdravstvenog turizma u Crikvenici	7.000,00 kn
2.1.1.4.3.	Istraživanje trendova u zdravstvenom turizmu	30.000,00 kn
2.1.1.4.4.	Ostale aktivnosti promocije	80.000,00 kn
2.1.1.5.	Kvarner Culture - razvoj i brendiranje kulturne ponude	290.000,00 kn
2.1.1.5.1.	Razvoj i brendiranje kulturne ponude	110.000,00 kn
2.1.1.5.2.	Rab Film festival, kolovoz 2020.	100.000,00 kn
2.1.1.5.3.	Aplikacija za prikaz kulturnih atrakcija (Osor)	50.000,00 kn
2.1.1.5.4.	Griffon Friendly - oznaka kvalitete	30.000,00 kn
2.1.1.6.	Brendiranje Kvarnera / Green Destination	100.000,00 kn
2.1.1.7.	Razvoj cruising-a	103.000,00 kn
2.1.1.7.1.	prihvat brodova / welcome servis	80.000,00 kn
2.1.1.7.2.	Medcruise konferencije i nastup na sajmu kruzinge industrije „Seatrade Cruise Global“	23.000,00 kn
2.2.	Upravljanje javnom turističkom infrastrukturom	10.000,00 kn
2.3.	Potpore manifestacijama i projektima	750.000,00 kn
2.3.1.	Potpore manifestacijama i projektima - sredstva HTZ-a / prihod / rashod	0,00 kn
2.3.2.	Potpore manifestacijama i projektima; Javni poziv TZ Kvarnera	500.000,00 kn
2.3.3.	Poticanje i pomaganje razvoja turizma na području koja nisu turistički razvijena	200.000,00 kn
2.3.4.	Ostala manja sufinanciranja	50.000,00 kn
2.4.	Edukacija za turističku industriju	40.000,00 kn
2.4.1.	Edukacija za turističku industriju	40.000,00 kn
2.5.	Nadzor i koordinacija lokalnih turističkih zajednica	205.000,00 kn
2.5.1.	Koordinacija direktora TZ-a i aktivnosti djelovanja TZ Kvarnera u sustavu TZ-a	50.000,00 kn
2.5.2.	Aktivnosti koordinacije s predstavnicima gospodarskih subjekata (hotelijeri, kampovi...)	20.000,00 kn
2.5.3.	Koordinacije s ostalim subjektima (MINT, HTZ, PGŽ, PU PGŽ...)	40.000,00 kn
2.5.4.	Kvarnerski dan turizma	95.000,00 kn

R.br.	AKTIVNOSTI	FINANCIJSKI PLAN 2020.
3.	Informacije i istraživanja	160.000,00 kn
3.1.	Analiza turističke statistike županije/regije	15.000,00 kn
3.1.1.	Analitika statističkih podataka	15.000,00 kn
3.2.	Upravljanje sustavom eVisitor i ostalim turističkim informacijskim sustavima	15.000,00 kn
3.2.1.	Turistički informacijski sustav za prijavu i odjavu turista - eVisitor (HTZ)	15.000,00 kn
3.3.	Provođenje istraživanja o zadovoljstvu posjetitelja i druga tržišna istraživanja	130.000,00 kn
3.3.1.	Istraživanje tržišta u suradnji s raznim partnerima (Tomas istraživanje i sl.)	70.000,00 kn
3.3.2.	Anketiranje avio gostiju na Zračnoj luci Rijeka	60.000,00 kn
3.4.	Sustav poslovne inteligencije	0,00 kn
4.	Marketing	21.937.000,00 kn
4.1.	Odnosi s javnošću	880.000,00 kn
4.1.1.	Njemačko govorno područje - PR ugovor ArtRedaktions team	380.000,00 kn
4.1.2.	Velika Britanija - PR ugovor - Julia Berg consulting	110.000,00 kn
4.1.3.	Slovenija - PR ugovor Sincro d.o.o.	140.000,00 kn
4.1.4.	Hrvatska	150.000,00 kn
4.1.5.	Ostale aktivnosti odnosa s javnošću / razne press konferencije	20.000,00 kn
4.1.6.	Newsletter / priopćenja za HR tržište namijenjeno poslovnom okruženju	80.000,00 kn
4.2.	Web stranice i društvene mreže	146.000,00 kn
4.2.1.	održavanje web portala; usklađivanje s HTZ-ovim (poveznica 4.5.9.)	70.000,00 kn
4.2.2.	Facebook profil Visit Kvarner	36.000,00 kn
4.2.3.	Instagram Kvarner	40.000,00 kn
4.3.	Turistički promotivni materijali lokalnih turističkih zajednica	20.000,00 kn
4.3.1.	Info i promo materijali lokalnih TZ-a	20.000,00 kn
4.4.	Marketinške infrastruktura temeljena na informatičkim tehnologijama	380.000,00 kn
4.4.1.	Digitalna turistička destinacijska platforma / projekt „PGŽ – pametna regija“ u suradnji s razvojnom agencijom Prigoda	200.000,00 kn
4.4.2.	Otkup fotografija	180.000,00 kn

R.br.	AKTIVNOSTI	FINANCIJSKI PLAN 2020.
4.5.	Aktivnosti strateškog i operativnog marketing plana	8.783.000,00 kn
4.5.1.	Internet oglašavanje - zajednički media plan;	3.125.000,00 kn
4.5.1.1.	u suradnji s lokalnim TZ-ima; prihod / rashod	360.000,00 kn
4.5.1.2.	udjel TZ Kvarnera i Gorskog kotara	90.000,00 kn
4.5.1.3.	udjel HTZ-a	1.800.000,00 kn
4.5.1.4.	Samostalni media plan	775.000,00 kn
4.5.1.4.1.	Kampanja oglašavanja u suradnji s Lonely Planet	375.000,00 kn
4.5.1.4.2.	samostalni media plan u suradnji s marketinškom agencijom; promocija proizvoda	400.000,00 kn
4.5.1.5.	Ostala oglašavanja	100.000,00 kn
4.5.2.	Sajamski nastupi	1.665.000,00 kn
4.5.2.1.	Stuttgart CMT	410.000,00 kn
4.5.2.1.1.	Stuttgart CMT	310.000,00 kn
4.5.2.1.2.	Stuttgart Outdoor	50.000,00 kn
4.5.2.1.3.	Stuttgart krstarenja	50.000,00 kn
4.5.2.2.	Hamburg Reisen	50.000,00 kn
4.5.2.3.	Munchen f.r.e.e.	200.000,00 kn
4.5.2.4.	Berlin ITB - opći	350.000,00 kn
4.5.2.5.	Dusseldorf	50.000,00 kn
4.5.2.6.	Utrecht Fiets&Wandelbeurs	25.000,00 kn
4.5.2.7.	Milano BIT	50.000,00 kn
4.5.2.8.	Rimini TTG	40.000,00 kn
4.5.2.9.	Wroclaw	40.000,00 kn
4.5.2.10.	SAD	40.000,00 kn
4.5.2.11.	Sajamski nastupi, strukovne konferencije i burze u organizaciji ostalih subjekata (Routes Europe; Bergen/Norway, 27-29.4.2020., kongresne burze...)	70.000,00 kn
4.5.2.12.	Nastupi na SKAL godišnjim konferencijama	120.000,00 kn
4.5.2.13.	Daleka tržišta sajmovi - po prijedlogu HTZ-a i/ili gospodarstva	150.000,00 kn
4.5.2.14.	Ostali sajmovi po prijedlogu predstavništva HTZ-a / TZ-a	70.000,00 kn

R.br.	AKTIVNOSTI	FINANCIJSKI PLAN 2020.
4.5.3.	Prezentacije	1.228.000,00 kn
4.5.3.1.	Njemačka	125.000,00 kn
4.5.3.1.1.	Berlin, International Media Marketplac	20.000,00 kn
4.5.3.1.2.	Hamburg - prezentacija	50.000,00 kn
4.5.3.1.3.	prezentacija po prijedlogu i u suradnji s Predstavništvom HTZ-a i/ili touroperatorom	55.000,00 kn
4.5.3.2.	Slovenija	68.000,00 kn
4.5.3.2.1.	Kranjska Gora (sklopu Pokala Vitranc)	8.000,00 kn
4.5.3.2.2.	Ljubljana / Kvarner Gourmet & Food prezentacija	60.000,00 kn
4.5.3.3.	Italija	160.000,00 kn
4.5.3.3.1.	Milano - u sklopu sajma BIT; tema EPK	20.000,00 kn
4.5.3.3.2.	Sjever Italije - na prijedlog Predstavništva HTZ-a	70.000,00 kn
4.5.3.3.3.	Sjever Italije - u suradnji s TZ-ima	70.000,00 kn
4.5.3.4.	Austrija	80.000,00 kn
4.5.3.4.1.	u suradnji s touroperatorom	30.000,00 kn
4.5.3.4.2.	po prijedlogu Predstavništva HTZ-a i/ili partnera	50.000,00 kn
4.5.3.5.	Velika Britanija	190.000,00 kn
4.5.3.5.1.	London, Queens club	50.000,00 kn
4.5.3.5.2.	London; gastro prezentacija	90.000,00 kn
4.5.3.5.3.	Irska	50.000,00 kn
4.5.3.6.	Švicarska	45.000,00 kn
4.5.3.6.1.	prezentacija i press konferencija	45.000,00 kn
4.5.3.7.	Nizozemska; prezentacija i press konferencija	40.000,00 kn
4.5.3.8.	Belgija; prezentacija i press konferencija i/ili edukacija za agente	50.000,00 kn
4.5.3.9.	Skandinavija i Baltik	60.000,00 kn
4.5.3.10.	Ostala evropska tržišta, po prijedlogu Predstavništva HTZ-a (Poljska, Slovačka, Mađarska, Češka)	30.000,00 kn
4.5.3.11.	Rusija; sudjelovanje u manifestaciji „Dani Hrvatske u Moskvi	70.000,00 kn
4.5.3.12.	Srbija	40.000,00 kn
4.5.3.13.	Daleka tržišta (Dubai EXPO, Japan OI, Kina...)	190.000,00 kn
4.5.3.13.1.	Expo 2020 Dubai (otvorenje 20.10.2020.-10. 4. 2021.)	60.000,00 kn
4.5.3.13.2.	Hrvatska kuća na OI 2020 Tokyo (24.7. – 9.8.2020.)	60.000,00 kn
4.5.3.13.3.	Prezentacije u SAD-u	70.000,00 kn
4.5.3.14.	Ostale prezentacije	80.000,00 kn

R.br.	AKTIVNOSTI	FINANCIJSKI PLAN 2020.
4.5.4.	Domaćinstvo SKAL kongres, 15-20.10.2020.	270.000,00 kn
4.5.5.	Domaćinstvo EPK, 2020.	210.000,00 kn
4.5.6.	Predsjedavanje HR EU	45.000,00 kn
4.5.7.	Studijska putovanja	390.000,00 kn
4.5.7.1.	Studijska putovanja novinara	220.000,00 kn
4.5.7.2.	Studijska putovanja agenata i "BUY CROATIA" radionice	70.000,00 kn
4.5.7.3.	Prihvata snimanja reality show emisija	100.000,00 kn
4.5.8.	Brošure i ostali promotivni materijali	1.550.000,00 kn
4.5.8.1.	Info brošura – kalendar događanja	210.000,00 kn
4.5.8.2.	Kvarner Magazin 2020. (njemačko i englesko izdanje)	430.000,00 kn
4.5.8.3.	Info i promo materijali	910.000,00 kn
4.5.8.3.1.	Tisak i dotisak brošura	280.000,00 kn
4.5.8.3.2.	Grafičke pripreme brošura	75.000,00 kn
4.5.8.3.3.	Ostali promotivni materijal (lavande, leci, roll upovi, beach flag, banneri, majice, sitni reklamni materijal...)	400.000,00 kn
4.5.8.3.4.	Video materijal	155.000,00 kn
4.5.9.	Web portal www.kvarner.hr - redesign / priprema za HTZ-ovu integraciju	300.000,00 kn
4.6.	Koordinacija i provedba udruženog oglašavanja na regionalnoj razini	6.413.000,00 kn
4.6.1.	Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora	2.213.000,00 kn
4.6.1.1.	Udjel TZ Kvarnera za model 2 - nositelji smještajne ponude	276.000,00 kn
4.6.1.2.	Udjel HTZ-a za model 2- nositelji smještajne ponude - prihod / rashod	1.257.000,00 kn
4.6.1.3.	Udjel TZ Kvarnera za model 2 - nositelji ponude destinacije (agencije)	340.000,00 kn
4.6.1.4.	Udjel HTZ-a za model 2- nositelji ponude destinacije (agencije) - prihod / rashod	340.000,00 kn
4.6.2.	Oglašavanje s avio prijevoznicima	4.200.000,00 kn
4.6.2.1.	potpora posebnim programima destinacije s avio prijevoznicima	4.200.000,00 kn
4.6.2.1.1.	udjel TZ Kvarnera	1.400.000,00 kn
4.6.2.1.2.	udružena sredstva s područja Kvarnera	2.800.000,00 kn

R.br.	AKTIVNOSTI	FINANCIJSKI PLAN 2020.
4.7.	Djelovanje Turističke zajednice i Turističkog ureda TZ Kvarnera sa info punktovima TZ Kvarnera	5.015.000,00 kn
4.7.1.	Turistički ured TZ Kvarnera	4.280.000,00 kn
4.7.1.1.	Rashodi za radnike	3.150.000,00 kn
4.7.1.2.	Rashodi ureda	600.000,00 kn
4.7.1.2.1.	poslovni prostor KD Zora	370.000,00 kn
4.7.1.2.2.	ostali troškovi zaposlenika	200.000,00 kn
4.7.1.2.3.	skladište i distribucija materijala	30.000,00 kn
4.7.1.3.	osiguranje, naknade, ostali troškovi ureda	405.000,00 kn
4.7.1.4.	održavanje opreme i leasing službenog automobila	125.000,00 kn
4.7.2.	Tijela TZ Kvarnera	345.000,00 kn
4.7.2.1.	Turističko vijeće	320.000,00 kn
4.7.2.2.	Skupština TZ Kvarnera	25.000,00 kn
4.7.3.	Info punkтови: Kvarner Info i info punkt na ZL Rijeka	390.000,00 kn
4.7.3.1.	Kvarner Info – Vrata Jadrana	200.000,00 kn
4.7.3.2.	Kvarner Info - ZL Rijeka	190.000,00 kn
4.7.3.2.1.	djelatnici info punkta	90.000,00 kn
4.7.3.2.2.	hladni pogon	50.000,00 kn
4.7.3.2.3.	uređenje interijera	60.000,00 kn
4.8.	Nenamjenska / neraspoređena sredstva	300.000,00 kn
	UKUPAN RASHOD	26.945.000,00 kn

FINANCIJSKI PLAN TZ KVARNERA ZA 2020. 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, TZ Kvarnera izradila je Financijski plan za 2020. godinu. Financijski plan donosi najviše tijelo neprofitne organizacije, odnosno tijelo koje je temeljem statuta neprofitne organizacije za to ovlašteno, najkasnije do 31.12. tekuće godine za sljedeću godinu sukladno članku 5. Zakona o financijskom poslovanju i računovodstvu neprofitnih organizacija (NN 121/14).

Analitika prihoda:

račun iz računovodstvenog plana	PRIHODI	iznos
32	PRIHOD OD ČLANARINA	3.300.000,00
33	PRIHODI PO POSEBNIM PROPISIMA	14.500.000,00
34	PRIHODI OD IMOVINE	5.000,00
35	PRIHODI OD EU FONDOVA	1.863.000,00
36	OSTALI PRIHODI	3.880.000,00
37	PRIHOD OD OSTALIH NEPROFITNIH ORGANIZACIJA	3.397.000,00
	SVEUKUPNO PRIHODI (32+33+34+35+36+37)	26.945.000,00

Analitika rashoda:

račun iz računovodstvenog plana	RASHODI	iznos
41	RASHODI ZA RADNIKE	3.150.000,00
42	MATERIJALNI RASHODI	23.745.000,00
44	FINANCIJSKI RASHODI	50.000,00
	SVEUKUPNO RASHODI (41+42+44)	26.945.000,00

račun iz računovodstvenog plana	SVEUKUPNO RASHODI (41+42+44)	26.945.000,00
41	RASHODI ZA RADNIKE - osobni bruto dohodak za djelatnike ureda na godišnjoj razini (osnovni bruto dohodak sa pripadajućim porezima i doprinosima)	3.150.000,00
42	MATERIJALNI RASHODI sastoje se od:	23.745.000,00
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"	1.815.000,00
	rashodi za potpore projektima, razvijanje brandova Kvarnera sa pripadajućim troškovima- Kvarner Family, Kvarner Gourmet & Kvarner Food, Kvarner Outdoor, Kvarner Health&Wellbeing, Kvarner Culture, Green destination, Kvarner Cruising (welcome servis cruiserima)	2.178.000,00
	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	10.304.000,00
	rashodi za nastupe na sajmovima, prezentacije i organizaciju, te prihvata studijskih putovanja novinara i agenata	7.318.000,00
	rashodi za edukaciju, za aktivnosti koordinacije i nadzora sustava turističkih zajednica, te poticanje i ocjenjivanje izvrsnosti destinacija	245.000,00
	rashodi proizašli iz suradnje sa međunarodnim fondovima i na EU projektima	1.180.000,00
	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	485.000,00
44	FINANCIJSKI RASHODI odnosi se na bankarske naknade i ostale usluge	50.000,00
	SVEUKUPNO RASHODI (41+42+44)	26.945.000,00

Predsjednik:

Zlatko Komadina