



KVARNER
Raznolikost je lijepa

IZVJEŠTAJ O RADU

**TURISTIČKE ZAJEDNICE KVARNERA
ZA RAZDOBLJE SIJEČANJ-LISTOPAD 2020.**

Opatija, listopad 2020.

SADRŽAJ

SADRŽAJ	I
UVOD	1
I. TURISTIČKA 2020. GODINA	1
II. STATISTIKA	4
II.1. Rezultati fizičkog turističkog prometa u razdoblju siječanj-listopad 2020. godine.....	4
II.2. Kapaciteti za smještaj turista na Kvarneru	18
III. CILJEVI POSLOVANJA TZ KVARNERA U 2020. GODINI.....	23
Ciljna geografska tržišta Kvarnera.....	23
Ciljni potrošački segmenti	24
Prioritetni turistički proizvodi	24
1. STRATEŠKO PLANIRANJE I RAZVOJ.....	25
1.1. IZRADA STRATEŠKIH DOKUMENATA ZA RAZVOJ TURIZMA	25
1.1.1. Monitoring „Strateškog plana razvoja turizma Kvarnera sa strateškim i operativnim marketing planom 2016. – 2020. godine“.....	25
1.1.2. Sporazum o suradnji na kreiranju, razvoju i promociji turističkog branda regije „Gorski kotar“	25
1.2. STRATEŠKI MARKETING PLAN ZA REGIJE SUKLADNO STRATEŠKOM MARKETINŠKOM PLANU HRVATSKOG TURIZMA	25
1.2.1. Akcijski / operativni plan za razvoj gastronomije na području Kvarnera ..	25
1.2.2. Akcijski / operativni plan razvoja kulturnog turizma na području Kvarnera	26
1.3. PROVOĐENJE STRATEŠKIH MARKETINŠKIH PROJEKATA HTZ-A	26
1.3.1. Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine	26
1.4. PROCESI ZAKONODAVSTVA, PROSTORNOG PLANIRANJA I UPRAVLJANJA NA RAZINI ŽUPANIJE/REGIJE	27
1.5. KOORDINACIJA I KOMUNIKACIJA S DIONICIMA PRIVATNOG I JAVNOG SEKTORA ŽUPANIJE/REGIJE	27
1.6. SURADNJA S DRUGIM ŽUPANIJAMA/REGIJAMA I TZ-IMA RADI RAZVOJA PONUDE	27
1.7. EU PROJEKTI - PROVEDBA POSTOJEĆIH I KANDIDIRANJE	27

1.7.1. Arca Adriatica (traje do 30.12.2021.)	28
1.7.2. Claustra + (PROJEKT ZAVRŠIO 31.01.2020.)	33
1.7.3. Putovima Frankopana (traje do 01.02.2021.)	36
1.7.4. Suradnja s međunarodnim institucijama i EU fondovima	38
1.8. POKRETANJE I UPRAVLJANJE INICIJATIVAMA RAZVOJA I UNAPRJEĐENJA KLJUČNIH TURISTIČKIH PROIZVODA ŽUPANIJE/REGIJE.....	40
2. UPRAVLJANJE SUSTAVOM TURIZMA.....	42
2.1. UPRAVLJANJE KVALITETOM – UTVRĐIVANJE NORMI, KRITERIJA I OZNAKA KVALITETE TURISTIČKIH PROIZVODA NA NIVOU ŽUPANIJE/REGIJE	42
2.1.1. DMO - organizacija i upravljanje destinacijom	42
2.1.1.1. Kvarner Family - razvoj i brendiranje obiteljskog smještaja	42
2.1.1.2. Kvarner Gourmet i Kvarner Food – razvoj i brendiranje gastronomije	46
2.1.1.3. Kvarner Outdoor – razvoj i brendiranje aktivnog odmora	52
2.1.1.4. Kvarner Health and Wellbeing – razvoj i brendiranje zdravstvenog turizma	54
2.1.1.5. Kvarner Culture – razvoj i brendiranje kulturne ponude.....	57
2.1.1.6. Brendiranje Kvarnera / Green Destination.....	59
2.1.1.7. Razvoj cruising-a.....	59
2.2. UPRAVLJANJE JAVNOM TURISTIČKOM INFRASTRUKTUROM.....	60
2.3. POTPORE MANIFESTACIJAMA I PROJEKTIMA	60
2.3.1. Potpore manifestacijama i projektima sredstva HTZ-a	60
2.3.2. Potpore manifestacijama i projektima; Javni poziv TZ Kvarnera.....	60
2.3.3. Poticanje i pomaganje razvoja turizma na području koja nisu turistički razvijena	61
2.3.4. Ostala manja sufinanciranja	61
2.4. EDUKACIJA ZA TURISTIČKU INDUSTRIJU	61
2.4.1. Edukacija za turističku industriju	61
2.5. NADZOR I KOORDINACIJA LOKALNIH TURISTIČKIH ZAJEDNICA.....	61
2.5.1. Koordinacija direktora TZ-a i aktivnosti djelovanja TZ Kvarnera u sustavu TZ-a	62
2.5.2. Aktivnosti koordinacije s predstavnicima gospodarskih subjekata	62
2.5.3. Koordinacije s ostalim subjektima (MINT, HTZ, PGŽ, PU PGŽ...)	62
2.5.4. Kvarnerski dan turizma.....	63

3. INFORMACIJE I ISTRAŽIVANJA.....	65
3.1. ANALIZA TURISTIČKE STATISTIKE ŽUPANIJE/REGIJE	65
3.1.1. Analitika statističkih podataka	65
3.2. UPRAVLJANJE SUSTAVOM EVISITOR I OSTALIM TURISTIČKIM INFORMACIJSKIM SUSTAVIMA.....	65
3.2.1. Turistički informacijski sustav za prijavu i odjavu turista - eVisitor (HTZ)	65
3.3. PROVOĐENJE ISTRAŽIVANJA O ZADOVOLJSTVU POSJETITELJA I DRUGA TRŽIŠNA ISTRAŽIVANJA	66
3.3.1. Istraživanje tržišta u suradnji s raznim partnerima (Tomas istraživanje i sl.).....	66
3.3.2. Anketiranje avio gostiju na zračnoj luci Rijeka	70
3.4. SUSTAV POSLOVNE INTELIGENCIJE.....	73
4. MARKETING.....	74
4.1. ODNOSI S JAVNOŠĆU	74
4.1.1. Njemačko govorno područje	74
4.1.2. Velika Britanija	75
4.1.3. Slovenija	76
4.1.4. Hrvatska.....	76
4.1.5. Ostale aktivnosti odnosa s javnošću / razne press konferencije.....	79
4.1.6. Newsletter / priopćenja za HR tržište namijenjeno poslovnom okruženju	80
4.2. WEB STRANICE I DRUŠTVENE MREŽE	80
4.2.1. Održavanje web portala.....	80
4.2.2. Facebook / Instagram Kvarner	82
4.3. TURISTIČKI PROMOTIVNI MATERIJALI LOKALNIH TURISTIČKIH ZAJEDNICA ...	84
4.3.1. Info i promo materijali lokalnih TZ-a	84
4.4. USPOSTAVLJANJE MARKETINŠKE INFRASTRUKTURE TEMELJENE NA INFORMATIČKIM TEHNOLOGIJAMA.....	84
4.4.1. Digitalna turistička destinacijska platforma / projekt „PGŽ – pametna regija“ u suradnji s razvojnom agencijom Primorsko-goranske županije.....	84
4.4.2. Otkup fotografija	85
4.5. AKTIVNOSTI STRATEŠKOG I OPERATIVNOG MARKETING PLANA	85
4.5.1. Internet oglašavanje	85

4.5.2. Sajamski nastupi	88
4.5.3. Prezentacije u organizaciji TZ Kvarnera	96
4.5.4. SKAL kongres, 15-20.10.2020.	103
4.5.5. Rijeka - EPK, 2020.....	104
4.5.6. Predsjedavanje HR EU.....	104
4.5.7. Studijska putovanja	104
4.5.7.1. Studijska putovanja novinara	104
4.5.7.2. Studijska putovanja agenata i "Buy Croatia" radionice	108
4.5.7.3. Prihvat snimanja reality show emisija	108
4.5.8. Brošure i ostali promotivni materijali.....	109
4.5.8.1. Info brošura – kalendar događanja	109
4.5.8.2. Kvarner Magazin 2020.	109
4.5.8.3. Info i promo materijali	110
4.5.8.3.1. Tisak i dotisak brošura	110
4.5.8.3.2. Grafičke pripreme brošura	110
4.5.8.3.3. Ostali promotivni materijal	110
4.5.8.3.4. Video materijal.....	111
4.5.9. www.kvarner.hr – redesign WEB portala	111
4.6. KOORDINACIJA I PROVEDBA UDRUŽENOG OGLAŠAVANJA NA REGIONALNOJ RAZINI	114
4.6.1. Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora ...	114
4.6.2. Oglašavanje s avio prijevozniciima	115
4.7. DJELOVANJE TURISTIČKE ZAJEDNICE I TURISTIČKOG UREDA TZ KVARNERA S INFO PUNKTOVIMA TZ KVARNERA	116
4.7.1. Turistički ured TZ Kvarnera.....	116
4.7.2. Tijela TZ kvarnera	118
4.7.3. Info punktovi: Kvarner Info i info punkt na Zračnoj luci Rijeka	119
4.7.3.1. Kvarner info - Vrata Jadrana	119
4.7.3.2. Info punkt na Zračnoj luci Rijeka	119

UVOD

U turizmu je svaka godina i svaki ciklus aktivnosti izazovan i po nečemu poseban, budući je turizam jedna od najosjetljivijih gospodarskih grana uopće, na koju utječu gotovo sva kretanja, od lokalnih do globalnih, od društvenih, gospodarskih i političkih do prirodnih i tzv. više sile. A u 2020-toj godini zatekla nas je nezamisliva zdravstvena kriza koja se proširila cijelim svijetom i turizam bacila na koljena.

Nikad teža godina, potpuno neizvjesna, ali pod okolnostima pandemije, završava boljim rezultatima od očekivanih uslijed pandemije COVID-19.

Naime, nakon rekordne 2019. godine TZ Kvarnera planirala je za 2020-tu godinu ostvarenje istog fizičkog prometa kao u 2019. godini, a to je 3,1 mil dolazaka i 19,1 mil noćenja u komercijalnom i nekomercijalnom smještaju (3 milijuna dolazaka i 15,5 milijuna noćenja u komercijalnom smještaju)

2020. godina započela je s velikim očekivanjima i zaista optimistično:

- ⇒ 01.01.2020. stupio je na snagu novi Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, Zakon o članarinama u turističkim zajednicama i Zakon o turističkoj pristojbi, kojima je uz ostalo, definirana nova preraspodjela turističke pristojbe i članarine na način da županijskim zajednicama pripada 15% umjesto 10% od prihoda, što je značilo i značajno povećanje aktivnosti;
- ⇒ u 2020-tu godinu TZ Kvarnera krenula je s brojnim priznanjima primljenim u 2019. godini te ih je marketinški trebala početi koristiti, a najvažnije je bilo uvrštenje u „TOP 10 regija“ koje se po Lonely Planetu moraju posjetiti u 2020-toj godini i odličje „Best in Travel“ za 2020-tu godinu;
- ⇒ 2020-te počela je dugo očekivana godina EPK, a istovremeno je Hrvatska počela šestomjesečno razdoblje predsjedanja Europskom unijom, što je dodatno trebalo „kapitalizirati“ turističke adute;
- ⇒ 2020-te trebalo je obilježiti domaćinstvo Svjetskom Skål kongresu, u Opatiji i Rijeci, pod motom „SKÅL Congress in the European Capital of Culture 2020“, na kojem se očekivalo oko 1.000 sudionika iz svjetske turističke branše, a što bi za rezultat imalo vrhunsku promidžbu i za što se TZ Kvarnera, zajedno sa Skål klubom natjecala i borila pune 2 godine.

Cijeli Kvarner trebao je biti vibrantna pozornica raznih tematskih manifestacija, sportska arena značajnih sportskih događanja, utrka, regata, svi restorani mjesta eno-gastro uživanja, a „Kvarner Effekt“ pretvara regiju u wellbeing boravak.

I. TURISTIČKA 2020. GODINA

Kvarner je u turističku 2020. godinu krenuo s odličnim dvomjesečnim rezultatima - tijekom siječnja i veljače ostvareno je 16% više noćenja i 16% više dolazaka, a višegodišnje statističke analize potvrđivale su nam stalan i stabilan rast.

Dolaskom pandemije započeo je potpuni preokret:

- već 27.02.2020. Turističko vijeće TZ Kvarnera i Nadzorni odbor (TV 10 i NO 6) donose odluku o zaustavljanju aktivnosti i pristupa se rebalansu Programa rada s financijskim planom za 2020. godinu.
- Turističko vijeće 29.04.2020. (TV 11) donosi odluku o stavljanju Programa rada i Financijskog plan za 2020. godine izvan funkcije, a u izradi je izmjena i dopuna.

Sukladno tome i razvoju epidemiološke situacije, TZ Kvarnera se prilagodila, otkazala niz već pripremljenih aktivnosti koje su bile pred realizacijom, kao i niz planiranih, a među najznačajnije prilagodbe ubrajamo:

- ⇒ Preuzimanje vođenja i upravljanja društvenim mrežama iz ureda i preusmjeravanje svih aktivnosti na digitalno poslovanje - od samih početaka pandemije, svoju komunikaciju s tržištima TZ Kvarnera održavala je putem društvenih mreža i web portala, s porukama #VisitKvarnerTomorrow i #CroatiaLongDistanceLove, koja je bila poveznica s HTZ-om ali i sustavom lokalnih turističkih zajednica s područja Kvarnera;
- ⇒ Uvođenje objava Kvarnera na novoj platformi TravMedia.com, najvećoj svjetskoj press mreži za turistički sektor, održavana je stalna komunikaciju s novinarima, „influencerima“, medijskim profesionalcima i ostalim predstavnicima turističke industrije poput turističkih menadžment kompanija i organizacija, PR-agencija i sl., kojima je ova mreža i namijenjena;
- ⇒ Redovitim sudjelovanjem Kvarnera u newsletteru HTZ-a koji je namijenjen isključivo hrvatskim poslovnim partnerima, dodatno se animiralo domaće tržište;
- ⇒ Prateći događanja na tržištu, fokus je prebačen na goste iz nama najbližih zemalja: Slovenije, Austrije, Češke i Mađarske, ali i Njemačke, Poljske i Slovačke, kao i na domaće tržište.

Prilagodba i angažman TZ Kvarnera u doba pandemije koronavirus:

- ⇒ Sudjelovanje u nekim sjednicama stožera civilne zaštite PGŽ i stožera za zarazne bolesti PGŽ;
- ⇒ Redovita komunikacija s Nastavnim zavodom za javno zdravstvo PGŽ /epidemiološkom službom, koordinacija i obavještanje turističkog sektora - upute za djelovanje u svi segmentima turističke ponude;
- ⇒ Zahvaljujući izvrsnom sustavu javnog zdravstva i organiziranom provođenju mjera zaštite, predvođenom Nastavnim zavodom za javno zdravstvo PGŽ, ali i tradiciji zdravstvenog turizma, na Kvarneru se uspjelo očuvati kontroliranu epidemiološku situaciju, a u svibnju je Hrvatska pristupila planskom otvaranju granica i samim time djelomično omogućio početak ljetne turističke sezone;
- ⇒ TZ Kvarnera kreirala je i plasirala letak (newsletter) pod nazivom „Kvarner ponovno diše turistički“ vodeći se sintagmom „Najveće bogatstvo je zdravlje“. Newsletter je komunicirao informacije o stabilnom epidemiološkom stanju u regiji i zemlji, i to na

4 strana jezika. Bio je distribuiran svim raspoloživim kanalima, upravo kako bi širili dobar glas o Kvarneru i pozvali goste da nas i ove godine posjete;

- ⇒ Tako je u prvih osam mjeseci na Kvarneru ostvareno gotovo 10 milijuna noćenja, što je 60% noćenja u usporedbi s istim razdobljem rekordne 2019. godine. U srpnju i kolovozu na Kvarneru je ostvareno više od 8 milijuna noćenja i time se doseglo 68% noćenja usporedimo li s prošlogodišnjim srpnjem i kolovozom. To su rezultati koji su nadmašili sva očekivanja i prognoze, uzimajući u obzir nametnute i zaista ograničavajuće okolnosti poslovanja u vrijeme pandemije;
- ⇒ Uslijedilo je ponovno stavljanje Hrvatske na crvene liste zemalja Italije, Austrije i Slovenije, te se odmah osjetio pad u dolascima i noćenjima tih gostiju, kao i otkazivanje još izvrsnog bookinga za rujan i postsezonskih najava.

Sažetak:

Fizički rezultati ostvareni tijekom 2020-te godine su bolji nego što je početkom pandemije i uvođenjem restrikcija u putovanju, bilo očekivano i projicirano. U prvih deset mjeseci 2020. godine na Kvarneru je ostvareno 1,426 milijuna dolazaka i 10,846 milijuna noćenja, čime je dosegnuto i realizirano 47% dolazaka, te 58% noćenja, u odnosu na isto razdoblje lanjske 2019. godine.

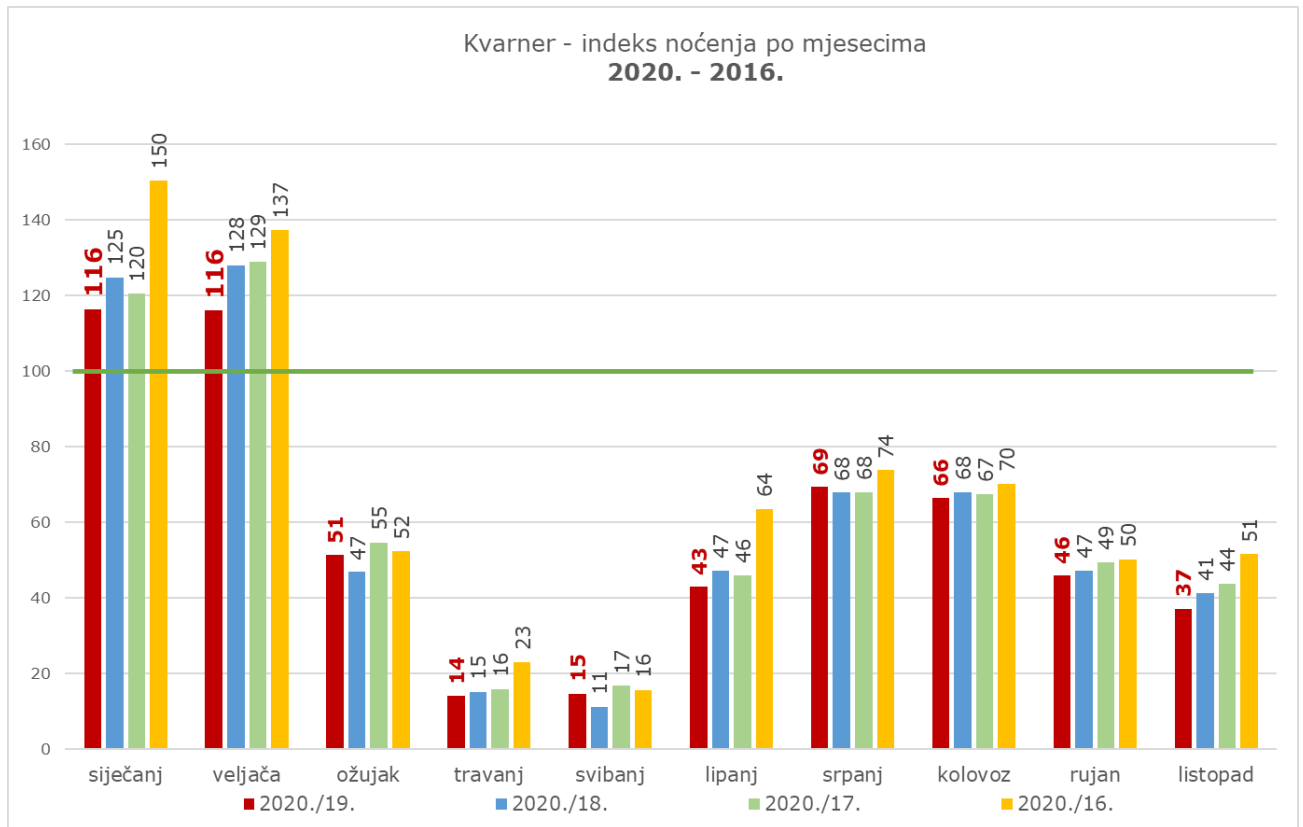
U 2020-toj godini bilo je više nego ikada prije važno umrežavanje informacija i aktivnosti svih dionika u turizmu. Članovi Turističkog vijeća održali su 7 sjednica Turističkog vijeća TZ Kvarnera (od siječnja do konca listopada), na kojima su se donosile mjere za prilagodbu uvjetima poslovanja u potpuno neočekivanoj i nezamislivoj situaciji pandemije virusa COVID-19. Zahvaljujući pravovremenim reakcijama i sprovedenim rebalansom financija i aktivnosti tijekom godine, ova 2020-godina privodi se kraju s optimizmom za 2021. godinu.

II. STATISTIKA
II.1. REZULTATI FIZIČKOG TURISTIČKOG PROMETA U RAZDOBLJU SIJEČANJ-LISTOPAD 2020. GODINE

U prvih deset mjeseci 2020. godine na Kvarneru je ostvareno 1,426 milijuna dolazaka i 10,846 milijuna noćenja, što, nakon niza godina s rastućim indeksima, predstavlja drastičan pad od 53% u dolascima i 42% u noćenjima u odnosu na isto razdoblje 2019. godine. U siječnju i veljači je ostvareno 16% više noćenja nego u istom razdoblju 2019. godine. Tijekom ožujka nastupaju nove okolnosti uzrokovane pandemijom virusa COVID-19 i od tog trenutka turistički promet je značajno smanjen. Tablica prikazuje podatke po mjesecima i usporedbu s istim razdobljima prethodne godine.

Razdoblje	DOLASCI	NOĆENJA	Indeks (2020/19)	
			DOLASCI	NOĆENJA
I/2020	27.500	100.000	117	116
II/2020	37.000	110.000	116	116
I-II/2020	64.500	210.000	116	116
III/2020	13.000	80.000	25	51
IV/2020	2.000	68.500	1	14
V/2020	20.000	111.500	10	15
VI/2020	210.000	1.148.000	41	43
PREDESEZONA	309.500	1.618.000	31	38
VII/2020	497.000	3.893.000	67	69
VIII/2020	494.000	4.139.000	59	66
SEZONA	991.000	8.032.000	63	68
I-VIII/2020	1.300.500	9.650.000	51	60
IX/2020	94.500	998.500	29	46
X/2020	31.000	197.500	22	37
POSEZONA	125.500	1.196.000	27	44
I-X/2020	1.426.000	10.846.000	47	58

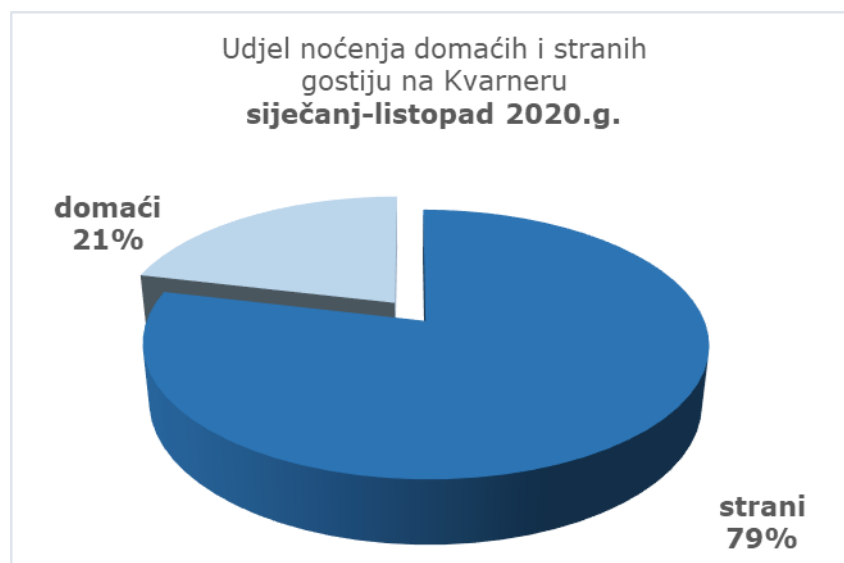
Izvor: eVisitor, stanje na 08.11.2020.



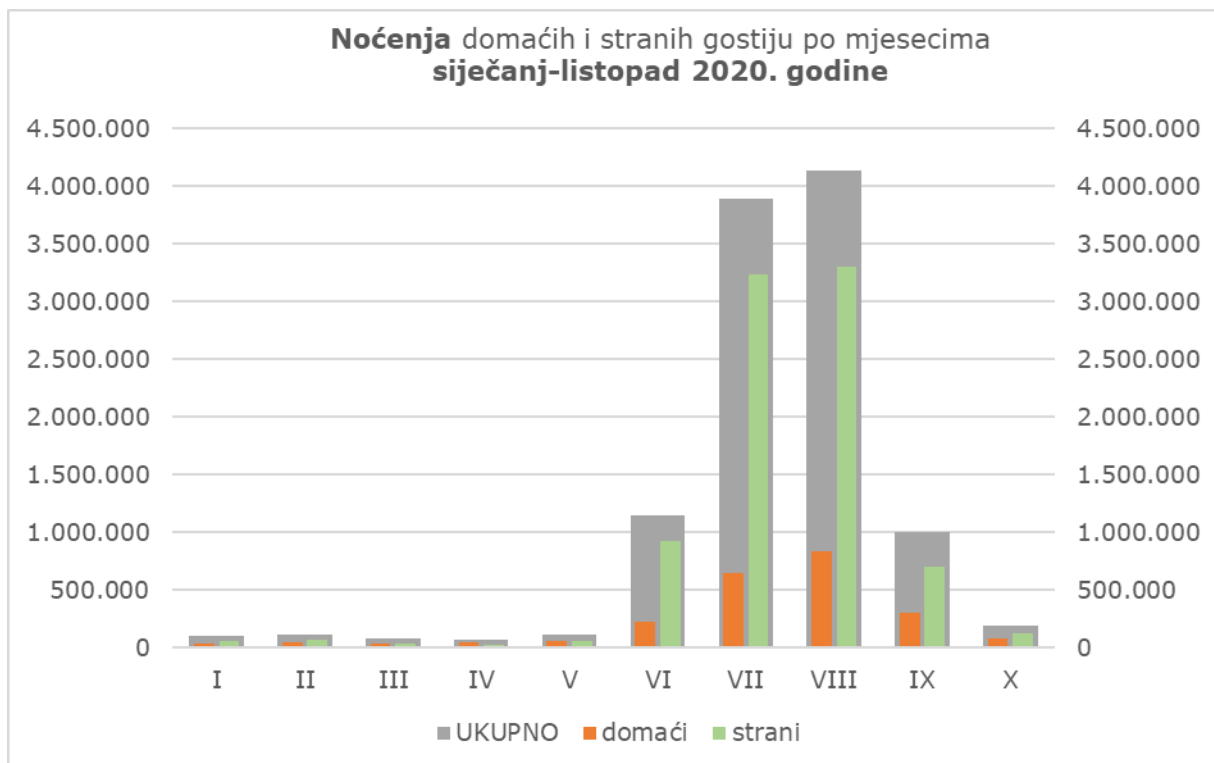
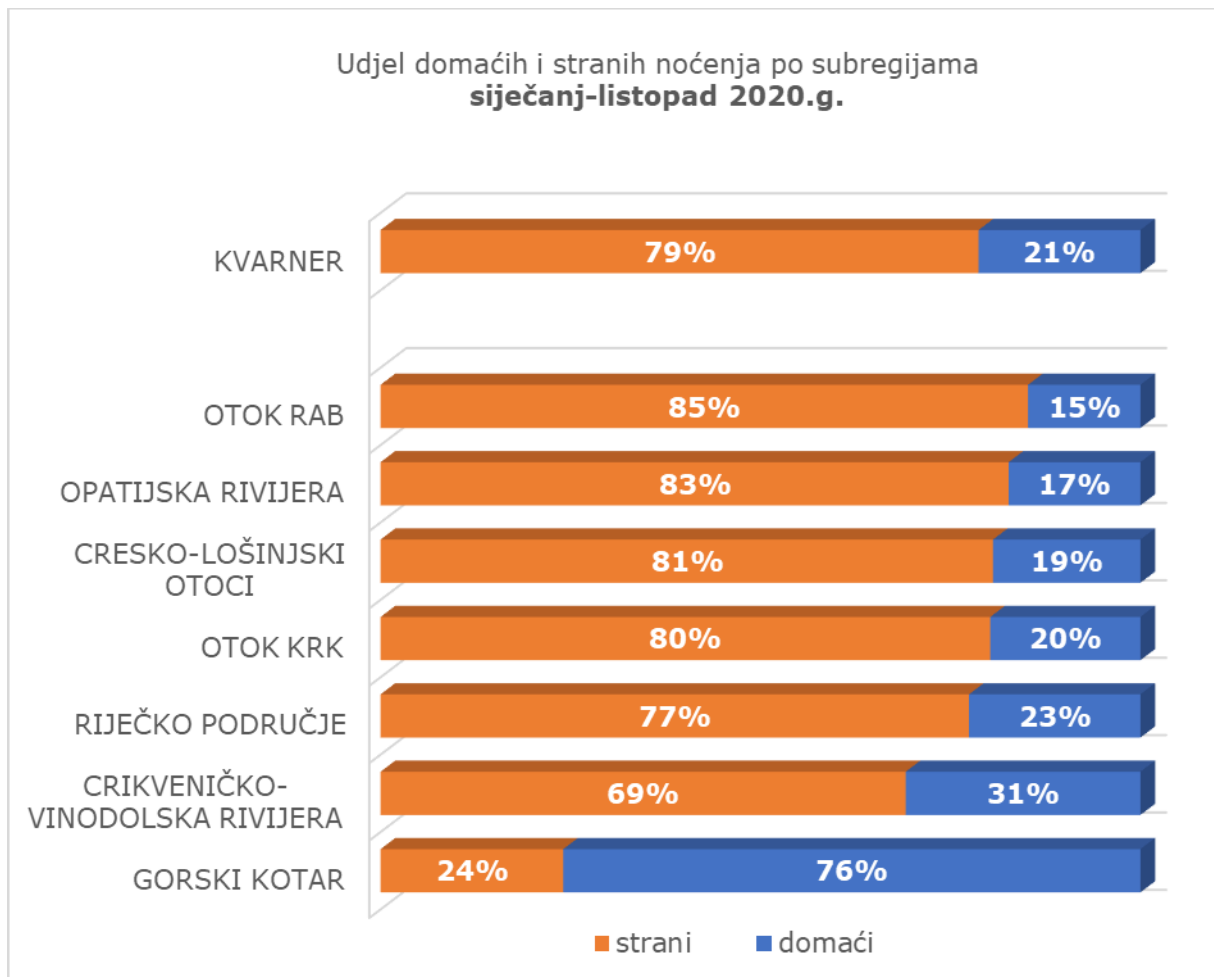
Izvor: eVisitor, stanje na 08.11.2020.

Domaći gosti su ostvarili 287.000 dolazaka i 2.309.000 noćenja (80% u odnosu na siječanj-listopad 2019.), a **strani** 1.138.000 dolazaka i 8.536.000 noćenja (54% u odnosu na siječanj-listopad 2019.). Izraženo u postocima, na domaće goste otpada 21%, a na strane 79% od ukupnog broja noćenja.

S obzirom na udjel noćenja u pojedinoj subregiji, domaći gosti su najzastupljeniji u Gorskom kotaru, a najmanje su zastupljeni među gostima na otoku Rabu.



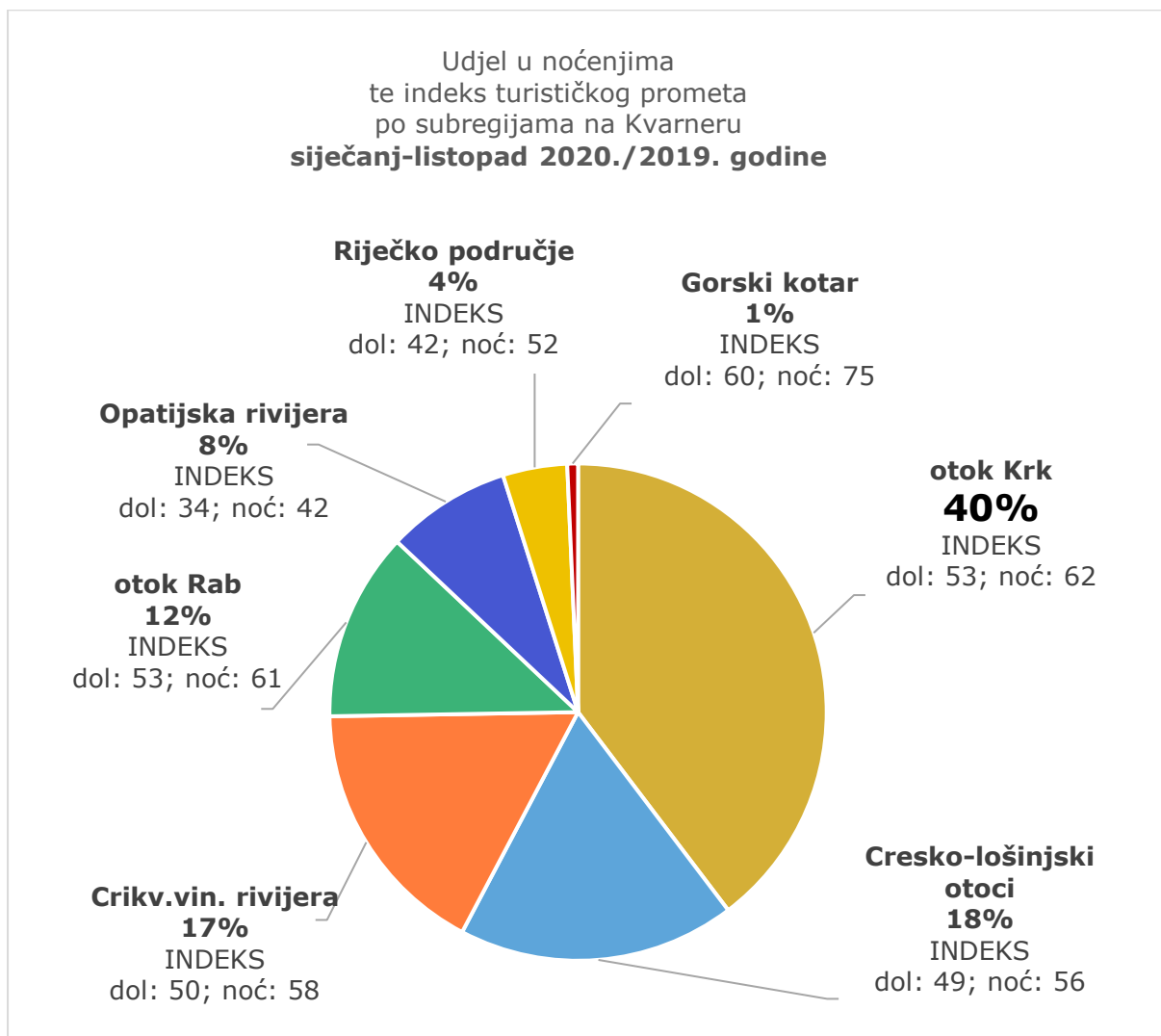
Izvor: eVisitor, stanje na 08.11.2020.



Izvor: eVisitor, stanje na 08.11.2020.

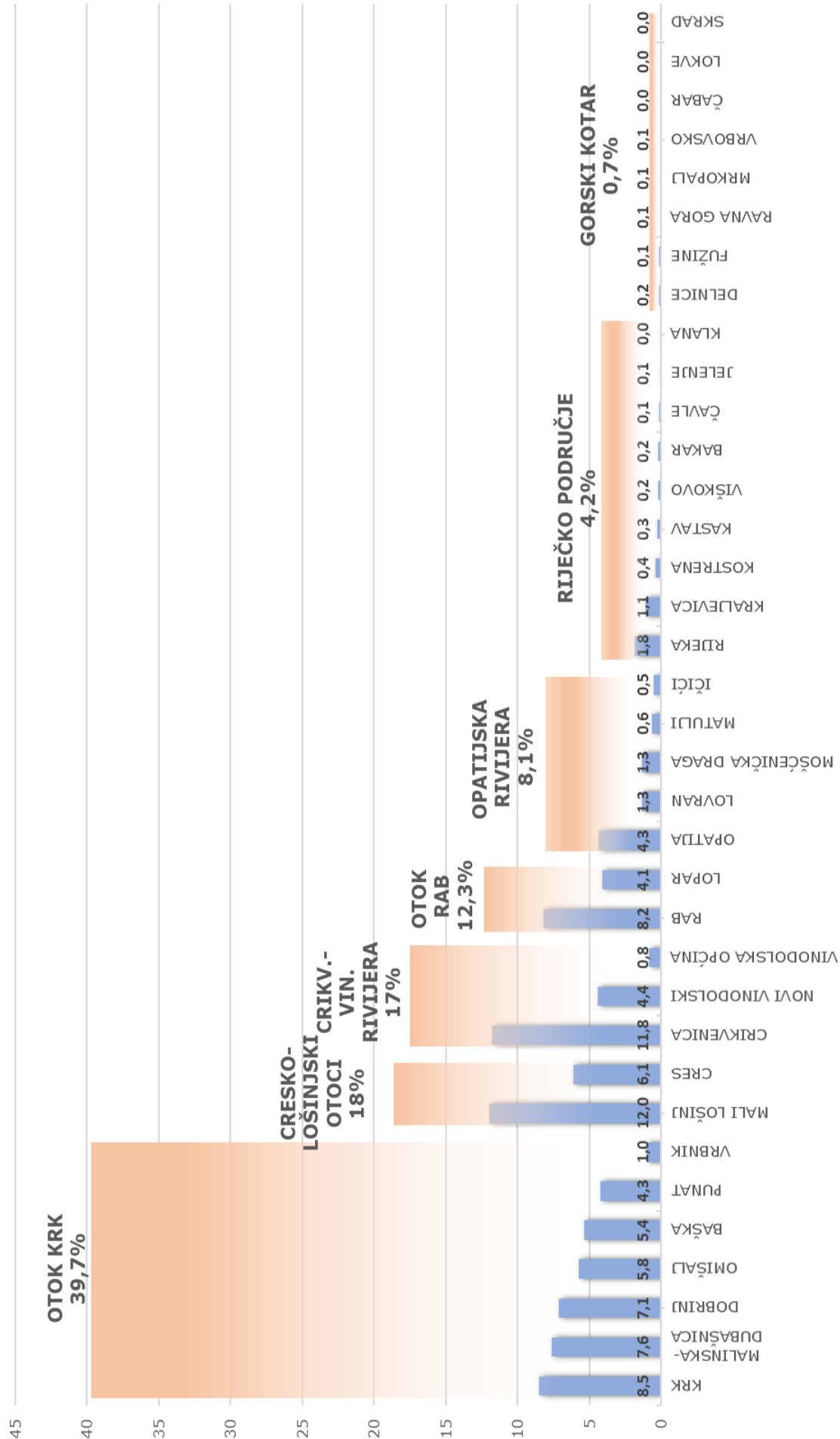
Po subregijama:

- otok Krk je ostvario najveći broj noćenja, 4,3 milijuna, što iznosi 39,7% ukupnog udjela u županijskim noćenjima Kvarnera
- Cresko-lošinjski otoci: 1,96 milijuna noćenja; udjel 18%
- Crikveničko-vinodolska rivijera: 1,85 milijuna noćenja; udjel 17%
- otok Rab: 1,33 milijuna noćenja; udjel 12,3%
- Opatijska rivijera: 878.000 noćenja; udjel 8,1%
- Riječko područje: 454.000 noćenja; udjel 4,2%
- te Gorski kotar: 76.000 noćenja s udjelom od 0,7% u županijskim noćenjima u razdoblju od siječnja do listopada 2020. godine



Izvor: eVisitor, stanje na 08.11.2020.

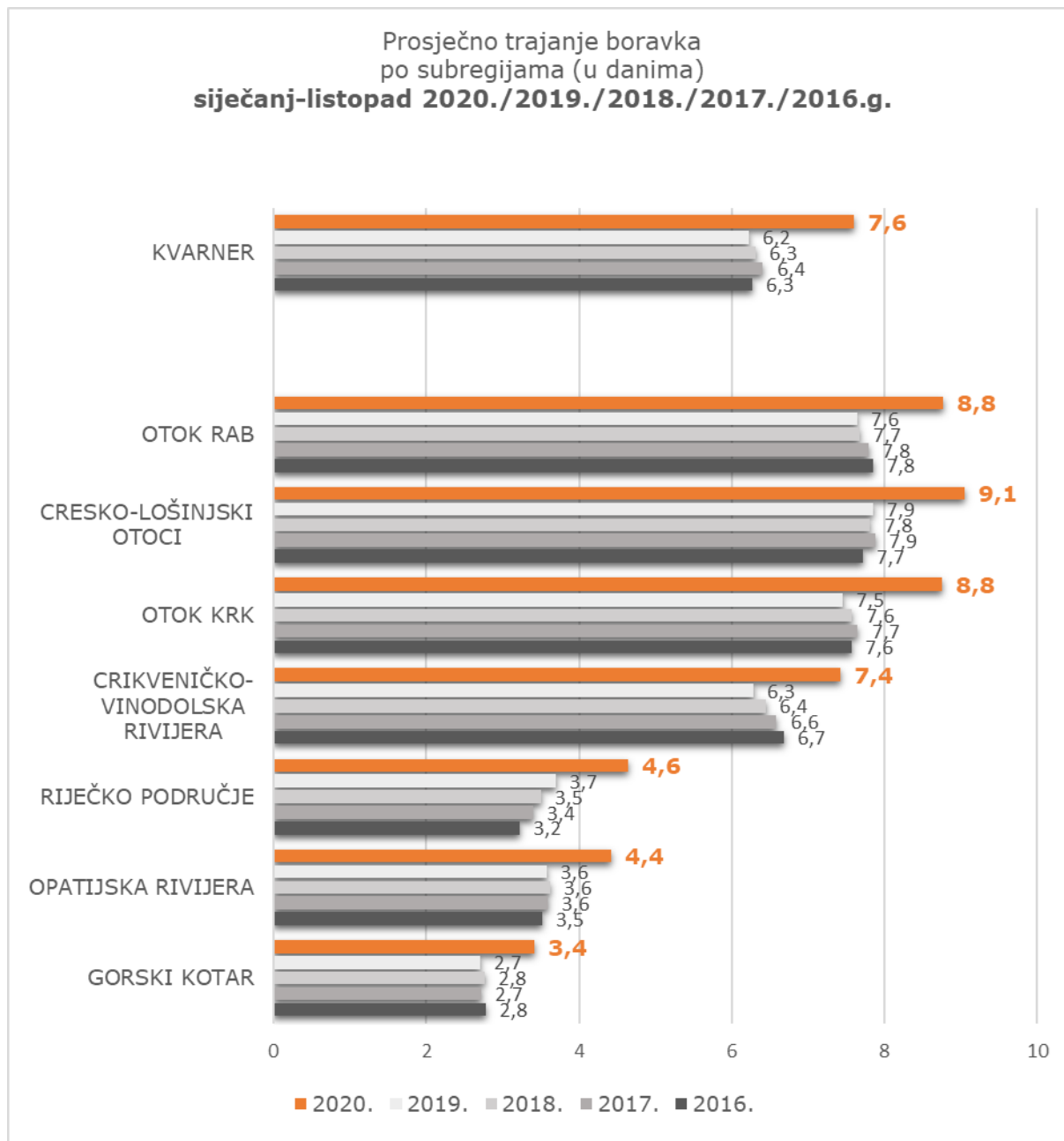
Udjel u noćenjima na Kvarneru po subregijama i turističkim zajednicama
siječanj-listopad 2020.



Vrijeme ažurnosti podataka: 8.11.2020. 8:57
 Razdoblje: 01.01.2020. - 31.10.2020.

KVARNER - NOĆENJA PO SUBREGIJAMA																
Razdoblje	OPATIJSKA RIVIJERA		RIJEČKO PODRUČJE		CRIKV.-VIN. RIVIJERA		OTOK KRK		CRESKO-LOŠINJSKI OTOCI		OTOK RAB		GORSKI KOTAR		UKUPNO	
	2020	ind. /19	2020	ind. /19	2020	ind. /19	2020	ind. /19	2020	ind. /19	2020	ind. /19	2020	ind. /19	2020	ind. /19
I.	34.735	120	27.947	110	6.977	113	8.068	105	11.939	142	1.481	87	8.840	117	99.987	116
%	35%	103	28%	95	7%	97	8%	90	12%	122	1%	75	9%	100	100%	100%
II.	42.841	116	30.808	108	8.962	136	10.044	123	10.250	133	1.315	90	5.475	103	109.695	116
%	39%	100	28%	94	8%	117	9%	106	9%	114	1%	78	5%	88	100%	100%
III.	18.112	26	17.342	54	11.794	74	17.670	108	8.437	50	3.035	140	3.469	99	79.859	51
%	23%	52	22%	105	15%	144	22%	210	11%	97	4%	273	4%	194	100%	100%
IV.	9.946	8	10.963	24	11.007	22	23.354	17	5.966	7	2.802	11	4.420	78	68.458	14
%	15%	54	16%	170	16%	156	34%	120	9%	47	4%	81	6%	557	100%	100%
V.	13.343	8	12.506	22	16.562	18	42.265	17	16.949	12	5.721	9	4.030	59	111.376	15
%	12%	58	11%	151	15%	126	38%	115	15%	85	5%	62	4%	404	100%	100%
VI.	85.328	30	38.797	38	148.521	35	497.072	49	237.484	46	133.836	41	7.180	64	1.148.218	43
%	7%	70	3%	89	13%	81	43%	114	21%	108	12%	96	1%	149	100%	100%
I.-VI.	204.305	29	138.363	48	203.823	34	598.473	42	291.025	38	148.190	35	33.414	83	1.617.593	38
%	13%	76	9%	126	13%	90	37%	110	18%	99	9%	93	2%	220	100%	100%
VII.	269.332	58	122.159	58	675.926	66	1.558.254	73	728.848	69	526.135	73	12.639	61	3.893.293	69
%	7%	84	3%	84	17%	96	40%	105	19%	100	14%	105	0%	88	100%	100%
VIII.	302.381	56	140.250	57	790.348	68	1.628.774	70	713.240	62	545.534	70	18.616	77	4.139.143	66
%	7%	84	3%	86	19%	103	39%	105	17%	94	13%	106	0%	115	100%	100%
VII.-VIII.	571.713	57	262.409	58	1.466.274	67	3.187.028	71	1.442.088	66	1.071.669	71	31.255	69	8.032.436	68
%	7%	84	3%	85	18%	99	40%	105	18%	97	13%	105	0%	103	100%	100%
IX.	71.836	28	32.899	42	152.581	48	443.966	52	188.054	43	103.270	44	5.778	66	998.384	46
%	7%	62	3%	91	15%	105	44%	114	19%	93	10%	96	1%	145	100%	100%
X.	29.740	20	20.611	49	22.525	35	73.679	42	36.201	51	9.489	36	5.359	79	197.604	37
%	15%	54	10%	133	11%	95	37%	114	18%	137	5%	97	3%	214	100%	100%
IX.-X.	101.576	25	53.510	44	175.106	46	517.645	51	224.255	44	112.759	43	11.137	72	1.195.988	44
%	8%	57	4%	100	15%	104	43%	115	19%	100	9%	98	1%	163	100%	100%
I.-X.	877.594	42	454.282	52	1.845.203	58	4.303.146	62	1.957.368	56	1.332.618	61	75.806	75	10.846.017	58
%	8%	72	4%	91	17%	102	40%	108	18%	98	12%	106	1%	131	100%	100%

U 2020. godini je osjetno produženo prosječno trajanje boravka gostiju i to na svim subregijama. Jedan od razloga je dulji boravak u komercijalnom smještaju (6,0 dana u 2020. naspram, 5,3 dana u 2019. godini), a drugi je veća zastupljenost nekomercijalnog prometa u odnosu na prethodne godine (boravak u tom segmentu smještaja traje višestruko duže nego u komercijalnom smještaju).



Izvor: eVisitor, stanje na 08.11.2020.

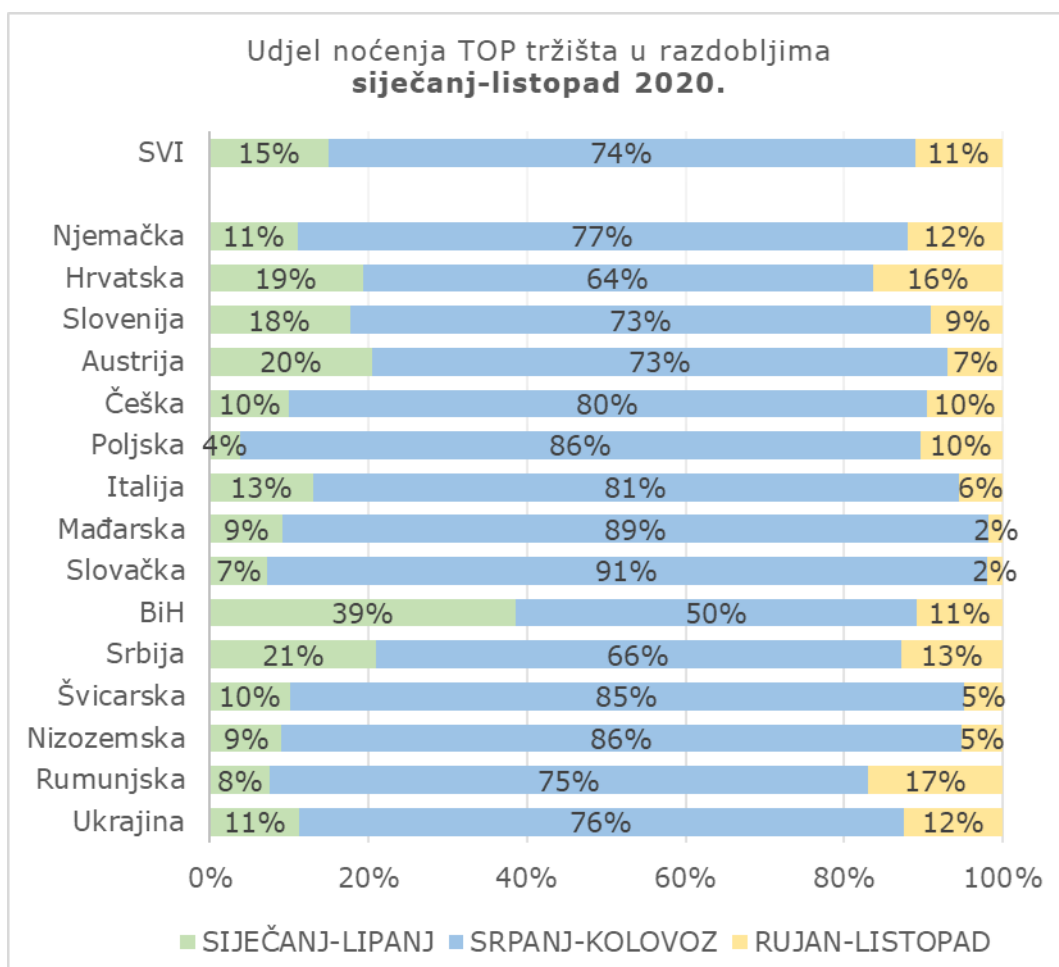
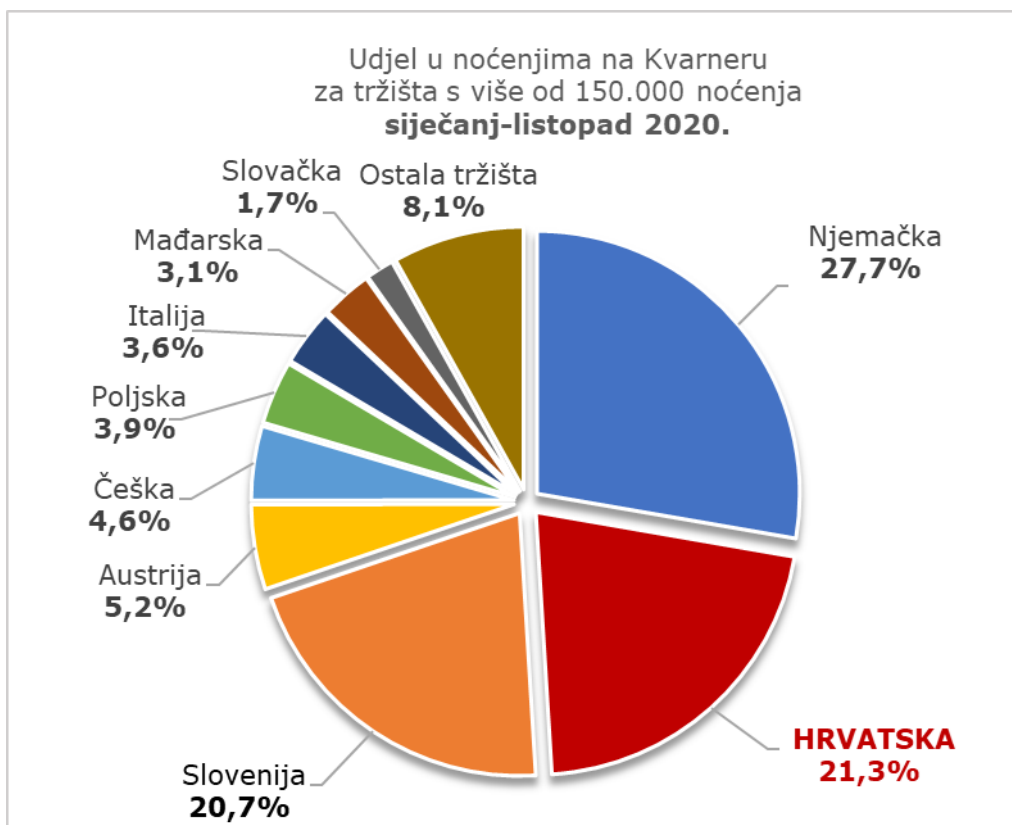
Po tržištima: Najveći broj inozemnih noćenja na Kvarneru u razdoblju siječanj-listopad 2020. godine ostvarili su gosti iz Njemačke (35%), slijede gosti iz Slovenije (26%), Austrije (7%), Češke (6%), Poljske i Italije (po 5%) te Mađarske (4%).

Vrijeme ažurnosti podataka: 8.11.2020. 8:57

Razdoblje: 01.01.2020. - 31.10.2020.

KVARNER - NOĆENJA po TOP tržištima										
Razdoblje	NJEMAČKA		SLOVENIJA		HRVATSKA		AUSTRIJA		ČEŠKA	
	2020	ind. 2020 /19	2020	ind. 2020 /19	2020	ind. 2020 /19	2020	ind. 2020 /19	2020	ind. 2020 /19
I.	5.642	118	8.258	171	39.405	109	10.549	116	257	188
II.	3.925	173	12.333	128	44.711	108	8.733	127	430	171
III.	3.979	31	6.890	53	37.936	70	3.628	18	324	56
IV.	1.619	2	5.123	8	45.595	60	358	0	115	3
V.	9.358	5	29.933	29	54.988	53	1.853	2	669	7
VI.	309.004	39	334.698	84	222.277	60	90.748	29	47.818	36
VII.	1.086.420	90	908.284	85	652.560	79	236.441	55	211.897	78
VIII.	1.226.422	82	742.419	80	834.556	90	175.144	37	186.895	89
I-VIII.	2.646.369	70	2.047.938	79	1.932.028	79	527.454	36	448.405	72
IX.	320.739	47	162.592	57	299.640	86	31.965	12	44.558	65
X.	40.359	25	39.403	63	77.713	74	7.473	11	3.076	120
I-X.	3.007.467	65	2.249.933	77	2.309.381	80	566.892	32	496.039	71
% INO noc.	35%		26%		0%		7%		6%	
% SVI noc.	28%		21%		21%		5%		5%	

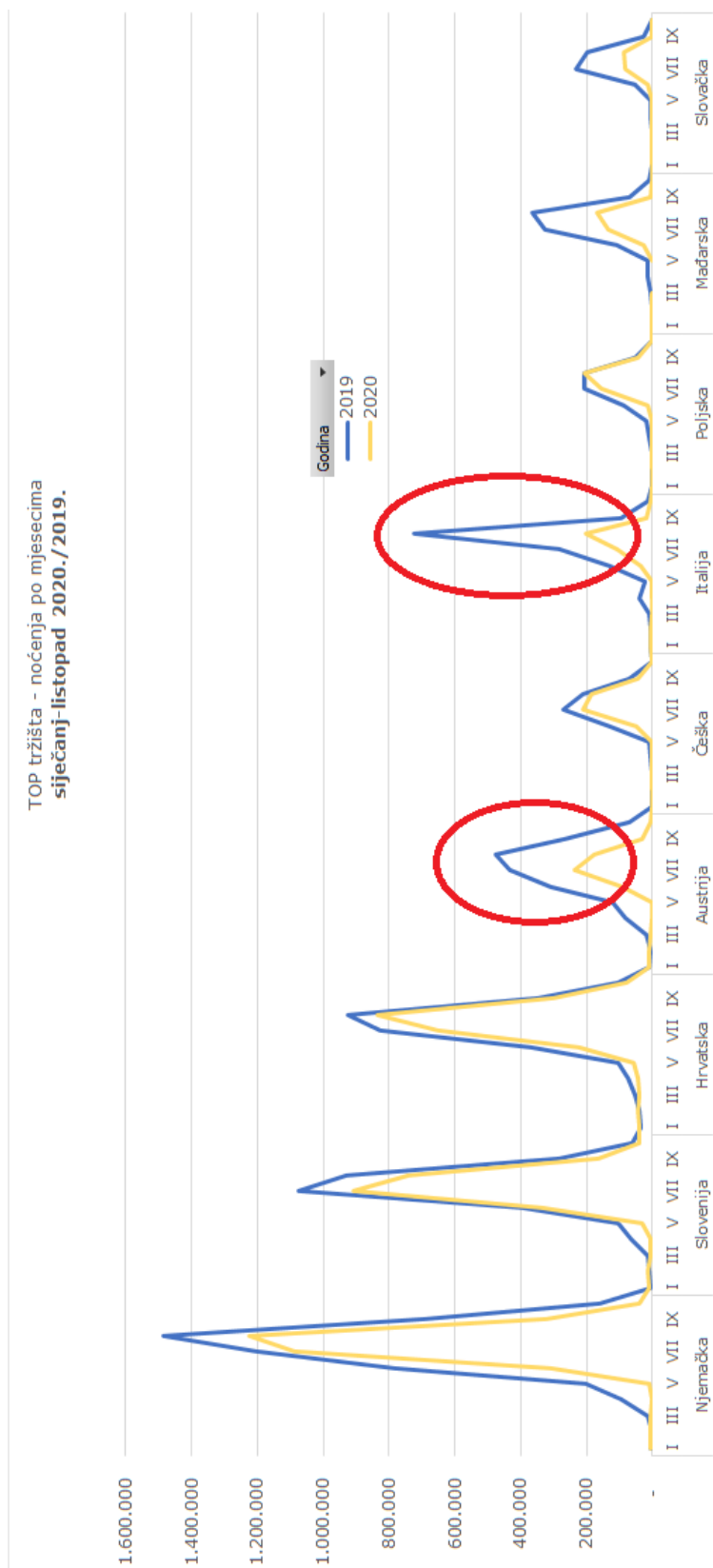
KVARNER - NOĆENJA po TOP tržištima										
Razdoblje	ITALIJA		POLJSKA		MAĐARSKA		SLOVAČKA		SVE ZEMLJE	
	2020	ind. 2020 /19	2020	ind. 2020 /19	2020	ind. 2020 /19	2020	ind. 2020 /19	2020	ind. 2020 /19
I.	6.772	113	548	112	1.099	112	421	132	99.987	116
II.	6.355	112	403	104	1.846	205	500	109	109.695	116
III.	1.390	15	313	36	401	10	271	27	79.859	51
IV.	796	2	121	1	0	0	132	3	68.458	14
V.	844	4	214	1	320	2	132	2	111.376	15
VI.	34.522	27	14.371	16	27.135	26	12.037	24	1.148.218	43
VII.	110.390	39	155.863	76	134.701	41	80.866	35	3.893.293	69
VIII.	204.048	28	208.212	101	167.507	46	88.938	45	4.139.143	66
I-VIII.	365.117	30	380.045	72	333.009	40	183.297	37	9.650.029	60
IX.	16.698	17	42.199	80	4.766	7	3.236	11	998.384	46
X.	4.794	34	1.725	56	1.218	14	503	32	197.604	37
I-X.	386.609	29	423.969	72	338.993	37	187.036	36	10.846.017	58
% INO noc.	5%		5%		4%		2%		79%	
% SVI noc.	4%		4%		3%		2%		100%	



Izvor: eVisitor, stanje na 08.11.2020.

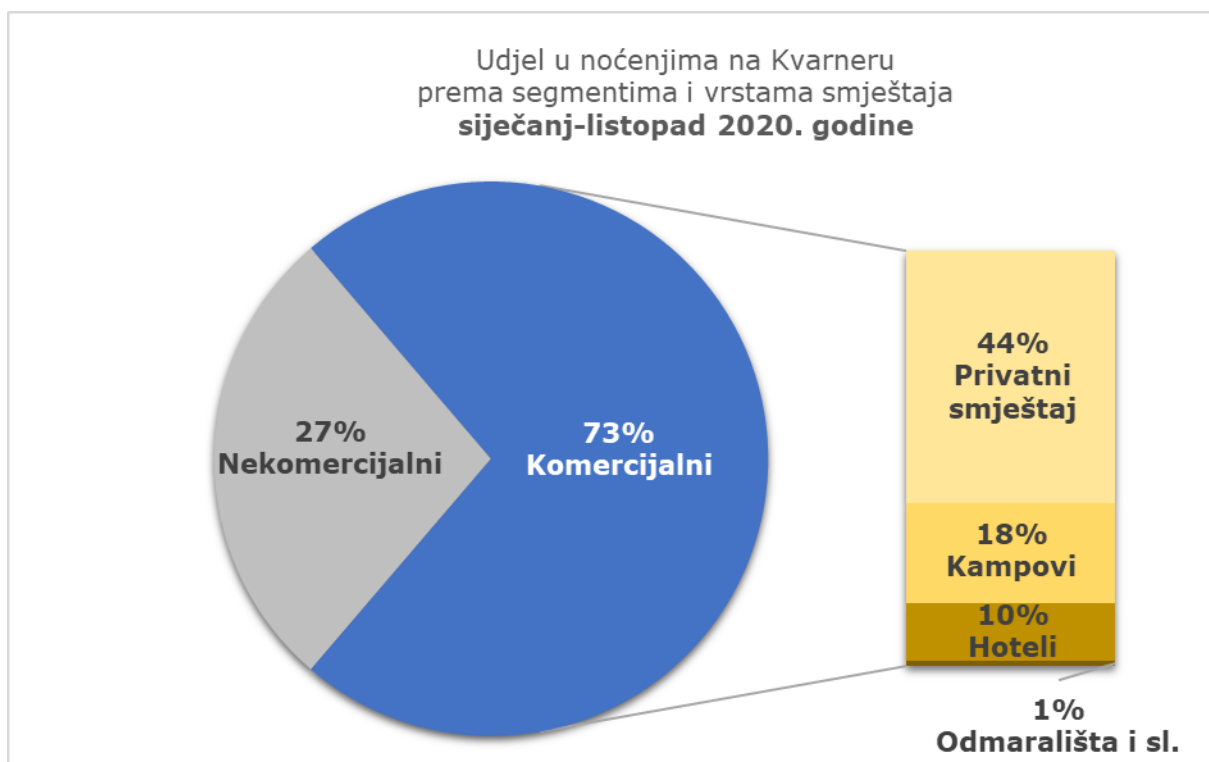
Najveći pad u broju noćenja u odnosu na prošlu godinu imali su gosti iz Austrije, Italije, Mađarske i Slovačke na što su zasigurno utjecale mjere koje su zemlje uvele nakon pojave virusa COVID-19.

Kod Njemačke, Slovenije, domaćih gostiju, Češke i Poljske pad prometa je bio znatno manji.

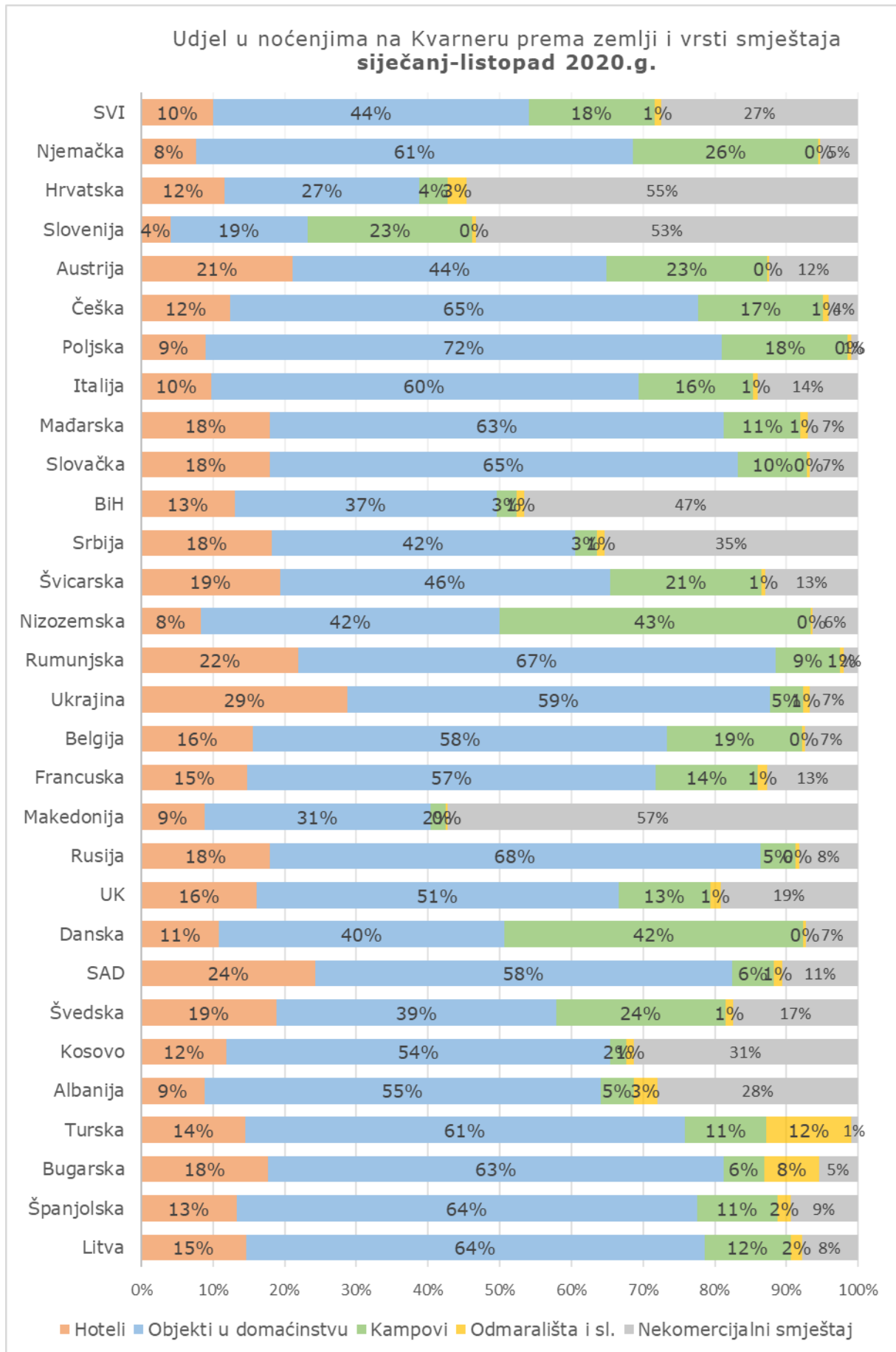


Po smještajnim kapacitetima: Od ukupnog broja ostvarenih noćenja 7,87 milijuna je ostvareno u komercijalnom (73% noćenja), a 2,98 milijuna u nekomercijalnom smještaju (27% noćenja). Gledajući po vrsti komercijalnog smještaju najviše noćenja, 4,77 milijuna ostvareno je u objektima u domaćinstvu, zatim 1,9 milijun noćenja u kampovima te 1,09 milijun noćenja u hotelima.

SEGMENT/VRSTA SMJEŠTAJA	SIJEČANJ-LISTOPAD 2020				
	TURISTIČKI PROMET			INDEKS	
	dolasci	noćenja	UDJEL noćenja	dolasci	noćenja
KOMERCIJALNI SMJEŠTAJ	1.308.392	7.867.024	73%	45%	52%
Objekti u domaćinstvu	711.078	4.769.529	44%	58%	62%
Kampovi	286.351	1.901.349	18%	48%	52%
Hoteli	281.404	1.091.439	10%	29%	31%
Odmarališta i sl.	29.559	104.707	1%	29%	28%
Nekomercijalni smještaj	117.360	2.978.993	27%	96%	83%
UKUPNO	1.425.752	10.846.017	100%	47%	58%

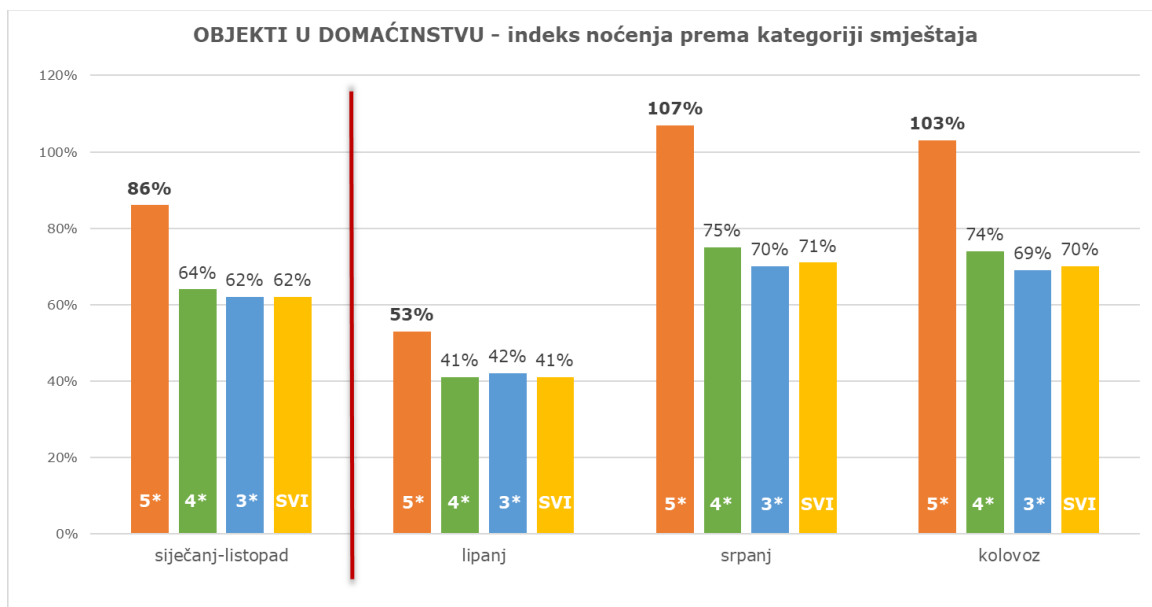
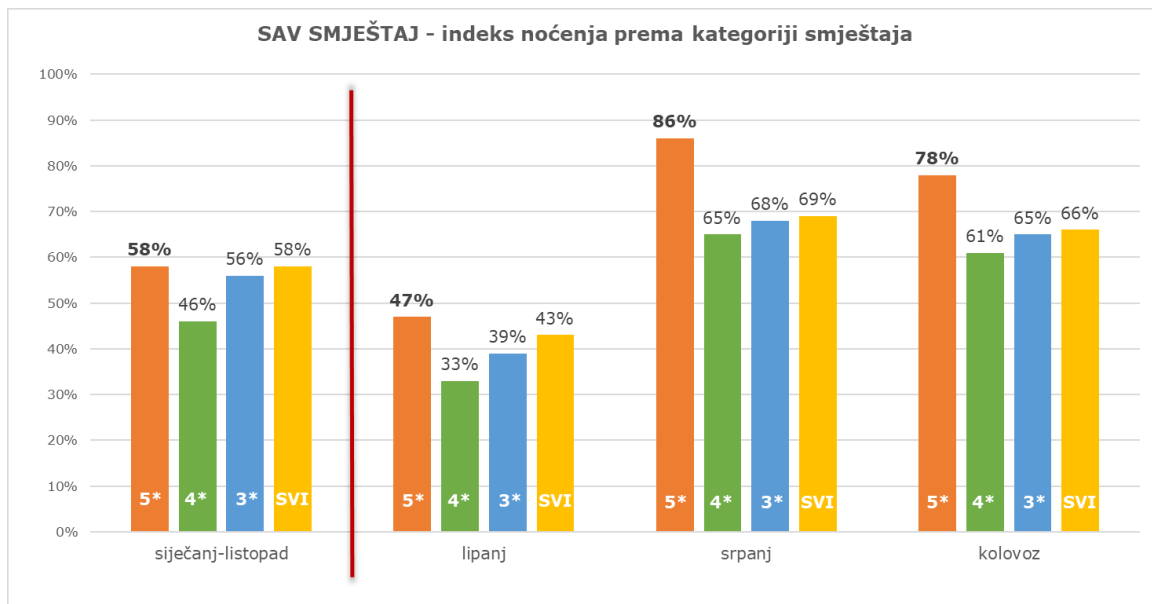


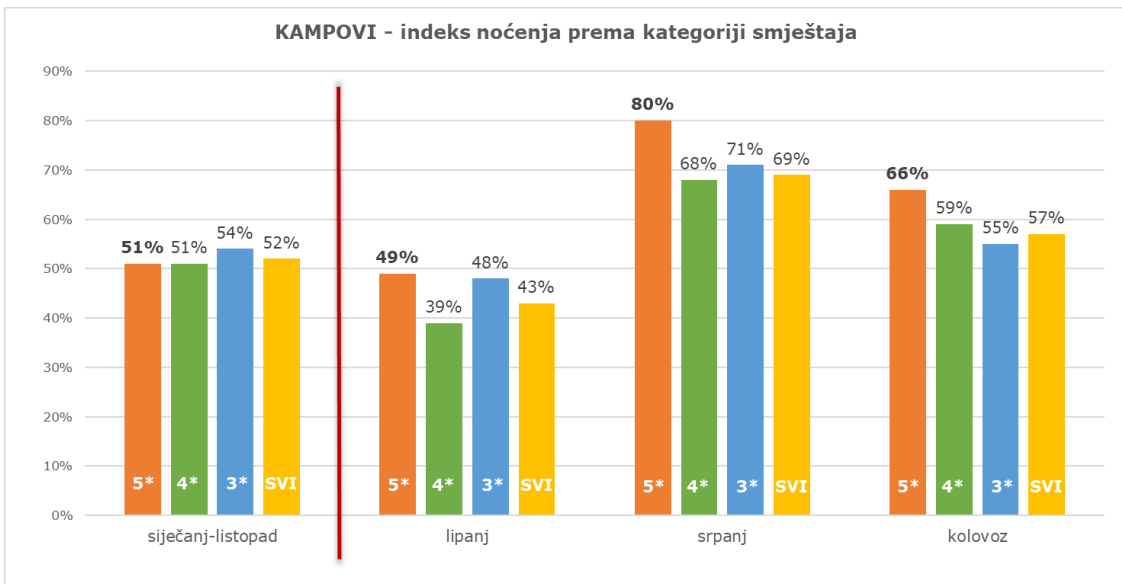
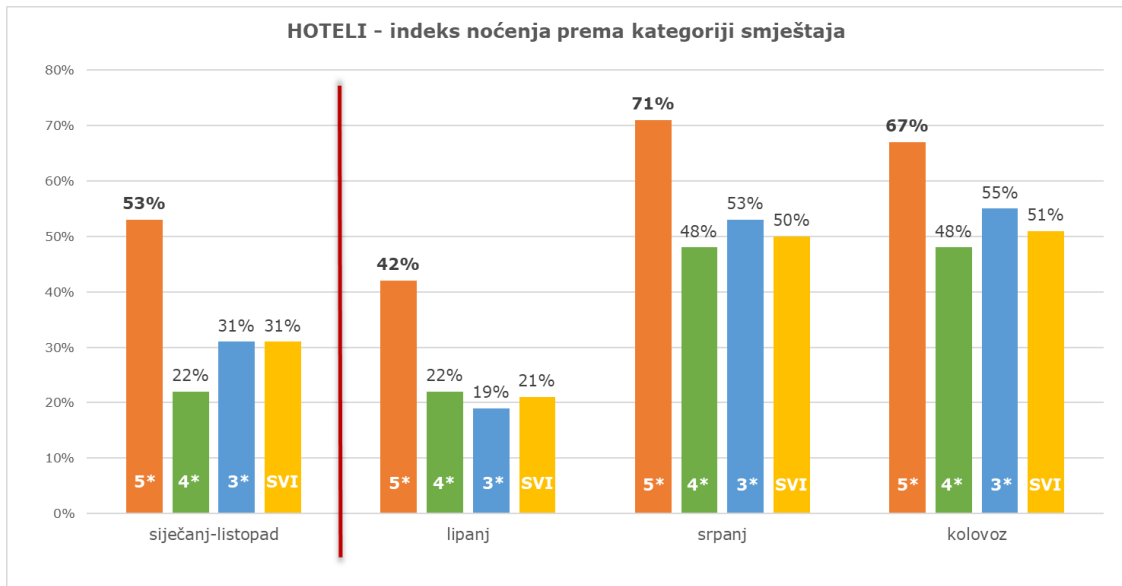
Izvor: eVisitor, stanje na 08.11.2020.



Izvor: eVisitor, stanje na 08.11.2020.

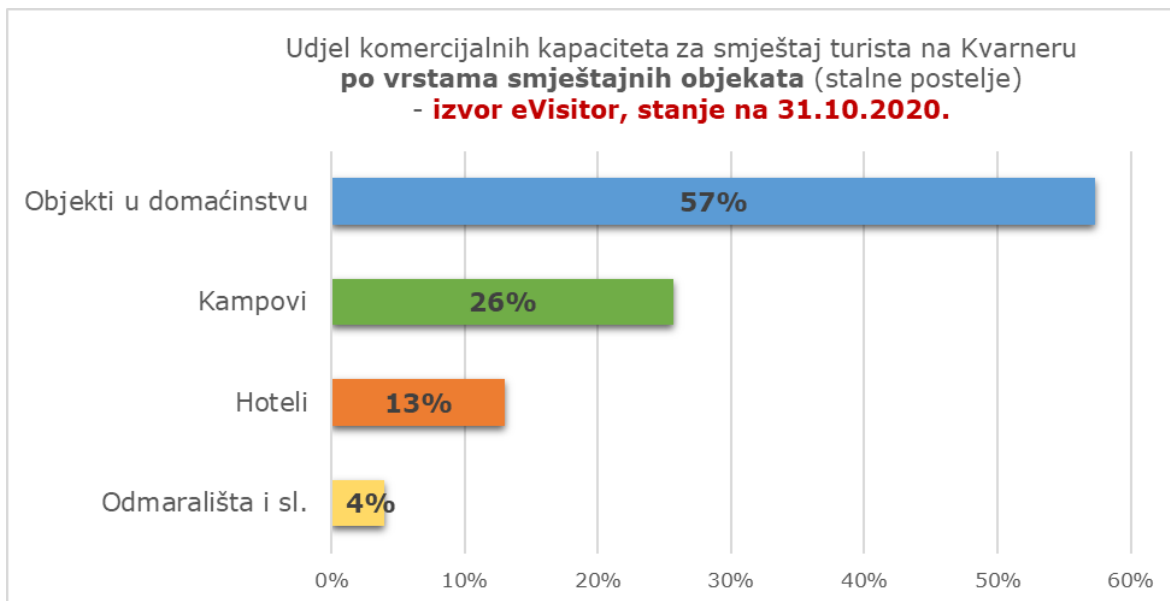
Prema kategoriji smještaja: Neovisno o vrsti smještaja, smještaj više kategorije zabilježio je više indekse noćenja, što je posebice vidljivo u mjesecima s najvećim turističkim prometom (lipanj, srpanj, kolovoz).



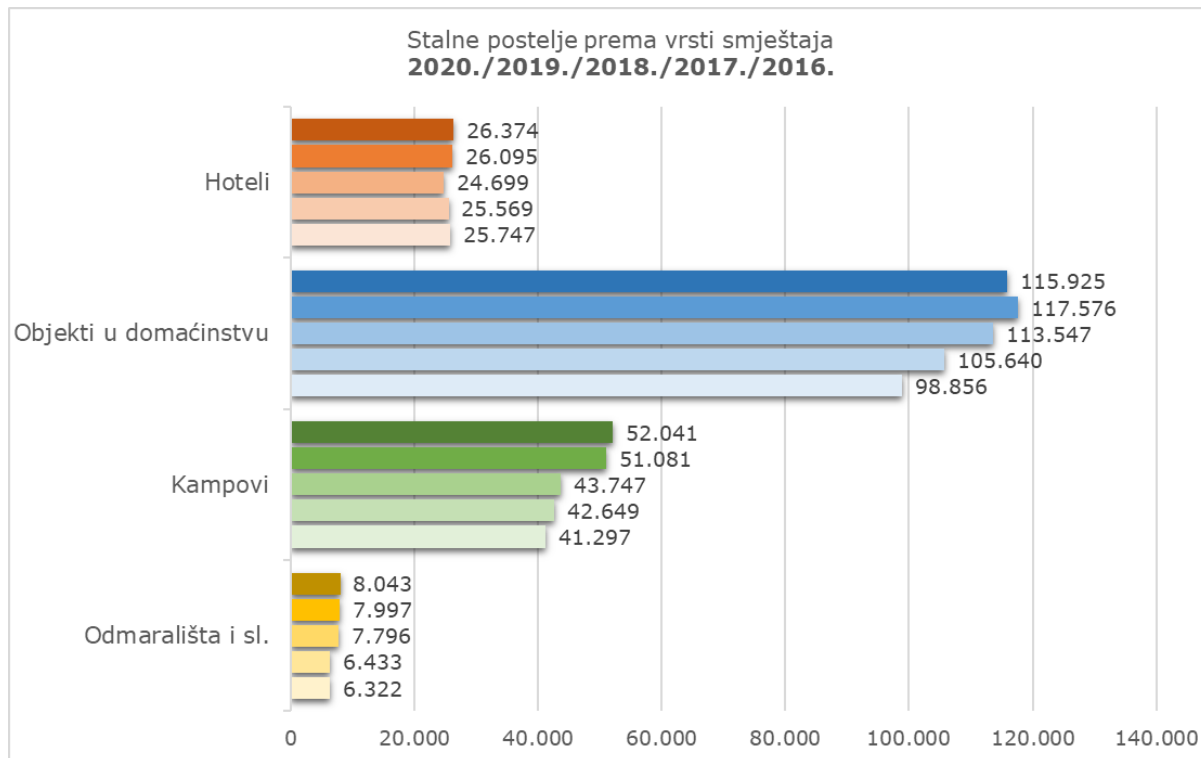


II.2. KAPACITETI ZA SMJEŠTAJ TURISTA NA KVARNERU

Kapaciteti za smještaj turista na Kvarneru po vrstama smještajnih objekata - usporedba na dan 31.10.2020. - 2016. (izvor **eVisitor**, stanje od 31.10.2020. na dan 09.11.2020.).

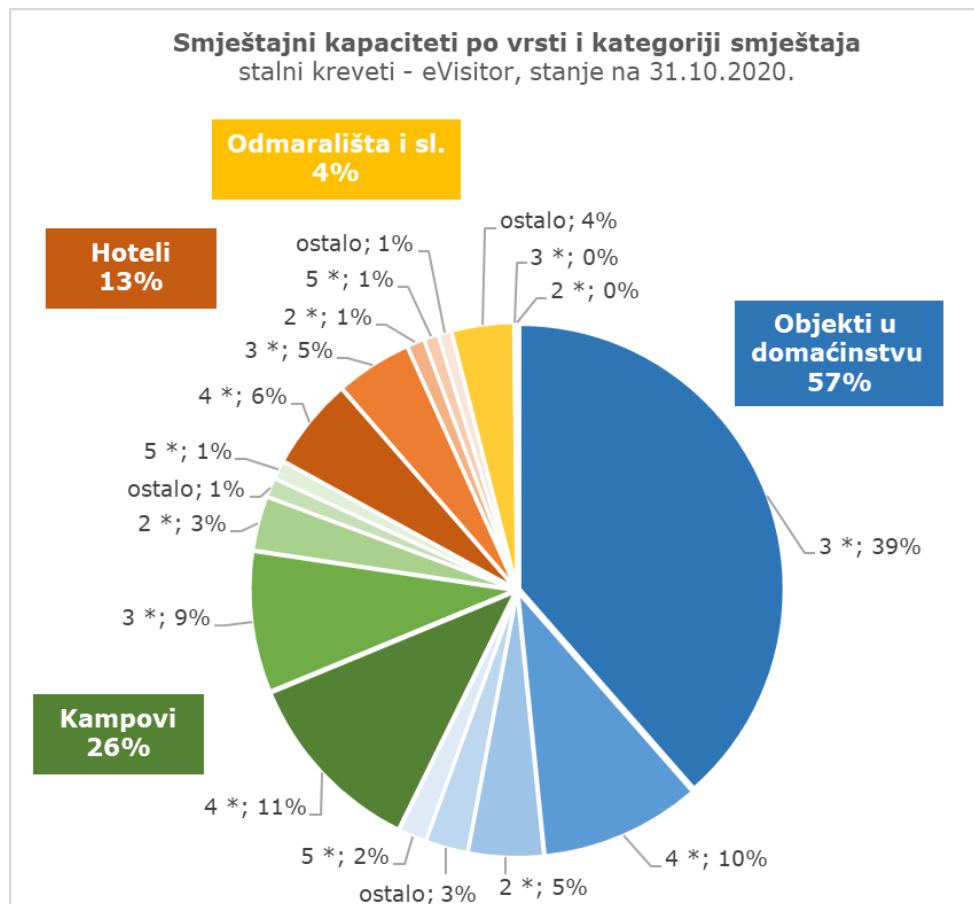


2020. godine nakon niza godina u kojima je rastao broj kreveta u objektima u domaćinstvu, na 31.10.2020. godine na Kvarneru ima **1.500 manje stalnih kreveta** u odnosu na 31.10.2019. godinu.



Izvor: eVisitor, stanje na dan 10.11.2020. za 31.10.2020.-2016.

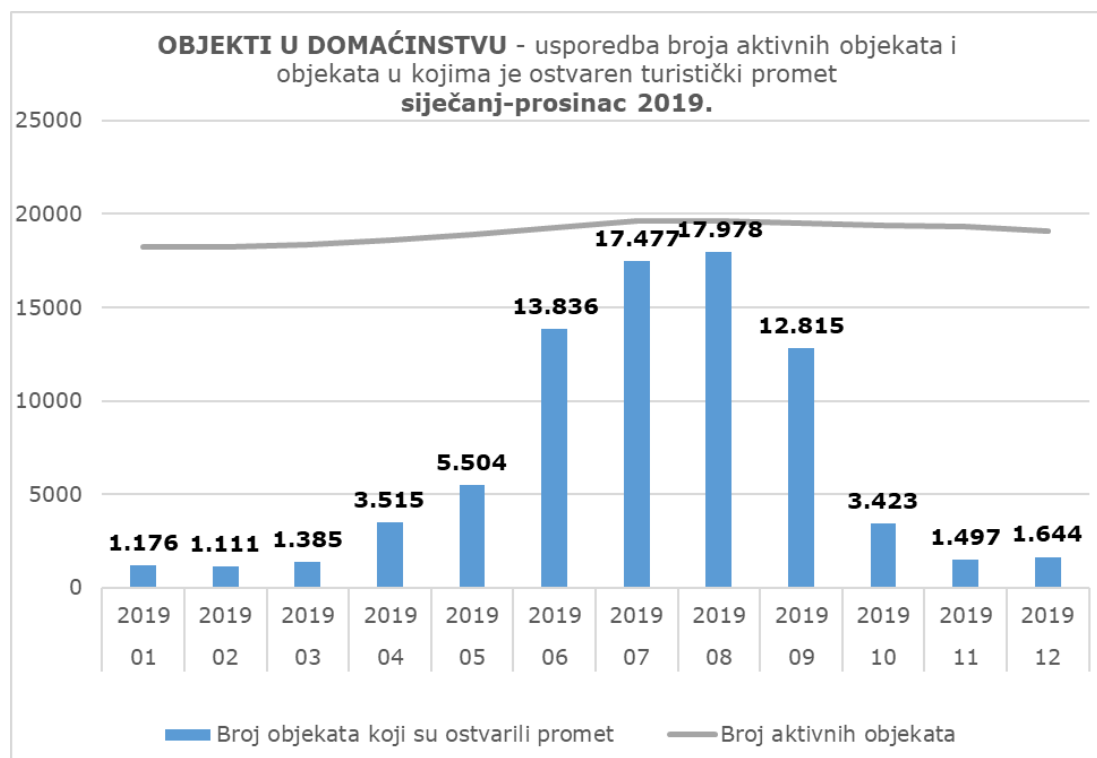
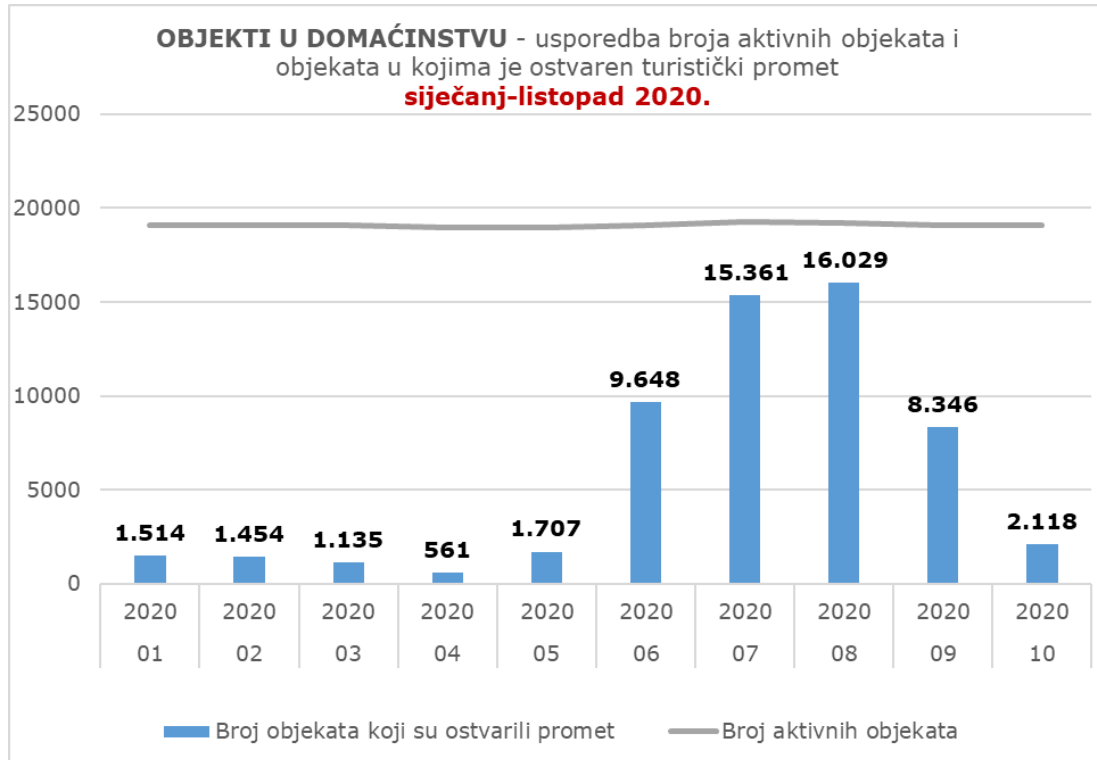
Vrsta / kategorija	Broj kreveta	% u vrsti	% u cjelokupnom smještaju
Objekti u domaćinstvu	115.925		57%
5 *	3.474	3%	2%
4 *	19.911	17%	10%
3 *	78.022	67%	39%
2 *	9.272	8%	5%
ostalo	5.246	5%	3%
Kampovi	52.041		26%
5 *	2.296	4%	1%
4 *	23.239	45%	11%
3 *	17.412	33%	9%
2 *	6.719	13%	3%
ostalo	2.375	5%	1%
Hoteli	26.374		13%
5 *	1.802	7%	1%
4 *	11.338	43%	6%
3 *	9.423	36%	5%
2 *	2.171	8%	1%
ostalo	1.640	6%	1%
Odmarališta i sl.	8.043		4%
3 *	238	3%	0%
2 *	111	1%	0%
ostalo	7.694	96%	4%
SVEUKUPNO	202.383		

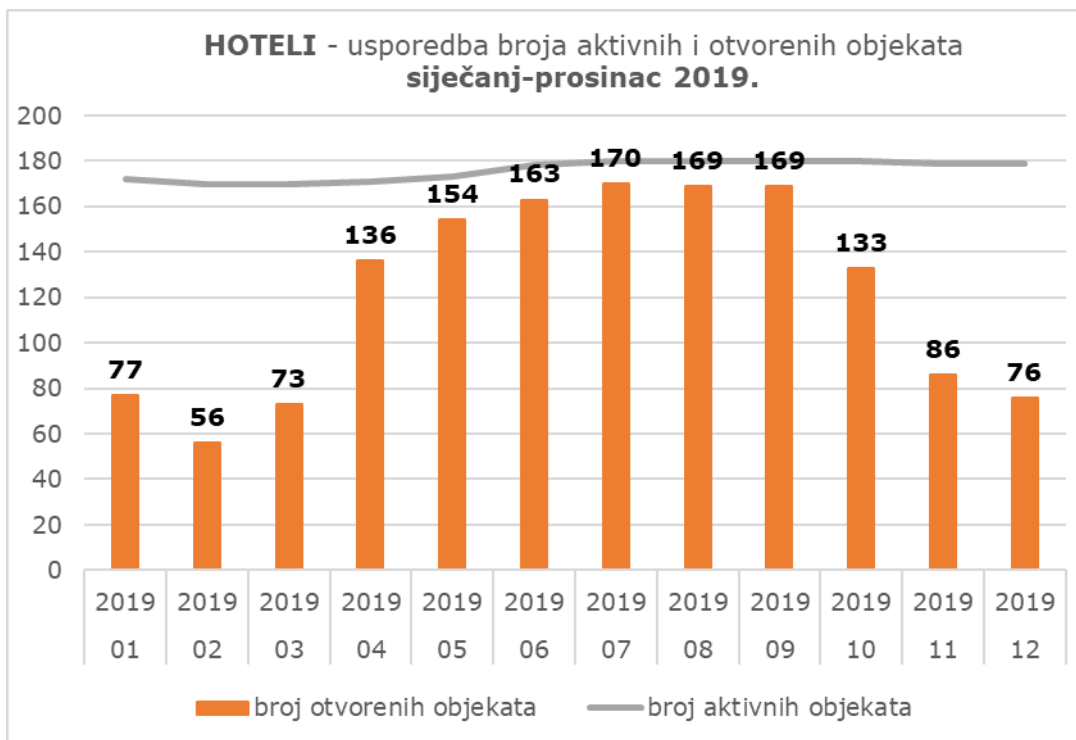
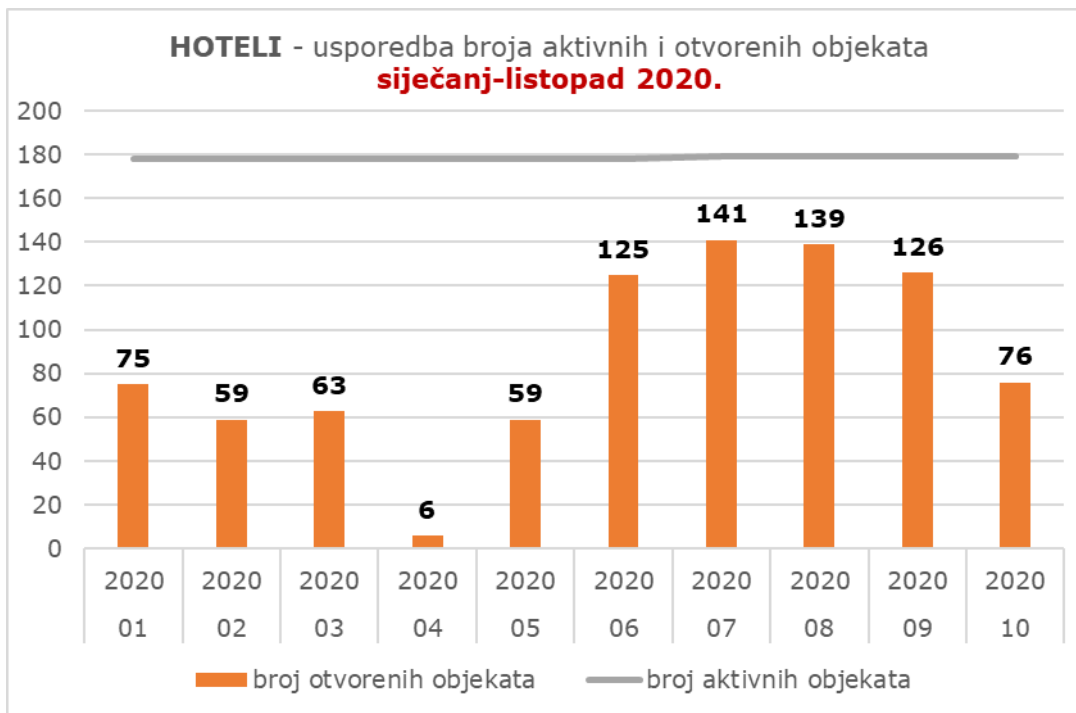


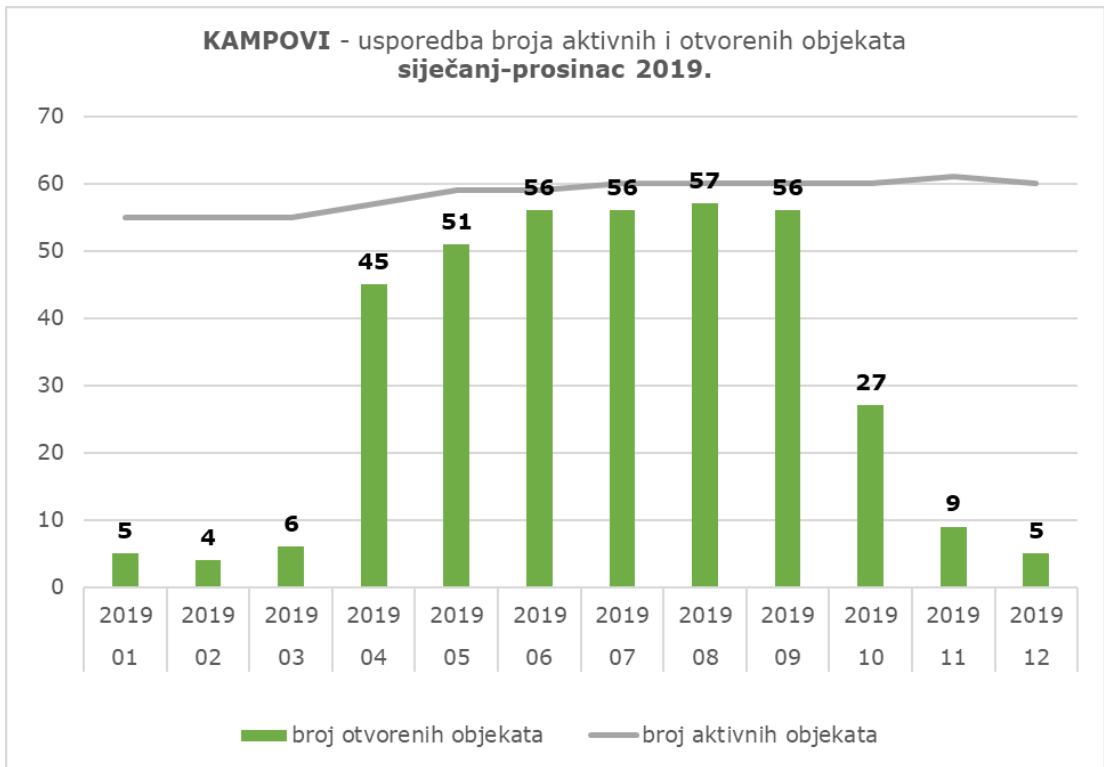
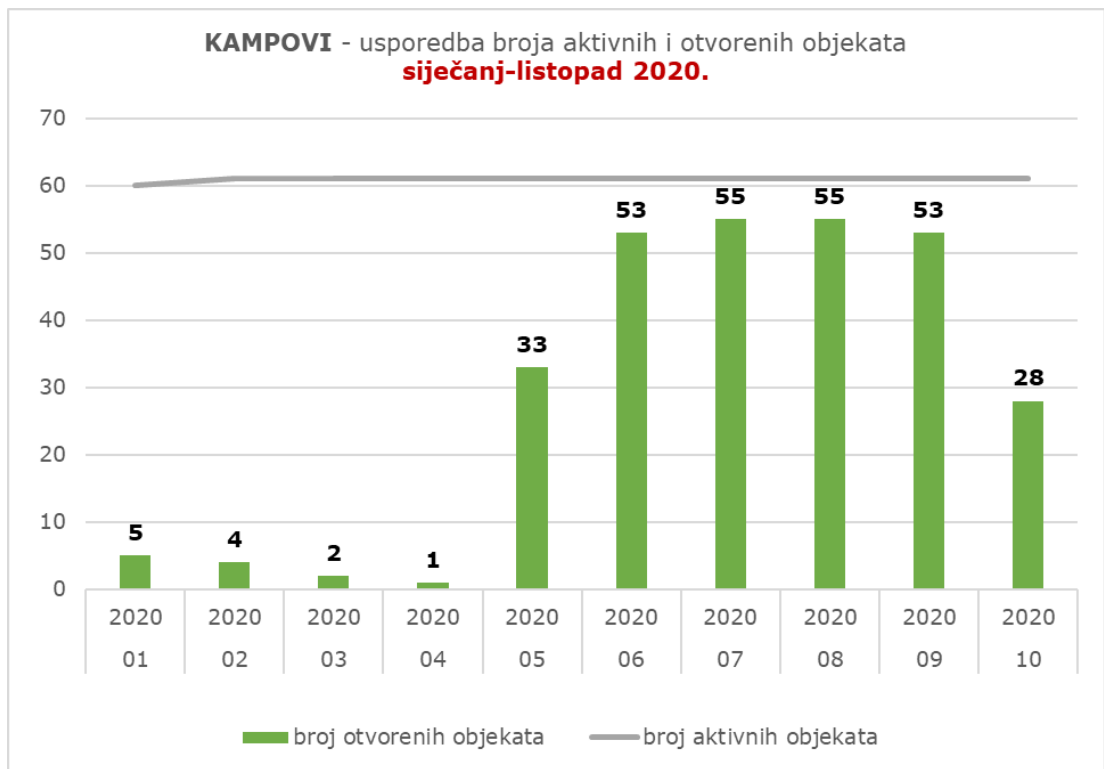
Izvor: eVisitor, stanje od 31.10.2020. na 10.11.2020.

Sljedeći grafovi prikazuju **omjer registriranih (aktivnih) objekata i objekata u kojima je ostvaren turistički promet** u određenom mjesecu. Analizirani su zasebno objekti u domaćinstvu, hoteli i kampovi. Radi usporedbe, ista obrada je napravljena i za 2019. godinu.

Manje otvorenih objekata tijekom 2020. u odnosu na 2019. godine primjetno je kod svih vrsta smještaja. Izuzetak su kampovi tijekom ljetnih mjeseci koji su tada bili otvoreni gotovo u istom broju kao i tijekom ljeta 2019. godine.







Podaci o smještajnim kapacitetima koje je objavio **Državni zavod za statistiku za 2020. godinu** su **oko 10% manji u odnosu na 2019. godinu**. S obzirom na to da DZS preuzima podatke iz informacijskog sustava eVisitor i daljnje ih statistički obrađuje uzimajući u obzir razne parametre, krajnji rezultat je posljedica specifičnosti ovogodišnjeg poslovanja. Iz tog razloga, za izradu ovogodišnji izvještaja su se koristili isključivo podaci iz informacijskog sustava eVisitor.

III. 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. Kvarner je nastavio 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

S obzirom na okolnosti koje su nastupile kao posljedični uzrok pandemije virusa COVID-19, tržišta koja su bila identificirana kao ona s nižom razinom marketinškog napora, tijekom 2020. godina istaknula su se kao prioritetna tržišta zbog blizine i vjernosti koju su pokazali Kvarneru i Hrvatskoj kao glavnoj destinaciji za ljetni odmor, čak i u kriznim trenucima i brojnim ograničenjima u putovanjima koja su uslijedila i bila na snazi. To se prvenstveno odnosi na tržište Poljske, Češke, Mađarske i Slovačke, te domaće tržište.

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“

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

S obzirom na promijenjene poslovne okolnosti uzrokovane pandemijom virusa COVID-19, tijekom 2020. godine produženo je važenje Strategije razvoja PGŽ. Nastavno na tu odluku, župan PGŽ i predsjednik TZ Kvarnera će predložiti Skupštini TZ Kvarnera produženje važenja Strateškog plana razvoja turizma Kvarnera sa strateškim i operativnim marketing planom 2016.-2020. godine do kraja 2021. godine.

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

U prosincu 2019. godine usvojen je Master plan turističkog razvoja Gorskog kotara koji obuhvaća razdoblje od 2020. od 2026. godine. Ovaj dokument uključuje i Strategiju marketinga i plan brendiranja, a savjetuje formalno udruživanje 9 lokalnih turističkih zajednica Gorskog kotara u zajedničku, formalnu, područnu turističku zajednicu Gorskog kotara. Početkom 2020. godine jedinice lokalnih samouprava započele su proces zatvaranja ili „stavljanje u stanje mirovanja“ lokalnih turističkih zajednica koje će se u trenutku osnivanja područne turističke zajednice ugasiti. Formalno osnivanje područne Turističke zajednice Gorskog kotara trebalo bi se dogoditi do konca 2020. godine.

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

Izrada akcijskog/operativnog plana za razvoj gastronomije na području Kvarnera bila je planirana u sklopu razvoja proizvoda i brendiranja proizvoda gastronomije, ali nije realizirana, u skladu s opetovanim preporukama Turističkog vijeća tijekom cijele 2020-te godine, kojima su se od samog početka pandemije COVID-19, još u veljači 2020. godine sve aktivnosti svele samo na one nužne, uslijed neizvjesnosti o prihodima i uopće neizvjesnosti o poslovnom tijeku godine.

Kako je akcijski/operativni plan za razvoj gastronomije, kao jednog od ključnih proizvoda Kvarnera, i dalje potreban, ostaje za realizaciju kada se normalizira turističko tržište, a time i gospodarska situacija u zemlji i na Kvarneru, te kada se osnovni prihodi TZ Kvarnera vrate na razinu koja će to omogućiti.

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

Izrada akcijskog/operativnog plana za razvoj kulturnog turizma na području Kvarnera bila je planirana u sklopu razvoja proizvoda kulturnog turizma, ali nije realizirana, u skladu s opetovanim preporukama Turističkog vijeća tijekom cijele 2020-te godine, kojima su se od samog početka pandemije COVID-19, još u veljači 2020. godine sve aktivnosti svele samo na one nužne, uslijed neizvjesnosti o prihodima i uopće neizvjesnosti o poslovnom tijeku godine.

Kako je akcijski/operativni plan za razvoj kulturnog turizma, kao jednog od važnih segmenata turističke ponude proizvoda Kvarnera, i dalje potreban, ostaje za realizaciju kada se normalizira turističko tržište, a time i gospodarska situacija u zemlji i na Kvarneru, te kada se osnovni prihodi TZ Kvarnera vrate na razinu koja će to omogućiti.

1.3. PROVOĐENJE STRATEŠKIH MARKETINŠKIH PROJEKATA HTZ-A

1.3.1. STRATEGIJA RAZVOJA TURIZMA REPUBLIKE HRVATSKE DO 2020. GODINE

Prema dostupnim informacijama Ministarstvo turizma i sporta RH je u procesu pripreme strateških dokumenata, planova i programa za koje će se u sljedećem sedmogodišnjem razdoblju (2021.-2027.) koristiti sredstva iz europskih fondova.

Prije donošenja Nacionalnog plana za razvoj turizma te ostalih strateških dokumenata i planova namijenjenih turizmu, očekuje se usvajanje Nacionalne razvojne strategije Republike Hrvatske do 2030. godine, kao hijerarhijski najvišeg strateškog dokumenta u Republici Hrvatskoj.

Izradom Nacionalne razvojne strategije po prvi puta će postojati hijerarhijski najviši akt strateškog planiranja koji će jasno definirati viziju razvoja, razvojne smjerove, strateške ciljeve i pokazatelje učinka, provedbene mehanizme, strateške projekte te izvore financiranja. Nacionalna razvojna strategija činit će i temelj za planiranje proračuna i programiranje sredstava iz fondova EU i drugih međunarodnih izvora financiranja te okvir za buduće nacionalne strateške turističke dokumente.

Nacionalna razvojna strategija Republike Hrvatske do 2030. godine je ključan nacionalni strateški dokument za razdoblje nakon 2020. godine u kojem će biti definirana vizija razvoja te glavni razvojni prioriteti i strateški ciljevi svih gospodarskih segmenata. Riječ je o dokumentu koji će činiti temelj za programiranje proračuna i sredstava iz fondova EU i drugih međunarodnih izvora (su)financiranja dostupnih Republici Hrvatskoj u razdoblju nakon 2020. godine. Ministarstvo turizma i sporta je nositelj dijela tematskog područja

koji se odnosi na turizam i kreativno društvo, jednog od sedam ključnih tematskih područja pokrivenih u okviru izrade Nacionalne razvojne strategije, i u skladu s time koordinator Tematske radne skupine za turizam čija je zadaća pružanje stručnog doprinosa izradi Nacionalne razvojne strategije te izrada prijedloga elemenata strateškog okvira za Strategiju, kao i pružanje podrške u definiranju strateških projekata iz prioritarnog područja turizam.

Strateški ciljevi i zadaci turističkog razvoja Hrvatske koji su bili definirani Strategijom razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine:

- 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;
- povećanje atraktivnosti i konkurentnosti hrvatskog turizma, što će rezultirati ulaskom u vodećih 20 turističkih destinacija u svijetu po kriteriju konkurentnosti;
- poboljšavanje strukture i kvalitete smještaja;
- novo zapošljavanje;
- investicije;
- povećanje turističke potrošnje.

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

TZ Kvarnera je sukladno zakonskim obvezama i potrebama sudjelovala u aktivnostima.

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

TZ Kvarnera je sukladno zakonskim obvezama i potrebama sudjelovala u aktivnostima.

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

TZ Kvarnera surađuje s drugim Županijskim TZ-ima u cilju razvoja ponude.

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.

TZ Kvarnera sudjeluje u pripremi dokumenata koje izrađuje Ministarstvo turizma i sporta RH, temeljem kojih će se budućim ulaganjima osigurati da se Hrvatska zadrži među

vodećim europskim turističkim destinacijama u pogledu sigurnosti, kvalitete, dodane vrijednosti, održivosti i inovacija. Naime, Ministarstvo turizma i sporta u procesu je pripreme strateških dokumenata, planova i programa za koje će se u sljedećem sedmogodišnjem razdoblju koristiti sredstva iz EU fondova.

Temeljem postignutog dogovora o Europskom planu oporavka i višegodišnjem financijskom okviru za razdoblje 2021.-2027. godine, Hrvatska ima na raspolaganju 22 milijarde EUR za sufinanciranje programa i projekata.

U okviru Plana oporavka i otpornosti RH, ali i kasnije u okviru operativnih programa za EU fondove, odnosno višegodišnjeg financijskog okvira 2021.-2027. godine, naglasak će biti na financiranju projekata koji će pridonijeti održivom, inovativnom i otpornom turizmu i sportu, a posebice oporavku u „postkorona“ vremenu.

Za novo programsko razdoblje 2021.-2027. godine TZ Kvarnera izradila je prijedloge 5 projekata iz domene kulturnog turizma, zdravstvenog turizma, kao i iz područja opće sigurnosti za turiste u destinaciji, te ih dostavila Ministarstvu turizma i sporta.

1.7.1. ARCA ADRIATICA (TRAJE DO 30.12.2021.)

Zaštita, promocija i turistička valorizacija jadranske pomorske baštine (01.01.2019.-31.12.2021.)

NAZIV PROJEKTA	PARTNERI	PRORAČUN	PROGRAM
ARCA ADRIATICA	1. Primorsko-goranska županija - VODEĆI PARTNER	Ukupno 3.168.790,00 EUR TZ Kvarnera 364.500,00 EUR	Interreg Italija - Hrvatska
	2. Općina Malinska		
	3. TZ Kvarnera		
	4. Udruga i ekomuzej „Kuća o batani“		
	5. Općina Tkon		
	6. Općina Cervia		
	7. Općina Cesenatico		
	8. IAMB		
	9. Općina San Benedetto del Tronto		
	10. Sveučilište Ca' Foscari		

Projekt "Zaštita, promocija i turistička valorizacija jadranske pomorske baštine" ili skraćeno ARCA ADRIATICA, dio je treće prioritetne osi "Okoliš i kulturna baština" programa

INTERREG Italija-Hrvatska. Provođenje projekta službeno je započelo 01.01.2019. godine, a trajat će do 31.12.2021. Budući da se nastavlja raditi na zajedničkoj zaštiti, promociji i turističkoj valorizaciji jadranske pomorske baštine, projekt ARCA ADRIATICA predstavlja svojevrsni nastavak uspješno realiziranih EU projekata Mala barka i Mala barka 2.

Vodeći partner na projektu je PGŽ, dok su ostali partneri Općina Malinska-Dubašnica, TZ Kvarnera, Ekomuzej „Kuća o batani“, Općina Tkon, Općina Cervia, Općina Cesenatico, Mediteranski agronomski institut u Bariju, Općina San Benedetto del Tronto, te Ca' Foscari Sveučilište u Veneciji.

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 štiti postojeću materijalnu i nematerijalnu pomorsku baštinu i sustavno koristiti niz mjera, kako bi se razvio i oživio zajednički turistički proizvod.

Prekogranična suradnja umnožava učinak, jer zajednički razvoj jamči veću kvalitetu, uspješnost i razmjenu turista. S obzirom na trendove turista i promjeni njihovih navika, sve su mobilniji i žele posjetiti "autentična" mjesta tijekom njihova boravka pa, u ovom kontekstu, jadransko područje predstavlja područje koje predstavlja turističko iskustvo kao jedinstveni prostor.

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. 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 zadužena za provedbu:

- Izradu i provedbu Marketinškog plana za cijeli projekt
- Formiranje i funkcioniranje Centara promocije projekta
- Kreiranje i provedbu postavljanja jedinstvenih markacija promotivne baštine
- Kreiranje i izradu digitalnih i tiskanih promotivnih materijala
- Kreiranje turističkih itinerara
- Provedbu promo-kampanje
- Organizaciju tematskih turističkih manifestacija

Sve aktivnosti odvijaju se u skladu s dinamičkim planom projekta, uz manje izmjene uslijed nepovoljnih uvjeta uzrokovanih pandemijom virusa COVID-19 i visokog stupnja neizvjesnosti provedbe prethodno planiranih poslovnih procesa.

TZ Kvarnera je i u 2020. godini nastavila koordinirati radnim paketom broj 5 (RP 5 - Promotivna kampanja zajedničkog turističkog proizvoda), a za istaknuti su sljedeće aktivnosti koje su provedene:

1. Izrada Marketinškog plana na hrvatskom i engleskom jeziku
2. Izrada Sporazuma o osnivanju Centra izvrsnosti na hrvatskom i talijanskom jeziku
3. Izrada Sporazuma o osnivanju Centara promocije na hrvatskom i talijanskom jeziku
4. Izrada Priče o pomorskoj baštini Kvarnera u suradnji s vodećim partnerom (PGŽ), koja će biti sastavni dio ukupnog teksta dokumenta "Priča o pomorskoj baštini Jadrana"
5. Kreiranje 24 itinerara za projekt Arca Adriatica (8 na području Hrvatske, 8 na području Italije i 8 prekograničnih) na hrvatskom i engleskom jeziku
6. Sudjelovanje u izradi Master plana projekta i Akcijskog plana
7. Priprema materijala za izradu promotivnog letka projekta
8. Priprema tekstova i fotografija za objavljivanje na službenoj web stranici, Facebook stranici i Instagram profilu projekta
9. Priprema tekstova i fotografija za izradu brošure o projektu

U 2020. godini TZ Kvarnera je raspisala javni poziv / natječaj za:

- Nabavu usluge izrade jedinstvenih markacija turističkog proizvoda Arca Adriatica na području Kvarnera, u sklopu koje se izrađuje 48 markacija na području Kvarnera. Markacije će biti višezjezične (hrvatski, engleski, njemački i talijanski jezik). Predmetna aktivnost se izvodi u kontinuiranoj suradnji s lokalnim turističkim zajednicama s područja Kvarnera, na čijem će području markacije biti postavljene. Važno za naglasiti je da će novi podbrend i oznaka kulturnog turizma pod nazivom "Kvarner Culture – Maritime heritage" biti aplicirana na markacijskim pločama kojima se obilježavaju odabrane atrakcije (kao i na markacijskim pločama izrađenim u sklopu projekta Mala barka 2). Oznaka "Kvarner Culture – Maritime heritage" bit će aplicirana i na tiskane i digitalne materijale u sklopu projekta Arca Adriatica.

Tijekom cijele godine TZ Kvarnera je pripremala i dostavljala dokumentaciju o provedenim aktivnostima i utrošenim sredstvima, koja se prijavljuju u izvještajnim razdobljima, a temeljem kojih se odobrava rekapitulacija sredstava. Slijedom navedenog TZ Kvarnera održava kontinuiranu komunikaciju s Ministarstvom regionalnog razvoja i fondova Europske unije te Zajedničkim tajništvom programa Interreg Italija-Hrvatska.

Ostale aktivnosti tijekom 2020-te godine:

- Partnerski sastanci (svi partneri s talijanske i hrvatske strane): 1 (online)
- Operativni sastanci: 11 (koordinacijski sastanci, sastanci Povjerenstva za markacije, sastanci Centra izvrsnosti Kvarnera, sastanci Centara promocije i dr.)
- Priprema i slanje izvještaja o objavljenim člancima u raznim medijima vezano uz projekt Arca Adriatica
- Priprema i slanje izvještaja o ciljnim skupinama postignutima kroz održavanje manifestacija u 2019. godini u sklopu projekta Arca Adriatica
- Priprema Izvještaja o novoosnovanim Centrima promocije na području Hrvatske i Italije u sklopu projekta Arca Adriatica
- Priprema teksta i fotografija o interpretacijskim manifestacijama za potrebe objave na novoj web stranici HTZ-a

Kratki pregled najvažnijih aktivnosti TZ Kvarnera na projektu Arca Adriatica 2020. godine:

DATUM	AKTIVNOST
02.01.2020.	Poslana Odluka o odabiru izvođača Marketinškog plana
22.01.2020.	Sastanak Povjerenstva za markacije
24.01.2020.	Sastanak / konzultacije s odabranim izvođačem za izradu Marketinškog plana
27.01.2020.	Sastanak / konzultacije s odabranim izvođačem za izradu Marketinškog plana
04.02.2020.	Sastanak Centra izvrsnosti Kvarnera
17.02.2020.	Sastanak Povjerenstva za markacije

25.02.2020.	5. koordinacijski sastanak
03.03.2020.	Sastanak povjerenstva vezan uz Priču pomorske baštine Kvarnera (Storytelling)
04.06.2020.	6. koordinacijski sastanak
16.06.2020.	3. Partnerski sastanak (online)
24.06.2020.	Operativni sastanak za markacije
07.07.2020.	Sastanak Povjerenstva za markacije
14.07.2020.	Sastanak Centra izvrsnosti Kvarnera
24.07.2020.	Objavljen javni poziv za nabavu usluge izrade markacija
30.07.2020.	Sudjelovanje na press konferenciji u Mošćeničkoj Dragi povodom porinuća obnovljenog guca
01.09.2020.	Poslana Odluka o odabiru izvođača usluge markacija

Uslijed izvanrednih okolnosti uzrokovanih pandemijom virusa COVID-19 i potpuno nepredvidive turističke sezone, TZ Kvarnera je vodećem partneru (PGŽ) uputila Zamolbu za produženjem trajanja projekta. Nakon što su se svi partneri jednoglasno složili, vodeći partner (PGŽ) je Zajedničkom tajništvu programa Interreg Italija-Hrvatska uputio Zamolbu za šestomjesečnim produženjem trajanja projekta do 31.12.2021. godine.

Zajedničko tajništvo je, nakon provedene evaluacije, odobrilo produženje trajanja projekta te je posljedično promijenjen i dinamički plan provedbe aktivnosti u sklopu projekta Arca Adriatica.

TZ Kvarnera je od organizatora interpretacijskih manifestacija (Kvarnerski festival mora i pomorske tradicije Fiumare u Rijeci, Smotra i regata tradicijskih barki na jedra Mala barka u Mošćeničkoj Dragi, Krčka jedra u gradu Krku, Ribarski tjedan u Crikvenici, Lošinjskim jedrima oko svijeta na otoku Lošinj) zatražila očitovanje u vezi održavanja manifestacija u 2020. godini ili odgodi za 2021. godinu. S obzirom na epidemiološke mjere koje su značajno utjecale na mogućnost eventualne izvedbe manifestacije, te s obzirom na odobreno produženje trajanja projekta, svi organizatori su se očitovali da će manifestacije biti održane u 2021. godini uz zadovoljavanje svih kriterija i programa zadanih u prijavnici. Naime, upitna je bila posjećenost, a time i efikasnost manifestacije u pogledu utrošenih sredstava.

Stoga su manifestacije održane u smanjenom opsegu, smanjenim sredstvima bez financijskih sredstava iz projekta, a ponajprije u korist marketinške vidljivosti destinacija i proizvoda pomorske baštine kao značajnog dijela kulturnog turizma.

Iz istog razloga je i provedba promotivne kampanje odgođena za 2021. godinu, a sve u cilju da se maksimiziraju učinci promocije i animacije potencijalnih posjetitelja novog i jedinstvenog zajedničkog turističkog proizvoda dvaju država.

1.7.2. CLAUSTRA + (PROJEKT ZAVRŠIO 31.01.2020.)

Prekogranična destinacija kulturnog i zelenog turizma Clastra Alpium Iuliarum (01.08.2017.-31.01.2020.) / Revitalizacija kasnorimskih ostataka

NAZIV PROJEKTA	PARTNERI	PRORAČUN	PROGRAM
CLAUSTRA+	1. Javni zavod Republike Slovenije za varstvo kulturne dediščine - VODEĆI PARTNER	Ukupno 1.779.988,15 EUR TZ Kvarnera 151.195,00 EUR	Interreg Slovenija - Hrvatska
	2. TZ Kvarnera		
	3. Primorsko - goranska županija		
	4. Pomorski i povijesni muzej Hrvatskog primorja Rijeka		
	5. Prirodoslovni muzej Rijeka		
	6. Hrvatski restauratorski zavod		
	7. Zavod Ivana Cankarja za kulturo, šport in turizem Vrhnika		
	8. Narodni muzej Slovenije		
	9. Zavod Republike Slovenije za varstvo narave		

Projekt se provodio u sklopu Operativnog programa Interreg V-A Slovenija-Hrvatska 2014.-2020. Vodeći partner projekta je bio Javni zavod Republike Slovenije za varstvo kulturne dediščine, dok su hrvatski partneri TZ Kvarnera, PGŽ, 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.

Clastra Alpium Iuliarum je kasnorimski obrambeni sustav koji je štitio prolaze do središta Rimskog Carstva. Arheološki ostaci sustava rasprostiru se u prekidima od Rijeke u Hrvatskoj do Posočja u Sloveniji, a postavljanje zida ukazuje na namjensko iskorištavanje prirodnih danosti razvedenog terena. Clastra predstavlja izniman primjer povezivanja arhitekture s prirodnim okolišem i njezino doživljavanje blisko je povezano s doživljavanjem prirode. Arheološki ostaci nalaze se uglavnom u šumovitom području, često u predjelima koji se prekrivaju s područjima koja su zaštićena na temelju propisa s područja očuvanja prirode i šumarstva. Nažalost, ova arheološka baština nije odgovarajuće konzervirana, prezentirana, niti dostupna. Zbog toga je bilo nužno potrebno povećati njihovu prepoznatljivost kao zajedničke destinacije kulturnog i zelenog turizma. Projekt je uključivao pripremu smjernica za razvoj i plan promocije, oblikovanje kulturno-turističke rute i povezanih itinerara, sistematičku promociju proizvoda (zajedno s mobilnom aplikacijom) te razvoj i provedbu bogatog programa za posjetitelje

(prekogranični javni događaji, doživljajno vođenje). Za razvoj cjelovitog proizvoda i za stabilno upravljanje kulturno-turističkom rutom cjelovitim pristupom uspostavljen je konzorcij CLAUSTRRA, koji udružuje važne sudionike i povezuje lokalne gospodarske subjekte. Drugi sklop aktivnosti projekta namijenjen ne poboljšanju privlačnosti destinacije CLAUSTRRA. To je postignuto putem aktivnog očuvanja i obogaćene prezentacije arheološkog naslijeđa te provedbom mjera za povećanje fizičkog i informacijskog pristupa, uključivo s uspostavljanjem tri didaktične info točke.

Ciljevi projekta su bili 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 bila koordinator radnog paketa T1 (Razvoj proizvoda kulturnog i zelenog turizma CLAUSTRRA) te je u 2020. godini provela završne aktivnosti:

1. Izrada i distribucija promotivnog materijala
2. Održavanje završne radionice Konzorcija (Rijeka, 20.01.2020., 28 sudionika iz Slovenije i Hrvatske)
3. Izrada Evaluacije učinaka provedenih aktivnosti

TZ Kvarnera je, uz navedeno, pripremala i dostavljala dokumentaciju o provedenim aktivnostima i utrošenim sredstvima, koja se prijavljuju u izvještajnim razdobljima, a temeljem kojih se odobrava rekapitulacija sredstava. Slijedom navedenog TZ Kvarnera održava kontinuiranu komunikaciju s Ministarstvom regionalnog razvoja i fondova Europske unije te Zajedničkim tajništvom programa Interreg Slovenija-Hrvatska.

Ostale aktivnosti:

- Evidencija posjetitelja na lokaciji Solin u Kostreni radi dokazivanja veće posjećenosti uslijed postavljenih markacija i provedene promidžbene kampanje Projekta
- Prisustvovanje na Završnoj konferenciji projekta u Rijeci
- Izrada Izvještaja s održanih prezentacija i sajmova na kojima je TZ Kvarnera predstavila projekt (Beograd, Köln, Madrid, London, Opatija, Rimini, Trst)
- Kreiranje 7 dodatnih itinerara za projekt Claustra+
- Priprema teksta i fotografija o itinerarima s područja Claustre+ za potrebe objave na novoj web stranici HTZ-a

TZ Kvarnera nastavlja s promocijom stečenih vrijednosti u ovom projektu te nastavlja suradnju s partnerima kao član formiranog konzorcija *Partnerstvo za očuvanje i oživljavanje baštine obrambenog sustava Claustra*. Tako je 30.11.2020. održana završna skupština s ciljem provjere u kolikoj mjeri su realizirane ukupne aktivnosti iz godišnjeg

programa rada za 2020. godinu. Također, konzorcij je napravio smjernice za plan rada 2021. godine, a bila je to prilika i za razmatranje ideja i mogućih novih projekata koje Slovenija sprema za prijave za sljedeće programsko razdoblje EU fondova, a u koje bi se TZ Kvarnera eventualno mogla uključiti kao partner.

Kratki pregled aktivnosti TZ Kvarnera na projektu Claustra+ 2020. godine:

DATUM	AKTIVNOST
02.01.2020.	Poslana Odluka o odabiru izrađivača vanjske evaluacije projekta
02.01.2020.	Evidentiranje posjetitelja na Solinu
05.01.2020.	Evidentiranje posjetitelja na Solinu
20.01.2020.	Održana 5. radionica konzorcija u Rijeci
30.01.2020.	Završna konferencija u Rijeci
30.11.2020.	Sjednica Skupštine konzorcija <i>Partnerstvo za očuvanje i oživljavanje baštine obrambenog sustava Claustra</i>

Nakon izrade i predaje materijala za zadnje izvještajno razdoblje, uslijedili su brojni kontakti na završnoj realizaciji projekta, te nadopune u cilju pozitivne evaluacije projekta i refundacije 85 % uložениh sredstava.

U sklopu odrađenih promo aktivnosti i sajamskih nastupa, TZ Kvarnera isticala je revitalizirani kasnorimski obrambeni sustav "Claustra", koji je štitio prolaze do središta Rimskog Carstva, kao značajnu arheološku baštinu, koja u sebi ima podlogu za tzv. „vojni turizam“, ali prvenstveno su arheološki ostaci sustava zanimljiv sadržaj pri aktivnom, avanturističkom, zelenom turizmu u teže dostupnim predjelima Kvarnera (šumski predjeli; Prezid, Studena, Pasjak, Jelenje, Solin-Kostrena), kao i za gradski kulturni turizam, s obzirom da se dio sustava Claustra nalazi na lokaciji Principij u centru grada Rijeke.

1.7.3. PUTOVIMA FRANKOPANA (TRAJE DO 01.02.2021.)

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

NAZIV PROJEKTA	PARTNERI	PRORAČUN	PROGRAM
KULTURNO - TURISTIČKA RUTA PUTOVIMA FRANKOPANA	1. Primorsko-goranska županija - VODEĆI PARTNER	Ukupno 64.116.001,04 kn TZ Kvarnera 1.171.543,20 kn	Operativni program Konkurentnost i kohezija „Priprema i provedba integriranih razvojnih programa temeljenih na obnovi kulturne baštine“
	2. TZ Kvarnera		
	3. Turistička zajednica grada Rijeke		
	4. Grad Rijeka		
	5. Općina Čavle		
	6. Grad Bakar		
	7. Grad Kraljevica		
	8. Općina Vinodolska		
	9. Grad Čabar		
	10. Općina Lokve		
	11. Prirodoslovni muzej Rijeka		
	12. Krčka biskupija		
	13. Centar za kulturu grada Krka		

Kulturno-turistička ruta Putovima Frankopana obuhvaća ukupno 17 frankopanskih kaštela i 3 sakralne lokacije s područja županije, od kojih će se mnoge obogatiti novorazvijenim interpretacijskim sadržajem te sve zajedno promovirati cjelovitom promotivnom kampanjom kao jedinstveni kulturno-turistički proizvod i destinacija.

Projekt će zaštititi kulturno nasljeđe obitelji Frankopan na području Kvarnera te stvoriti novu društveno-ekonomsku vrijednost kroz njezinu turističku valorizaciju. Vodeći partner projekta je PGŽ, 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.

Svrha ovog projekta je zaštititi kulturno nasljeđe obitelji Frankopan na području Kvarnera te stvoriti novu društveno-ekonomsku vrijednost kroz turističku valorizaciju.

Cilj je razviti kulturno-turistički proizvod čiji će sadržaji privući veći broj posjetitelja na lokacije kaštela koji nisu bili u prvom planu turističke ponude županije te na taj način oživjeti dosad manje razvijene krajeve županije. Svrha je također i razvijanje osjećaja povezanosti na regionalnoj razini i stvaranje platforme za suradnju udruga i kulturnih dionika.

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 je TZ Kvarnera, koja je do konca 2019. godine izvršila sve svoje planske obaveze na projektu, u 2020. godini nastavila sudjelovati u projektu kao partner i surađivati sukladno prijedlogu PGŽ u svojstvu vodećeg partnera na projektu.

Aktivnosti TZ Kvarnera u 2020. godini:

- Sudjelovanje na operativnim sastancima s partnerima
- Sudjelovanje na press konferenciji u Zagrebu, na kojoj je predstavljen projekt i aktivnosti koje provodi TZ Kvarnera (promidžba u zemlji i inozemstvu)
- Sudjelovanje na predstavljanju fotomonografije projekta i srednjovjekovnih kostima, u kaštelu Grobnik
- Priprema Izvještaja o provedenim aktivnostima u sklopu projekta:
 - Realizacija 5 online newsletter kampanja na području Hrvatske i inozemstva
 - Priprema i realizacija 6 press konferencija u Hrvatskoj i inozemstvu
 - Organizacija i realizacija 2 studijska putovanja za domaće i inozemne novinare i agente
 - Organizacija i realizacija 5 prezentacija na području Hrvatske i inozemstva
 - Organizacija i sudjelovanje na 5 poslovnih radionica kulturnog turizma te cjelokupne turističke ponude u Hrvatskoj i inozemstvu
 - Oglašavanje u domaćim i inozemnim medijima (tiskani mediji, outdoor oglašavanje, online kampanja)
 - Priprema i nastup na 4 sajma u Hrvatskoj i u inozemstvu
- Priprema Izvještaja o pokazateljima uspješnosti projekta
- Priprema teksta i fotografija o kulturno-turističkoj ruti za potrebe objave na novoj web stranici HTZ-a

Tijekom cijele godine TZ Kvarnera je pripremala i dostavljala dokumentaciju o provedenim aktivnostima i utrošenim sredstvima, koja se prijavljuju u izvještajnim razdobljima, a temeljem kojih se odobrava rekapitulacija sredstava. Slijedom navedenog TZ Kvarnera održava kontinuiranu komunikaciju sa Središnjom agencijom za financiranje i ugovaranje programa i projekata Europske unije, kao i s vodećim partnerom PGŽ.

U sklopu odrađenih promo aktivnosti i sajamskih nastupa, TZ Kvarnera isticala je kulturno-turističku rutu "Putovima Frankopana" kao značajan dio ponude kulturnog turizma na Kvarneru.

1.7.4. SURADNJA S MEĐUNARODNIM INSTITUCIJAMA I EU FONDOVIMA

Završeni/odrađeni projekti - nastavak aktivnosti i implementacija realiziranih vrijednosti

TZ Kvarnera je i u 2020. godini nastavila s promocijom novostvorenih turističkih proizvoda, te je sudjelovala u izradi dodatnih izvještaja i sadržaja.

Naime, iako su EU projekti **Mala barka 2** (Turistička valorizacija pomorske, ribarske i brodograđevne baštine sjevernog Jadrana kroz stvaranje novih turističkih proizvoda) i **ArTVision+** (Očuvanje, zaštita, promocija i razvoj prirodne i kulturne baštine u cilju održivog razvoja) službeno završili u 2019. godini, time nisu stale aktivnosti, kako operativne, tako i financijske prirode, jer je refundacija 85% uloženi sredstava pritjecala tijekom 2020-te godine.

U 2020. godini TZ Kvarnera pripremila je tekstove o markacijama izrađenim u sklopu projekta Mala barka 2 i interesnim točkama pomorske baštine za potrebe objave na novoj web stranici HTZ-a.

Također, u sklopu projekta **ArTVision+** TZ Kvarnera je u 2020. godini odradila sljedeće aktivnosti:

1. Priprema i slanje Ministarstvu regionalnog razvoja i fondova Europske unije nadopune za 4. Izvješće na projektu ArTVision+
2. Izrada Izvještaja o Press objavama za projekt ArTVision+
3. Izrada Izvještaja za provedene aktivnosti u sklopu projekta ArTVision+:
 - D4.1.1 Produkcija 36 video spotova
 - D4.2.1 4 prekogranična kulturna događaja
 - D4.5.1 Promotivna kampanja putem radionica
4. Kontinuirano slanje informacija za IT platformu (npr. datumi održavanja manifestacija na području Kvarnera, prijedlog maritimnih itinerara, ...)
5. Kreiranje 9 itinerara za projekt ArTVision+.

Mala barka 2 najbolji je EU projekt u Hrvatskoj!

Projekt Mala barka 2 i nakon završetka nastavlja nizati uspjehe i priznanja, te je 20.10.2020. godine proglašen najboljim EU projektom hrvatskih županija u kategoriji prekogranične suradnje temeljem ocjene stručnog žirija nakon zaključenog natječaja kojeg je proveo Jutarnji list u suradnji s Hrvatskom zajednicom županija, Uredom Europskog parlamenta u Hrvatskoj i projektom Župan.hr. Nominirano je bilo više od 20 projekata. Lijepa je to zahvala i priznanje svim partnerima, prijateljima pomorske baštine i dokaz da Mala barka plovi dalje.

Udruženje MedCruise

Suradnja s udruženjem MedCruise bazira se na razvoju cruisinga, ne samo na Mediteranu (iako je udruženje nastalo kao takvo), već i u ostatku svijeta. Kroz dnevna, tjedna i

mjesečna priopćenja MedCruise-a, TZ Kvarnera je raspolagala informacijama o aktualnim događanjima u cruising industriji.

UNWTO (Svjetska turistička organizacija)

UNWTO kao specijalizirana agencija Ujedinjenih naroda radi na promicanju odgovornog, održivog i univerzalno dostupnog turizma. Kao vodeća međunarodna organizacija na području turizma, UNWTO promiče turizam kao pokretačku snagu gospodarskog rasta, inkluzivnog razvoja i okolišne održivosti, koja nudi vodstvo i potporu sektoru diljem svijeta kroz unapređivanje znanja i turističkih politika.

UNWTO djeluje u regionalnim komisijama organiziranim prema geografskoj raspoređenosti (Afrika, Amerika, Istočna Azija i Pacifik, Europa, Srednji Istok, Južna Azija) te u pet tehničkih odbora (za konkurentnost, održivi razvoj, program rada i proračun, statistiku, reviziju aplikacija za pridruženo članstvo). Broji više od 150 punopravnih članica, dok je 6 pridruženih ili tzv. Associate Members i više od 500 pridruženih članica ili tzv. Affiliate Members iz javnog i privatnog sektora te dva promatrača.

UNWTO svojim punopravnim i pridruženim članovima nudi jedinstveni prostor za dijalog i razmjenu informacije i najbolje prakse, istovremeno pružajući izravan pristup događajima UNWTO-a i stručnost. Na svojim mrežnim stranicama, u okviru e-knjžare, UNWTO objavljuje informacije o najnovijim izdanjima vezanima uz održivost koje su dostupne svim punopravnim i pridruženim članovima.

Kroz dnevna, tjedna i mjesečna priopćenja UNWTO, TZ Kvarnera je raspolagala informacijama o turističkim kretanjima na svjetskoj razini.

Također, UNWTO je travnju 2020. godine objavio niz preporuka za očuvanje radnih mjesta i gospodarstva u sektoru putovanja i turizma te ublažavanje društveno-gospodarskog učinka pandemije virusa COVID-19 i ubrzavanje oporavka. Uz to, objavljen je i Tourism Recovery Tracker - opsežna nadzorna ploča za turizam koja je dostupna besplatno i prikazuje ključne pokazatelje turističke uspješnosti po mjesecima, regijama i podregijama omogućavajući usporedbu oporavka sektora u cijelom svijetu i industrijama u realnom vremenu (<https://www.unwto.org/unwto-tourism-recovery-tracker>).

RDA

TZ Kvarnera kroz članstvo u RDA Group Travel, udruženju specijaliziranom za organizirana grupna putovanja, prima aktualne, stručne informacije iz tog zahtjevnog segmenta putovanja koji se primarno odvijaju autobusima, a tijekom 2020. godine je jako pogođen restrikcijama u putovanjima uslijed pandemije Covid-19, odnosno nastalom ekonomskom krizom. Dio djelovanja RDA Group Travel je i organizacija tradicionalne B2B burze/workshopa, na kojem TZ Kvarnera u 2020. godini nije sudjelovala zbog nedostatka interesa gospodarskih subjekata, iako je RDA Workshop / RDA Group Travel Expo u Kolnu održan u vrlo ograničenom i promijenjenom izdanju.

SKÅL KLUB KVARNER - član međunarodne udruge SKÅL INTERNATIONAL

Direktorica TZ Kvarnera dr.sc. Irena Peršić Živadinov obnašala je funkciju dosadašnje predsjednice SKÅL Kluba Kvarner, najveće i jedine međunarodne turističke organizacije koja objedinjuje sve grane turističke industrije, i to u dva mandata. SKÅL Klub Kvarner trenutno okuplja 30 kvarnerskih turističkih profesionalaca, a osnivačica Kluba je gospođa Katica Hauptfeld. Tijekom 2020-te godine provedene su operativne aktivnosti funkcioniranja Kluba, kao i promotivne aktivnosti vezane uz domaćinstvo Svjetskom Skål kongresu koji se trebao održati u listopadu 2020. godine (domaćinstvo prebačeno za 2022. godinu, poveznica 4.5.4.).

U siječnju 2020. godine, tijekom sajma Times Travel Show u New Yorku direktorica TZ Kvarnera dr.sc. Irena Peršić Živadinov održala je sastanke s članovima kluba SKÅL New York i SKÅL Northern New Jersey na kojima je ujedno održala i prezentaciju regije Kvarner.

U srpnju 2020. godine održala se Izborna sjednica skupštine Kluba na kojoj su izglasani članovi Tijela Kluba za novo mandatno razdoblje, a za novu predsjednicu Kluba izabrana je gospođa Tamara Černeka.

Tijekom listopada 2020. godine direktorica TZ Kvarnera dr.sc. Irena Peršić Živadinov održala je dvije prezentacije Kvarnera putem Zoom aplikacije i to na sastanku sa SKÅL New Jersey te na godišnjoj Skupštini SKÅL International-a, i time još jedanput potvrdila domaćinstvo Kvarnera svjetskom kongresu SKÅL International-a u listopadu 2022. godine.

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

Gorski kotar

Koncem prosinca 2019. godine usvojen je Master plan turističkog razvoja Gorskog kotara 2020. – 2026. godine koji preporučuje formalno udruživanje lokalnih turističkih zajednica u područnu turističku zajednicu radi efikasnijeg destinacijskog upravljanja razvojem turizma i marketinga Gorskog kotara. Početkom 2020. godine većina JLS pokrenula je postupak „gašenja“ lokalnih turističkih zajednica na način da su iste stavljene u „stanje mirovanja“ do formiranja područne TZ, a u trenutku formiranja područne TZ Gorskog kotara, lokalne TZ će se ugasiti. U tom procesu dio TZ-a ostao je bez djelatnika/ca i direktora/ica (TZO Lokve, TZO Fužine, TZG Vrbovsko). Nadalje, uslijed proglašenja pandemije uzrokovane koronavirusom promijenjen je način rada. Kontakti i suradnja s lokalnim TZ s područja Gorskog kotara održavani su elektronskim putem (telefon, mail, „zoom“). Aktivnosti lokalnih turističkih zajednica bile su usmjerene na organiziranje formalnih procedura oko stavljanja istih u „mirovanje“ odn. u postupak „gašenja“ i postavljanja osnova za osnivanje područne turističke zajednice (pisanje Statuta). Unatoč situaciji dvostruke neizvjesnosti, uzrokovane pandemijom i neizvjesnošću postojanja lokalne turističke zajednice aktivnosti, TZ Kvarnera usmjerila se na svoje online kanale i promociju Gorskog kotara (ažuriran je web, objave na Facebooku, Instagramu i platformi Travmedia) i organizirala je studijsko putovanje novinara. Naglašeno je da je u vrijeme pandemije Gorski kotar, zbog rijetke naseljenosti, netaknute prirode i s raznim

mogućnostima za rekreaciju i sport izvanredno mjesto za provođenje odmora, a osobito u okolnostima pandemije.

Regionalni sportsko-rekreacijski i turistički centar 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.

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

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 ističu se prije svega kvalitetni proizvodi koji mogu dodatno motivirati goste za dolazak u destinaciju, a organizatorima putovanja omogućiti sigurnu bazu informacija za kreiranje aranžmana i zajedničko plasiranje programa. Pri tome, najvažniji je razvoj atraktivne i konkurentne destinacijske ponude s dodanom vrijednošću u razdoblju pred i posezone.

Aktivnosti na razvoju marketing brendova uključuju sljedeće:

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

U 2020-toj godini neke su aktivnosti bile dinamički usporene ili privremeno stavljene van snage temeljem preporuka tijela TZ Kvarnera, radi potpuno promijenjenih poslovnih okolnosti i neizvjesnosti uzrokovane pandemijom virusa COVID-19.

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 oko 70-tak njih 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.

Web portal Kvarner Family - TZ Kvarnera postavila je web portal dostupan u pet jezičnih verzija, i to na engleskom, njemačkom, talijanskom, slovenskom i hrvatskom jeziku, a u suradnji s lokalnim turističkim zajednicama se vrši ažuriranje, dopunjavanje i održavanje portala. Svaki iznajmljivač predstavljen je početnom stranicom i stranicama smještajnih jedinica. Prikaz obuhvaća informacije o iznajmljivaču, 10 fotografija, pozdravni tekst domaćina, grafički prikaz ponude i sadržaja koje iznajmljivač nudi, udaljenosti od plaže, centra, trajektne luke, zračne luke, stranih jezika koje domaćin koristi, pa sve do dodatnih aktivnosti u blizini (teniski tereni, ribolov, jedrenje, vinske ceste,...). Uz to, omogućeno je i korištenje Google karte s točnom lokacijom odabranog objekta i tražilicom koja omogućuje pretraživanje po mjestu, vrsti smještaja i broju zvjezdica te kalendar popunjenosti (pretraživanje po 3 kriterija: mjesto, vrsta smještaja i broj zvjezdica).

Facebook stranica Kvarner Family i grupa Pet Friendly - pozitivan trend rasta broja posjetitelja, i to za 10% u odnosu na isto razdoblje prošle godine, a trenutno brojimo oko 4.615 fanova:

- na Facebook stranici Kvarner Family u razdoblju 01.01.-31.10.2020. godine objavljeno je oko 220 višejezičnih objava na temu Kvarner Family smještaja, zatim su iskomunicirani razni turistički proizvodi Kvarnera (Kvarner Gourmet i Food, Kvarner Outdoor, Kvarner Health,...) odnosno predstavljale su se značajne komparativne prednosti Kvarnera: blizina najvažnijim emitivnim tržištima, neprocjenjiv spoj mora i gorja na malom prostoru te neizmjerne mogućnosti koje se otvaraju za boravak i aktivni odmor u prirodi i segment zdravstvenog turizma koji se diči stoljetnom tradicijom
- No, provodile su se kampanje sukladno okolnostima koje su nastupile u cijelom svijetu uslijed pandemije virusa COVID-19:
- pojačane aktivnosti pod objedinjenom oznakom kampanje #StayHome #TravelTomorrow, #VisitKvarnerTomorrow i #CroatiaLongDistanceLove koje su u datom trenutku održavale vidljivost i prisutnost na našim emitivnim tržištima;
 - strategija online komunikacije – izrađen promotivni video #VisitKvarnerTomorrow u cilju što kvalitetnijeg komuniciranja s pratiteljima, zadržavanja njihovog interesa odnosno poticanja nostalgije prema regiji Kvarner;
 - otvaranjem granica, ali i objekata turističkog sektora, stvoreni su preduvjeti za realizaciju turističke sezone i tu je krenula kampanja HTZ-a „The Vacation You Deserve Is Closer Than You Think“, koju je TZ Kvarnera također iskomunicirala;
 - #EnterCroatia - iskomunicirana nova web stranica s ciljem olakšavanja prelaska granice Republike Hrvatske;
 - podrška kampanji HTZ-a #EnjoyTheViewFromCroatia, #DiscoverTheColoursOfCroatia, #EnjoyTheColoursOfCroatia;
 - svakodnevno praćenje i komuniciranje novih informacija, uputa, preporuka i pravila ponašanja u okolnostima virusa COVID-19 kojeg je donio Hrvatski zavod za javno zdravstvo (HZJZ);

- tijek otvaranja graničnih prijelaza;
- ostalo;
- Facebook stranica ima interaktivnu Google kartu na kojoj su vidljivi svi Kvarner Family iznajmljivači;
- u sklopu stranice djeluje i grupa Pet Friendly koja je namijenjena vlasnicima kućnih ljubimaca i Pet Friendly iznajmljivačima - preko 1.904 člana;

Vođenje profila na društvenim mrežama zahtjeva niz dodatnih poslova/aktivnosti kao što su: pregledavanje konkurentskih profila i relevantnih odnosno zanimljivih „zajednica“; zahtjevi za prihvata u „zajednicu“ radi pridobivanja novih potencijalnih pratitelja, pregled objava radi dijeljenja i povećanja vidljivosti, pregled „like-ova“ i novih pratitelja, uzvrat „like-a“, traženje/uzvrat zahtjeva za praćenje stranice, osmišljavanje objave, usklađivanje i sjedinjavanje ideje, teksta i odgovarajuće fotografije (uz posebnu pozornost da za odabranu fotografiju postoje suglasnosti i Ugovor s autorom, te obavezna objava imena autora), pregled i odabir odgovarajućih #hashtagova, pregled i praćenje analitike doseg, pratitelja, komentara i like-ova profila.

Prezentacije - TZ Kvarnera je u sklopu odrađenih sajamskih nastupa i prezentacija održanih većinom tijekom siječnja i veljače 2020-te godine, promovirala ponudu obiteljskog smještaja s posebnim naglaskom na kapacitete s oznakom kvalitete Kvarner Family (poveznica 4.5.2. i 4.5.3.).

Oglašavanje portala putem online oglašavanja i to preko Facebook i Google AdWords alata:

- portal www.kvarnerfamily.hr najveći broj posjeta bilježi s talijanskog, slovenskog, njemačkog i austrijskog tržišta
- najveći broj posjetitelja na web stranice dolazi preko Google tražilice, zatim preko oglasa u sklopu online kampanje TZ Kvarnera te službenog web portala TZ Kvarnera www.kvarner.hr.

Edukacija domaćina i agenata kroz organizaciju izleta u suradnji s lokalnim OPG-ima, malim poduzetnicima, proizvođačima suvenira bila je planirana za 2020. godinu, no uslijed promijenjenih poslovnih okolnosti i globalne krize uzrokovane pandemijom virusa COVID-19, TZ Kvarnera je slijedom zaključaka Turističkog vijeća donijetim na sjednicama održanim dana 27.02.2020. godine, pristupila mjerama potrebnim za izvanredni rebalans Programa rada s financijskim planom za 2020. godinu, što je značilo obustavu dijela planiranih i ugovorenih aktivnosti, kako operativnih, tako i financijskih, do normalizacije tržišta, odnosno turističkog sektora i poslovne situacije za TZ Kvarnera.

Marketinška akcija „Obiteljski paket“ kojoj je trajanje akcije predviđeno za pred i po sezonu bila je planirana za 2020. godinu, uslijed promijenjenih poslovnih okolnosti i globalne krize uzrokovane pandemijom virusa COVID-19, TZ Kvarnera je slijedom zaključaka Turističkog vijeća donijetim na sjednicama održanim dana 27.02.2020. godine, pristupila mjerama potrebnim za izvanredni rebalans Programa rada s financijskim planom za 2020. godinu, što je značilo obustavu dijela planiranih i ugovorenih aktivnosti, kako operativnih, tako i financijskih, do normalizacije tržišta, odnosno turističkog sektora i poslovne situacije za TZ Kvarnera.

Prihvat novinara, profesionalnih putnika i influencera i organizacija noćenja i boravka u objektima s oznakom kvalitete Kvarner Family rezultiralo je raznim reportažama o Kvarneru.

Redovito obavještavanje Kvarner Family iznajmljivača o aktualnoj situaciji vezanu uz pandemiju virusa COVID-19:

- Preporuke HZJZ za čišćenje i rad smještajnih objekata
- Preporuke HZJZ za prelazak granice i upute na engleskom jeziku
- Uvjeti za ulazak u RH (obrazac s pitanjima i odgovorima)
- Primjer potvrde rezervacije smještaja, charter usluge, itd. kojom se dokazuje ulazak u RH u turističke svrhe
- Informacije o web stranici entercroatia.mup.hr i online obrascu za prelazak granice
- Informacije za privatne iznajmljivače
- Postupak kod pojave bolesti COVID-19 u turistički smještajnom objektu
- COVID-19 - ažurirani savjeti i upute za postupanje (u suradnji s Nastavnim zavodom za javno zdravstvo PGŽ).

Podbrend projekta „Kvarner Family - Pet Friendly“

TZ Kvarnera nastavlja raditi i na razvijanju daljnjih podbrendova u sklopu projekta „Kvarner Family“. Cilj je segmentirati ponudu smještaja odnosno pružiti upravo onu vrstu smještaja koju gost traži. Oko 70-tak iznajmljivača nosi oznaku Pet Friendly kao znak da su dobrodošli i kućni ljubimci te 4 „Dog Friendly“ agencije, dok su nam partneri na projektu Veterinarska stanica Rijeka, 2 salona za uljepšavanje pasa te hotel za pse „Monty`s Dog Hotel“.

Za podbrend Pet Friendly dostupna je i web stranica „Pet Friendly“, koja je izrađena na hrvatskom i engleskom jeziku i sadrži sve korisne informacije namijenjene gostima koji žele svoj odmor provesti s kućnim ljubimcima te iznajmljivačima koji pružaju uslugu smještaja namijenjenu gostima s kućnim ljubimcima. Uz posebnu web stranicu TZ Kvarnera aktualna je i Facebook grupa Pet Friendly. Kvarner Family iznajmljivači, koji su nosioci ove dodatne oznake kvalitete, na web portalu www.kvarnerfamily.hr i u brošuri Kvarner Family označeni su posebnom Pet Friendly ikonom.

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

TZ Kvarnera s podbrendom Bike Friendly i Hike Friendly nastavlja s brendiranjem Kvarnera kao outdoor destinacije. Značenje outdoor aktivnosti podrazumijeva sve aktivnosti koje se odvijaju u prirodi, a odnose se na aktivni odmor. Najveći obim aktivnosti u ovome segmentu bilježi se upravo kroz cikloturizam i pješčačenje. 30-tak objekata prilagođeno je potrebama cikloturista te nose oznaku Bike Friendly, dok drugih 30-tak objekata nosi oznaku Hike Friendly što znači da su prilagođeni za smještaj i udovoljavaju specifičnim potrebama gostiju koji pješčače ili planinare. Kvarner Family iznajmljivači, koji su nosioci ovih dodatnih oznaka kvalitete, na web portalu www.kvarnerfamily.hr i u brošuri Kvarner Family označeni su posebnim Bike Friendly odnosno Hike Friendly ikonama.

Kvarner Family Agency

„Kvarner Family Agency“ je oznaka kvalitete turističkim agencijama koje u svojoj ponudi naglasak stavljaju na promociju i popunjavanje kapaciteta s oznakama Kvarner Family. Oznaku kvalitete nosi oko 30-tak turističkih agencija s područja Kvarnera, a prijaviti se mogu sve turističke agencije koje imaju sklopljena najmanje tri ugovora o posredovanju s domaćinstvima koja nose oznaku kvalitete Kvarner Family.

Brošura „Kvarner Family“

Brošura Kvarner Family, koja služi gostima kao svojevrsan vodič kroz obiteljski smještaj na Kvarneru dostupna je u uredima svih lokalnih turističkih zajednica s područja Kvarnera odnosno njihovim turističkim informativnim centrima (TIC).

Novo izdanje tiskane brošure 2020. godine bilo je gotovo pred završetkom, no uslijed promijenjenih poslovnih okolnosti i globalne krize uzrokovane pandemijom virusa COVID-19, TZ Kvarnera je slijedom zaključaka Turističkog vijeća donijetim na sjednicama održanim dana 27.02.2020. godine, pristupila mjerama potrebnim za izvanredni rebalans Programa rada s financijskim planom za 2020. godinu, što je značilo obustavu dijela planiranih i ugovorenih aktivnosti, kako operativnih, tako i financijskih, do normalizacije tržišta, odnosno turističkog sektora i poslovne situacije za TZ Kvarnera. Time je obustavljeno i financiranje te daljnje odrađivanje završne grafičke pripreme i tisak same brošure (poveznica 4.5.8.).

Kvarner Family info mapa

Tiskana je Kvarner Family info mapa s pripadajućim brošurama o Kvarneru, a namjena je da ju svaki Kvarner Family iznajmljivač izloži u svom smještajnom objektu, dostava mapa Kvarner Family iznajmljivačima bit će realizirana na proljeće 2021. godine u skladu sa željama iznajmljivača.

Planirane aktivnosti do konca godine u sklopu projekta

- odrađivanje obilaska novoprijavljenih domaćinstava za dodjelu oznaka kvalitete od strane Povjerenstava Kvarner Family, usklađivanje Zapisnika te slanje na daljnju proceduru lokalnim turističkim zajednicama, potpisivanje Ugovora, slanje Narudžbenice za Kvarner Family ploču, prikupljanje podatka i fotografija za web portal, itd.
- u tijeku je osnivanje jedinstvenog regionalnog Povjerenstva PGŽ koje vrši obilazak novoprijavljenih iznajmljivača za dodjelu oznake kvalitete Kvarner Family.

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. Stoga je i u 2020. godini bilo planirano 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 „Kvarner Gourmet i Kvarner Food“

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

Unutar postojećih oznaka kvalitete, postoje dodatne oznake:

Kvarner Gourmet - 1 škamp, 2 škampa ili 3 škampa,

Kvarner Food - Food Plus (za one s osvojenih 90 do 99 bodova)

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

U 2020. godini važeći kriteriji su:

Kvarner Food (75 - 89 bodova)

Kvarner Food Plus (90 - 100 bodova)

Kvarner Gourmet (1 škamp) - 100 bodova

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

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

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

Tematska brošura Kvarner Gourmet & Food

Tematska brošura, na hrvatskom i engleskom jeziku, dostupna je i na službenoj web stranici TZ Kvarnera, s mogućnošću preuzimanja, odnosno dostupna je u digitalnom izdanju. Brošura se distribuirala u sklopu svih važnijih promidžbenih aktivnosti TZ Kvarnera, od sajмова i prezentacija, do uručivanja novinarima i partnerima koji su posjetili regiju.

Tijekom 2020-te godine 73 restorana imalo je oznaku kvalitete istaknutu standardiziranu ploču s logom projekta, i to:

- 1 restoran s oznakom kvalitete Kvarner Gourmet (2 škampa) – Bevanda
- 12 restorana s oznakom kvalitete Kvarner Gourmet (1 škamp)
- 14 restorana s oznakom kvalitete Kvarner Food Plus
- 46 restorana s oznakom kvalitete Kvarner Food
- od ukupno 73 restorana više od polovice objekata nosi i dodatnu oznaku Dog Friendly.

Na Kvarneru djeluju centri kompetencije vezani uz enogastronomiju, što doprinosi kvaliteti ponude i u edukativnom, ali i turističkom smislu:

1. UGOSTITELJSKA ŠKOLA OPATIJA - REGIONALNI CENTAR KOMPETENTNOSTI - EU projekt pod nazivom „RCK RECEPT - Regionalni centar profesija u turizmu“; financira se iz Europskog socijalnog fonda u okviru Operativnog programa Učinkoviti ljudski potencijali 2014.-2020. godine, razdoblje provedbe projekta: 01.04.2020.-01.12.2023. godine,
2. FAKULTET ZA MENADŽMENT U TURIZMU I UGOSTITELJSTVU OPATIJA - program cjeloživotnog obrazovanja „Specijalist odjela hrane i pića“ - cilj programa je stjecanje praktičnih znanja, vještina i kompetencija neophodnih za suvremeno poslovanje odjela hrane i pića u hotelskom objektu te ostalim u različitim ugostiteljskim objektima; program traje jednu akademsku godinu,
3. PRIMORSKO-GORANSKA KAŠETICA - Upravni odjel za turizam i ruralni razvoj pri PGŽ i Centar za poljoprivredu i ruralni razvoj PGŽ kroz svoje aktivnosti rade na poticanju razvoja i proizvodnje autohtonih proizvoda Kvarnera te na organizaciji manifestacija putem kojih se promoviraju i prodaju autohtoni proizvodi Primorsko-goranske županije odnosno regije Kvarner.

Promidžbene aktivnosti Kvarner Gourmet & Food:

PR aktivnosti, tematske prezentacije na najbližim emitivnim tržištima i studijska putovanja (prihvat na Kvarneru i stručni posjeti dionika drugim primjerima dobre prakse)

Kako je sama 2020. godina započela zaista intenzivnim promidžbenim aktivnostima, kako se to i odvija svake godine s početkom godine, odrađeno je nekoliko sajamskih nastupa i prezentacija, prije nego je postalo izvjesno da je nastupila pandemija uzrokovana virusom COVID-19 i započelo je zatvaranje (lockdown) uz uvedene restrikcije u putovanjima. Kako je bilo preporučeno od strane upravljačkih tijela TZ Kvarnera, planirani poslovni procesi u proljetnom periodu nisu mogli biti provedeni. Ali svakako je dijelom svih promo aktivnosti koje su odrađene prije toga, bila i promocija gastronomije, a nastavilo se u skladu s mogućnostima i oprezom s obzirom na poslovnu neizvjesnost.

Za istaknuti su sljedeće aktivnosti:

- **prezentacija u Beogradu, 20.02.2020. - Tematska emisija RTS „Grozđ“** - za vrijeme ovogodišnjeg održavanja Vinarskog sajma „BeoWine“ i Sajma turizma u Beogradu, TZ Kvarnera sudjelovala je (20.02.2020.) u snimanju tematske, vrlo popularne i gledane putopisne i gastronomske serije „Grozđ“ poznatog novinara Radiotelevizije Srbije. Naglasak emisije bio je na najavi predstojećih vinskih sajmova na Kvarneru, te su gledatelji dobili informacije o datumima održavanja i bili pozvani na kvarnerske vinske manifestacije (poveznica 4.5.3.)
- **gastronomsko-putopisni TV serijal „Ribarev sin“** - na prijedlog HTZ-a za uključivanje i suradnju na iznimno zanimljivom projektu na temu gastronomije, TZ Kvarnera je u suradnji sa zainteresiranim kvarnerskim destinacijama pripremila projekt izvedbeno i financijski, do same točke realizacije, što je na kraju otkazano uslijed novonastalih okolnosti uzrokovanih pandemijom virusa COVID-19. Riječ je o projektu pod nazivom „Ribarev sin“, a u produkciji Castro Multimedia. „Ribarev sin“ je gastronomsko-putopisni TV serijal u kojem je hrvatski najpopularniji chef David Skoko trebao obići nekoliko inspirativnih lokacija na Kvarneru, na tim

lokacijama se družiti i kuhati s lokalnim kuharima, te promovirati lokalne namirnice i specifičnosti lokalne kuhinja. Producent Dubravko Merlić jamčio je emitiranje serijala Ribarev sin na najpopularnijoj međunarodnoj kulinarskoj platformi 24Kitchen. TZ Kvarnera odradila je pripremu i umrežavanje sudionika. Nadamo se da će se projekt realizirati kada se za to stvore ekonomski i epidemiološki uvjeti, a turističko tržište se oporavi.

Suradnja s JRE – Jeunes Restaurateurs Europe

Kvarnerski restorani s oznakom branda JRE, te oznake Kvarner Gourmet, zasigurno doprinose ugledu i imidžu gastronomije na Kvarneru, te ih kao takve TZ Kvarnera ističe u prigodi promocije kvarnerske gastro scene, koju i domaći i strani mediji posebno dobro prate. TZ Kvarnera redovito sudjeluje u izdanju JRE vodiča. JRE kao udruga postoji od 1974. godine, djeluje u 16 europskih zemalja te od ukupno 386 chefova od kojih preko polovice njih ima od 1 do 3 Michelinove zvjezdice, ili pak pripada redu 50Best restorana, Relais Chateaux odnosno uvršteno je u Gault Millau vodiče. Udrugu JRE Hrvatska, koja je dijelom europske obitelji JRE chefova, čine chefovi iz 15 hrvatskih renomiranih restorana.

⇒ JRE godišnje događanje „Talent & Passion / Raw & Unplugged 2020“

Nakon uspješno odrađenog svečanog godišnjeg događanja JRE-a Talent & Passion „Pick your fish and dish“ 2019 održanog u jedinstvenom okruženju riječke Ribarnice u studenom 2019. godine, TZ Kvarnera i u 2020. godini krenula s planiranjem manifestacije JRE-a u suradnji s udrugom JRE Hrvatska u kojoj bi sudjelovala kao pokrovitelj, suorganizator i sudomaćin. Obilasci terena odrađeni su tijekom svibnja i lipnja 2020. godine, kada su istražene mogućnosti frankopanskih kaštela na Kvarneru, a potom su odabrane Mošćenice kao prikladnija lokacija. Nakon utvrđivanja i sagledavanja svih mogućnosti lokacija, dogovoreno je kako bi se centralni godišnji događaj JRE-e „Talent & Passion / Raw & Unplugged 2020“ trebao održati u predsezonskom terminu, pa je datum nekoliko puta odgađan u skladu s epidemiološkim mjerama, da bi 04.10.2020. godine u Mošćenicama, bio potvrđen i kompletno pripremljen; odrađena je priprema na samoj lokaciji, pripremljen kompletan scenarij, sve ugovoreno, TZ Kvarnera sudjelovala je u svim aktivnostima, sastancima i obilascima lokacije, ali je na kraju i to odgođeno za 2021. godinu.

No, uslijed sve teže epidemiološke slike uzrokovane virusom COVID-19 te novih epidemioloških mjera i preporuka vezano za okupljanja i organizaciju događanja radi sprječavanja daljnjeg širenja virusa, u dogovoru s udrugom JRE Hrvatska u rujnu 2020. godine bili smo prisiljeni otkazati događanje, odnosno predvidjeti održavanje u proljeće 2021. godine (ukoliko to bude bilo moguće).

Samo događanje Talent & Passion / Raw & Unplugged 2020 popratila bi velika marketinška kampanja u svim medijima, na društvenim mrežama, kako u Hrvatskoj, tako i u inozemstvu, a tijekom događanja bio bi producirana niz promotivnih fotografija, te film. Vizual događanja bio bi komuniciran putem JRE-ovih globalnih kanala i društvenih mreža, te u newsletteru JRE-a koji ide na 15.000 inozemnih adresa. Time bi ova opsežna kampanja obuhvatila i nacionalno i globalno tržište. Događanje bi, uz predstavnike najvažnijih domaćih medija, pratili i predstavnici inozemnih specijaliziranih medija za gastronomiju iz više europskih zemalja. Može se reći da se ovdje radi o zaista zahtjevnom i spektakularnom događaju, koji potvrđuje kako je gastronomija dio kulture.

- ⇒ **Svečana primopredaja opreme Ugostiteljskoj školi Opatija - sredstva za kupnju prikupljena na svečanom godišnjem događanju JRE-a Talent & Passion „Pick your fish and dish“ 2019, 03.03.2020.**

JRE svečani godišnji događaj održan u studenom 2019. godine imao je i svoju humanitarnu stranu. Naime, 15 vodećih hrvatskih chefova, članova udruge JRE, kuhalo je bez naknade, a prihodom od ulaznica nabavljena je oprema za praktikum Ugostiteljske škole u Opatiji. Na ovaj način se kroz potporu edukaciji daje poticaj mladima za razvijanje ljubavi prema poslovima u gastronomiji, koji značajno dobivaju na ugledu. Predsjednica udruge JRE Hrvatska, gospođa Marina Gaši, tim je povodom u Ugostiteljskoj školi u Opatiji na organiziranoj svečanoj primopredaji uručila novu opremu ravnateljici škole gospođi Sibili Roth, a učenicima Ugostiteljske škole, koji su zajedno s chefovima i konobarima radili tijekom događanja u riječkoj Ribarnici, uručene su i zahvalnice.

- ⇒ **objavljen je godišnji JRE vodič** – austrijsko i hrvatsko izdanje, u kojem TZ Kvarnera tradicionalno promovira Kvarner Gourmet & Food brand, odnosno gastronomsku ponudu Kvarnera, a osim tiskanog izdanja, vodič je dostupan i u digitalnoj formi na www.jre.eu. Svečana promocija i prezentacija vodiča uz okupljanje članova JRE, partnera, pokrovitelja i brojnih medija održana je u zagrebačkom kulturnom restoranu „Dubravkin put“, 19.02.2020. godine.
- ⇒ **JRE kulinarske masterclass radionice - Miele Cooking show** - u organizaciji JRE u Zagrebu su u reprezentativnom kulinarskom centru Miele za predstavnike medija i partnere priređene dvije kulinarske masterclass radionice (18.03.2020. te 23.04.2020. godine) kada su 2 renomirana kvarnerska restorana, Draga di Lovrana s chefom Deni Srdočem, te Plavi podrum s Danijelom Kramarić, prezentirali lokalne namirnice u vrhunskoj kuhinji. Za Kvarner je i ovo jedan od načina brendiranja gastronomije, pozicioniranja na kompetitivnoj gastro mapi, a sve zajedno regiji daje imidž privlačne i zanimljive destinacije.

Suradnja s Gault&Millau

Među oznakama kvalitete kojima se odlikuju kvarnerski restorani, ističe se i međunarodna oznaka Gault&Millau, koju čini zajednica profesionalaca, koji svojim radom i znanjem, svakodnevno doprinose ugledu hrvatske gastronomije, a na Kvarneru se brojni restorani diče „kopicama“ Gault&Millau, prepoznatljivim simbolom kvalitete i vrhunske usluge u 25 zemalja svijeta. Gault&Millau Croatia okuplja sve veći broj restorana, profesionalaca različitih dobnih skupina, stilova i preferencija, a upravo je bogatstvo različitosti jedna od karakteristika globalne Gault&Millau zajednice. Njezin pristup gastronomiji sažet je u sloganu „luksuz je u kvaliteti, a ne u cijeni“, zbog čega inspektori Gault&Millau Croatia, u potrazi za najboljima, fokus stavljaju na inovativnost, poštivanje tradicije svog kraja, poznavanje suvremenih kulinarskih tehnika te kuhanje s velikim emocijama.

- ⇒ **objavljen je godišnji gastronomski Gault&Millau vodič**

Uz HTZ, i TZ Kvarnera prepoznala je važnost jednog od najrelevantnijih gastronomskih svjetskih vodiča za promociju regije Kvarner kao vrhunske eno i gastronomske destinacije na međunarodnoj turističkoj sceni. I stoga je i u 2020-toj godini TZ Kvarnera sudjelovala u promociji putem vodiča Gault&Millau Croatia 2020 i pratećeg marketinškog paketa objava na društvenim mrežama i na web stranici Gault&Millau. Svečana promocija trećeg izdanja međunarodnog gastronomskog vodiča Gault&Millau, u koji su uvršteni najbolji

restorani Kvarnera i Hrvatske, bila je priređena na večeri vrhunske gastronomije, u hotelu Esplanade u Zagrebu, 03.03.2020. godine, što su popratili brojni hrvatski mediji.

⇒ **Trofej „Veliki chef sutrašnjice 2020.“ po izboru Gault&Millau** osvojio je chef Robert Benzia iz lovranskog restorana „Food&Wine Bar Ganeum“.

Michelin 2020 - nakon prve Michelinove zvjezdice chefa Deni Srdoča i restorana Draga di Lovrana u 2019. godini, u 2020-toj godini na Kvarner su došle Michelinove preporuke za restorane Villa Ariston i Navis

Svake godine upravo se Michelinove vijesti očekuju i smatraju vrhom u gastronomskim postignućima, pa je tako i ove godine zabilježena Michelinova vijest, a to su preporuke, koje svakako daju doprinos imidžu Kvarnera kao destinaciji gastronomije.

Promocija i suorganizacija gastro manifestacija te poticanje vinskih festivala na Kvarneru

I u 2020. godini TZ Kvarnera je kroz projekt Kvarner Gourmet i Kvarner Food planirala je nastaviti s podrškom u promociji i suorganizaciji gastro manifestacija i vinskih festivala. Od siječnja do ožujka 2020. godine TZ Kvarnera surađivala je s organizatorima na suorganizaciji 2 vinska festivala, i to 4. međunarodnog eno-gastro festivala WineRi 2020 (13.03.-14.03.2020.) te Wine Vip Event (19.03.2020. u Malinskoj i 14.04.2020. u Rijeci), koji su bili gotovo pred realizacijom te su trebali biti održani pod pokroviteljstvom TZ Kvarnera.

No, uslijed sve teže epidemiološke slike uzrokovane virusom COVID-19 te novih epidemioloških mjera i preporuka vezano za okupljanja i organizaciju događanja radi sprječavanja daljnjeg širenja virusa, organizatori su bili prisiljeni otkazati festivale te ih odgoditi do daljnjega.

Slijedom nastalih okolnosti uzrokovanih pandemijom virusa COVID-19, Wine Vip Event održan je u novom terminu (15.10.2020. u Rijeci na botelu Marina), uz poštivanje epidemioloških mjera i ograničenja broja gostiju. Održavanje 4. međunarodnog eno-gastro festivala WineRi 2020, planirano u terminu do 13.11. do 14.11.2020. godine na Gat u Karoline riječke u Rijeci, odgođeno je za 2021. godinu.

Također, uslijed okolnosti uzrokovanih pandemijom virusa COVID-19 većina gastro manifestacija je otkazana i/ili odgođena za narednu godinu.

Za istaknuti u promociji gastronomije Kvarnera

Gotovo sve studentske grupe realizirane na Kvarneru, iako ih je uslijed pandemije bilo manje, imale su na programu boravka upoznavanje s gastronomijom na Kvarneru, odnosno s projektom Kvarner Gourmet i Kvarner Food. Nezavisni gourmet novinari i blogeri objavili su reportaže o destinaciji s gastronomskom ponudom, kao primjerice:

- Toni Krasnic, američki gastro blogger i autor destinacijskih i gastronomskih vodiča posjetio je Kvarner i svoja eno-gastronomska iskustva pod nazivom „Foodie Guide to Kvarner“ podijelio na društvenim mrežama i blogu. „Foodie guide to Kvarner“ dao je poseban osvrt na Primorsko-goransku kašeticu, kao izvor informacija,

mjesto susreta ponude i potražnje lokalnih proizvoda, i pohvalio model takve organizacije jedinstvenog mjesta ponude, edukacije i promocije materijalne i nematerijalne baštine regije.

- Sarah Dodd / Nomadic Dreamer - TZ Kvarnera je od 02.10.-04.10.2020. godine ugostila blogericu/influencericu Sarah Dodd, koja je tijekom boravka na Opatijskoj rivijeri, uz razgled Opatije, Lovrana i Mošćeničke Drage u pratnji stručnog vodiča, poseban interes i fokus imala na gastronomiju, koju je istražila kroz dva degustacijska menua bazirana na kvarnerskim namirnicama. Unatoč iznimno lošem vremenu s ekstremnom kišom i jakim vjetrom koje je vladalo praktički tijekom cijelog njenog boravka, posjet je rezultirao brojnim objavama na profilu Nomadic Dreamer. Sarah Dodd je kozmopolitski „solo traveler“ sa širokim spektrom interesa, ali možemo ga svesti na lifestyle, gastronomiju i zdrave navike, te ima 300.000 followera/pratitelja na društvenim mrežama. Proputovala je 121 zemlju prije dolaska na Kvarner.

Kampanje promocije gastro ponude

- odrađivane su tijekom cijele godine, a posebno velika aktivnost zabilježena je na slovenskom tržištu gdje su na Facebook stranicama „Visit Kvarner“ i „Objemi Hrvatsko“ napravljene brojne objave, koje su dijeljene i na Instagramu te drugim društvenim mrežama. Uključena je bila i omiljena slovenska gastro revija „Dober tek“, te je vidljivost bila primjerena,
- u tijeku je jesensko-zimska kampanja oglašavanja na društvenim mrežama i portalima u Sloveniji s ponudom jesensko-zimskih delicija, a cilj je ostati prisutan u svijesti slovenskih gostiju i tijekom ovog teškog razdoblja zatvaranja, pri čemu oko 70.000 slovenskih vlasnika nekretnina u Hrvatskoj, od kojih mnogi na Kvarneru, mogu putovati, te je trud za svakog gosta vrijedan ostanka „na sceni“,
- u tijeku je jesensko-zimska kampanja u hrvatskim tiskanim i online medijima, kojima se pozivaju gosti, ponajviše iz Zagreba i kontinenta na Kvarner.

Za istaknuti su inicijative restorana i drugih gospodarskih subjekata te individualaca, koji svojim znanjem, iskustvom i profesionalnošću sudjeluju u stalnom unaprjeđivanju gastro ponude, podizanju kvalitete, građenju ugleda na međunarodnom tržištu, te novim idejama i praćenjem trendova svrstavaju Kvarner u vrh europske gastronomije.

2.1.1.3. Kvarner Outdoor – razvoj i brendiranje aktivnog odmora

Još 2019. godine usvojen je Operativni plana razvoja cikloturizma na području PGŽ, koji je dao smjernice za daljnji razvoj, ali i za nastavak već započetih aktivnosti.

Glavna odrednica Operativnog plana (uz daljnji razvoj infrastrukture i sinergiju svih dionika involviranih u projekt) je promocija. Jedan od kanala promocije je zasigurno organizacija manifestacija, događanja, raznih natjecanja, coobrending s poznatim i značajnim organizatorima manifestacija, nositelja licenci, proizvođača opreme i sl.

Baš tim slijedom i na tragu ovih odrednica, za 2020. godinu planirano je domaćinstvo Kvarnera velikim događanjima i manifestacijama. Naime, nekoliko prethodnih godina, razvojem i ulaganjem u outdoor infrastrukturu, postignuti su rezultati te je regija Kvarner

prepoznata kao destinacija vrlo pogodna za outdoor turizam. Kroz organizaciju manifestacija (posebice na međunarodnoj razini) stvara se motiv dolaska, te je to 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.

Stoga su organizatori odabrali baš Kvarner, kao destinaciju na području koje će se organizirati svjetska i ostala natjecanja - od već tradicionalne CroRace međunarodne etapne biciklističke utrke koja uz sudjelovanje svjetskih i europskih prvaka, na Kvarneru ima dvije etape s dva cilja (plan za 2020. godinu su bile Crikvenica i Rijeka kao Europska prijestolnica kulture), MTB utrka 4 Islands (Krk, Cres, Lošinj i Rab), koja iz godine u godinu bilježi veći interes natjecatelja i zbog zahtjevnosti staze i ljepote prirode ispunjava kvotu prijavljenih natjecatelja, zatim svjetski kup u Downhill (biciklističkom) natjecanju na Malom Lošinju, rekreativna triathlon utrka „X terra“, potom priprema natjecanja za svjetsko prvenstvo 2021. godine Croatia Adventure Race, pa sve do već uhodanih trail utrka za kojima kontinuirano raste interes i domaćeg i stranog tržišta.

Veliki dio navedenih natjecanja trebao se održati na proljeće, s ciljem produženja turističke sezone, ali i pogodnih vremenskih uvjeta. Zbog pandemije uzrokovane virusom COVID-19, većina manifestacija je odgođena za jesen, a potom na jesen i otkazana.

Iako su manifestacije otkazane, u 2020. godini je odrađen niz aktivnosti na promociji outdoor segmenta. Tako je još početkom godine TZ Kvarnera sufinancirala tečaj biciklističkih vodiča za 10-ak polaznika s područja Kvarnera, s obzirom da postoji kontinuirani interes za sudjelovanjem u edukaciji, a turističke agencije traže specijalizirane biciklističke vodiče, zbog sve većeg broja grupa koje na taj način obilaze Kvarneru.

Nadalje, u sklopu marketinške kampanje koja je odrađena tijekom srpnja i kolovoza, a nakon otvaranja granica (nakon proljetnog lockdown-a), naglasak je stavljen upravo na outdoor ponudu, samim time što se preporučao boravak na otvorenom, u manjim grupama, pa su pješačke i biciklističke staze, neistraženi putevi i vrhovi bile idealna ponuda.

Golf turizam

Sukladno Strategiji razvoja turizma RH i Akcijskom planu razvoja golfa u RH, te županijskim dokumentima prostornog planiranja, na Kvarneru su u tijeku aktivnosti za izgradnju golf igrališta s 18 polja na području Općine Mošćenička Draga, odnosno na području Brseča, te na području Punta Križa na Cresu, na lokaciji Matalda. Kako golf produžuje sezonu, te značajno doprinosi imidžu i popularnosti destinacije, TZ Kvarnera prati realizaciju projekata, te sudjeluje u edukativnom dijelu projekta, odnosno u pripremnim aktivnostima razvoja golf turizma na Kvarneru i to u suradnji s HTZ-om i nadležnim ministarstvima. Tijekom 2020-te godine nisu održane planirane radionice, niti je započela promocija novog proizvoda na Kvarneru, zbog pandemije virusa COVID-19 i potpuno promijenjenih poslovnih okolnosti. Ali je u listopadu 2020. godine Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja RH pokrenulo postupak procjene utjecaja na okoliš golf igrališta Matalda na otoku Cresu, te se očekuje nastavak aktivnosti.

Automotodrom Grobnik

Automotodrom i pista na Grobniku jedinstvena su turističko-sportska atrakcija i infrastruktura od velike vrijednosti na Kvarneru, koja bilježi posjete svjetskih i europskih natjecatelja, motoklubova, ali i turista - gledatelja atraktivnih utrka. TZ Kvarnera u promotivnim aktivnostima ističe ovu prednost, kao rijedak segment turističke ponude, za koju u krugu od 1.000 km udaljenosti postoji veliki interes. Tijekom 2020-te godine održana si natjecanja i treninzi, odnosno manifestacije koje su dopuštale epidemiološke mjere.

Nascar Whelen Euro Series (NWES) - po prvi put je na Automotodromu Grobnik održana ova svjetski poznata utrka. (Nascar GP je utrka američkih trkaćih automobila.) Naime, zbog pandemije virusa COVID-19 i ograničenja u Češkoj, događaj je premješten na Grobnik, te je tako regija Kvarner ugostila veliki broj svjetski poznatih vozača - natjecatelja, timova i posjetitelja, koji su od 14. do 15.11.2020. godine mogli upoznati i druge kvarnerske atrakcije i turističku ponudu. Uz to, Velika nagrada Hrvatske pratila se putem televizije KreatorTV i preko društvenih mreža NASCAR Whelen Euro Seriesa te streaming servisa Motorsport.tv, pa je TZ Kvarnera sudjelovala u promociji u cilju isticanja ovog segmenta turističke ponude.

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

Kvarner destinacija zdravlja

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

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

Kvarner i zdravstveni turizam u doba korona krize 2020. godine

Od samog početka godine, već u razdoblju prva 3 mjeseca, kada je TZ Kvarnera odradila većinu planiranih aktivnosti (sve do prve velike otkazane aktivnosti, a to je bio nastup na najvećoj svjetskoj turističkoj burzi ITB u Berlinu), bilo je jasno da će potreba zdravstvenim

turizmom u 2020-toj godini rasti i da ulazimo u vrijeme neizvjesnosti radi nadolazeće pandemije virusom COVID-19, a što se potvrdilo razbuktavanjem pandemije. Sama priroda virusa koji prvenstveno napada respiratorni sustav, a zatim utječe na sve organe, vratila nas je na primarnu potrebu kvalitetnog disanja, i to za svakog čovjeka. Kvarner kao destinacija zdravlja pokazala se kao predodređena upravo za tu vrstu terapija, zbog klimatoloških prednosti, metode kombinacije thalassoterapije i moderne medicine, bogate tradicije u zdravstvu i turizmu i infrastrukture potrebne za tu vrstu ponude.

Vodeći se sintagmom „Najveće bogatstvo je zdravlje“ TZ Kvarnera je tijekom 2020-te godine upravo to isticala u promociji pod već prepoznatim sloganom “Kvarner Efekt”, koji upućuje na koristi „wellbeing i health“ faktora, koje gosti mogu imati boravkom na Kvarneru, u smislu poboljšanja općeg stanja i rehabilitacije bilo koje vrste.

Suradnja s Klasterom zdravstvenog turizma na Kvarneru

S Klasterom zdravstvenog turizma Kvarnera nastavljena je suradnja, kako po pitanju prilagodbe djelovanja samog Klastera u uvjetima koronakrize, tako i kroz intenzivnu suradnju s drugim članicama Klastera koje su bile izravno uključene i nadležne za problematiku koronakrize, a to su Nastavni zavod za javno zdravstvo PGŽ, Dom zdravlja PGŽ, KBC Rijeka, Hitna medicinska pomoć i drugi. Tijekom pandemije bolesti COVID-19 nastali su nezapamćeni izazovi za zdravstvene sustave te iznimno ozbiljne socioekonomske posljedice u Europi i cijelom svijetu.

- S početkom najveće krize u turizmu i zdravstvu, direktorica TZ Kvarnera, dr.sc. Irena Peršić Živadinov imenovana je na 32. sjednici Klastera zdravstvenog turizma Kvarnera, (održanoj 19.03.2020. godine elektronskim putem) predsjednicom Upravnog odbora Klastera zdravstvenog turizma Kvarnera.

I Klaster, i TZ Kvarnera na dnevnoj su bazi komunicirali informacije prema lokalnom stanovništvu i prema turističkom sektoru: kontinuirano su se kreirale i na teren prosljeđivale informacije s preporukama, smjernicama i preventivnim postupcima vezanim uz epidemiološku situaciju koronavirusa, te su rješavani problemi.

Naime, TZ Kvarnera je slijedom uputa i zaključaka Turističkog vijeća TZ Kvarnera od početka sudjelovala u koordinaciji informiranja domaćeg turističkog sektora i turističkog tržišta, te su odaslane mnoge obavijesti prema stranim i domaćim gostima, kao i newsletter s osnovnim informacijama na 4 strana jezika, a sve je komunicirano online kanalima i podignuto na mrežnu stranicu TZ Kvarnera. Newsletter s najvažnijim informacijama kreiran je u suradnji s Nastavnim zavodom za javno zdravstvo PGŽ i poslan stranim novinarima i partnerima, Predstavništvima HTZ-a u inozemstvu, Predstavništvu HGK, Veleposlanstvima RH i konzularnim ispostavama, koji su prosljeđivali i širili informacije putem svojih kanala. Na taj način kontinuirano se doprinosilo vidljivosti destinacije kao sigurne za boravak stranih gostiju, sukladno zajedničkom cilju reaktivacije turističkog gospodarstva. Može se reći da je čitav newsletter bio posvećen promociji upravo zdravstvenog turizma.

Također, TZ Kvarnera sudjelovala je na nekim sjednicama regionalnog stožera za civilnu zaštitu i stožera za zarazne bolesti PGŽ, na kojima su davani prijedlozi za sagledavanje potreba u turizmu, u skladu s mijenjanjem epidemiološke situacije.

TZ Kvarnera bila je pokroviteljem 8. CIHT - Crikvenica International Health Tourism Conference, koja je održana 12. i 13. studenoga 2020. godine i to po prvi put s promijenjenim konceptom, u virtualnom izdanju. Sudjelovanje je bilo besplatno za sve sudionike, a konferencija se pratila putem nove CIHT mobilne aplikacije, službenog Facebook profila CIHT Conference Crikvenica Croatia te YouTube kanalu konferencije. Dvodnevna konferencija ugostila je najpoznatije svjetske i domaće stručnjake iz područja zdravstva, turizma i marketinga. Riječ je o stručnjacima koji sudjeluju kao predavači na brojnim eminentnim svjetskim zdravstveno-turističkim konferencijama te surađuju s najvećim tvrtkama iz navedenog područja djelovanja.

TZ Kvarnera surađuje s Klasterom zdravstvenog turizma na Kvarneru, te je zdravstveni turizam i nadalje jedan od najvažnijih turističkih proizvoda na Kvarneru. Izdvojiti se mogu sljedeće aktivnosti Klastera:

- provedeno istraživanje zdravstvenog turizma Kraljevine Norveške u korelaciji s ponudom usluga zdravstvenog turizma na Kvarneru u cilju unaprjeđenja prodaje usluga;
- razvijena je mobilna aplikacija zdravstvenog turizma u suradnji s Rochester Institute of technology;
- u pripremi je Kvarner Health card s pogodnostima u korištenju zdravstvenih usluga;
- provedena je anketa o prihodima i broju zdravstvenih turista na Kvarneru;
- društvene mreže Facebook i LinkedIn Klastera – objave tijekom cijele godine.

Za istaknuti u promociji zdravstvenog turizma Kvarnera

Iako manje od prethodnih godina, uslijed restrikcija u putovanjima i mjera u pandemiji korona krize, TZ Kvarnera je organizirala dolazak i boravak predstavnika medija i agenata, a posebno i nastavila suradnju s onima koji su već boravili na Kvarneru i dali u 2020-toj godini ponovno šansu destinacijama zdravlja. Tako na temu zdravstvenog turizma možemo istaknuti:

- ugledni britanski portal **BBC Travel** objavio je prekrasnu reportažu o Kvarneru i otoku Lošinju kao mjestima gdje se oduvijek „dolazilo po zdravlje“. Portal BBC Travel ima više od tri milijuna pratitelja na društvenim mrežama, a sam značaj BBC-ja kao vodećeg svjetskog javnog servisa ne treba posebno isticati. Autorica teksta „Hrvatski iskonski otok wellnessa“, novinarka Kristin Vukovic, njujorška je dopisnica BBC Travela, u više je navrata boravila na Kvarneru i vrlo dobro poznaje raznolikost ponude i blagodati koje ova regija pruža. Radove novinarkinje Vukovic, osim BBC Travel-a, objavljuje i The New York Times te još cijeli niz ostalih publikacija specijaliziranih za putovanja i zdravstveni turizam. Novinarka se u reportaži usredotočila na povijest i razvoj zdravstvenog turizma na Kvarneru naglašavajući jedinstvene klimatske uvjete otoka Lošinja, njegove brojne zdravstvene beneficije, posebno povezane sa zdravljem dišnih puteva. Otok Lošinj ima jedinstvenu kombinaciju čistoga zraka zasićenog česticama morske soli i esencijalnih ulja te optimalne vlažnosti i temperature i time pruža „aromaterapiju“ na otvorenom. U tekstu se također spominju i posjete članova dinastije Habsburg, što je pridonijelo stjecanju slave otoka Lošinja kao "otoka wellnessa i vitalnosti".

Nezaobilazni dio posvećen je i „Kvarner Efektu“ – procesu koji zahvaljujući posebnoj mikroklimi Kvarnera pruža prirodno ozdravljenje. Odlična kvaliteta zraka, aerosol iz morskog zraka i visoke koncentracije soli u Jadranskom moru čine Kvarner vrhunskim okruženjem koje pogoduje zdravlju i koje je oduvijek, a posebno u ovim „Korona okolnostima“ od iznimnog značaja. Cijeli putopisni tekst popraćen je nizom prelijepih fotografija Lošinja i Kvarnera koje ostavljaju bez daha i pozivaju na nezaboravni odmor koji pruža regija Kvarner.

2.1.1.5. Kvarner Culture – razvoj i brendiranje kulturne ponude

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

2020. godina bila je potpuno nespecifična i nezapamćena uslijed pandemije virusa COVID-19 i sasvim promijenjenih poslovnih uvjeta. TZ Kvarnera je ipak realizirala aktivnosti iz domene kulturnog turizma, u mjeri koliko god je to bilo moguće. Kako se radilo o velikim očekivanjima vezanim uz status Rijeke kao Europske prijestolnice kulture, upravo su u tome mnoge aktivnosti bile otkazane, ali svejedno je TZ Kvarnera u ukupnoj promociji, koja je najviše odrađena u prvom tromjesečju godine, isticala titulu Europske prijestolnice kulture kao važan naslov i potencijal u marketinškom smislu i doprinosu imidža cijele regije. Gotovo svi predstavnici medija koji su boravili na Kvarneru u 2020-toj godini, imali su Europsku prijestolnicu kulture u fokusu.

Možda najveća kampanja za Europsku prijestolnicu kulture napravljena je kroz izabrani slogan svjetskog SKÅL kongresa, pod nazivom „Skål congress in the European Capital of culture“. Slogan je zaživio još 2018. godine i od tada pronijeti kroz više od 100 zemalja iz koji dolaze članovi udruge Skål International, koju čine vodeći profesionalci u turizmu. Pod tim sloganom odrađene su brojne prezentacije, podijeljeni brojni suveniri i izdana press priopćenja.

Također, kada je TZ Kvarnera sudjelovala 20.02.2020. godine u Beogradu na snimanju emisije „Grozd“, emitirane na RTS, veliki dio bio je posvećen tituli Rijeke kao Europske prijestolnice kulture, uz navođenje programskih pravaca, opisivanju bogatstva sadržaja i s pozivom na posjet gledateljima Rijeci i Kvarneru.

No, glavna aktivnost u 2020. godini provedena je kroz zadane pravce EU projekata na kojima je TZ Kvarnera partner, a svi su iz domene kulturnog turizma: projekt kulturno-turističke rute „Putovima Frankopana“, projekt Arca Adriatica - zaštita, promocija i turistička valorizacija jadranske pomorske baštine, kao i završne aktivnosti projekata Claustra+ kao uspostavljanje prekogranične destinacije kulturnog i zelenog turizma Claustra Alpium Iuliarum (više pod 1.7.). Među rezultatima koji se mogu kvantificirati za 2020-tu godinu je kreiranje 24 prekogranična itinerara kulturno-turističke rute maritimne baštine, zatim 27 prekograničnih itinerara zelenog turizma arheološke baštine, 9 itinerara nematerijalne i materijalne kulturne baštine, kao i 6 itinerara u sklopu kulturno-turističke rute „Putovima Frankopana“. Također, Kvarner je obogaćen s 48 postavljenih markacija

pomorske baštine, koje same po sebi predstavljaju interesne točke za posjetitelje na raznim lokacijama koje se mogu povezivati u itinerare.

Brend Kvarner Culture primjenjuje se još od 2018. godine, a u 2020-toj godini podbrend Maritime Heritage apliciran je kao dio obilježavanja markacija u projektu zaštite pomorske, ribarske i brodograđevne baštine Arca Adriatica.

Za istaknuti u promociji kulturne ponude Kvarnera

U svim promidžbenim aktivnostima tijekom 2020. godine isticane su kulturne atrakcije kao značajan motiv dolaska u destinaciju, a za istaknuti su odabrane aktivnosti s medijima:

„Rijeka 2020 - Luka različitosti“ - Rijeka kao Europska prijestolnica kulture 2020 bila je glavni motiv dolaska novinara za većinu studijskih putovanja realiziranih u ovoj godini, ali i kroz ponovljene objave i nove tekstove kao rezultat prethodnih posjeta.

- U veljači 2020. organizirana su dva grupna studijska putovanja s novinarima iz izuzetno jakih medija i to jedno s francuskim, te drugo s belgijskim i nizozemskim novinarima. Glavne teme posjeta bile su Rijeka Europska prijestolnica kulture 2020 i karneval.
- Novinarka Christiane Peitz koja piše za „Der Tagessiegel“, posjetila je Rijeku polovicom siječnja 2020. godine, kako bi pred otvaranje Europske prijestolnice kulture objavila članak o Rijeci. „Der Tagesspiegel“ glavne su dnevne novine u Berlinu i njemačkoj pokrajini Brandenburg koje izlaze u tiskanom (150.000 primjeraka i imaju doseg od gotovo milijun čitatelja) i online izdanju.
- „The Independent“, glavna urednica odjela za putovanja, novinarka Helen Coffey, u rujnu ove godine je posjetila Rijeku - o svom posjetu Rijeci kao Europskoj prijestolnici kulture u programu objavila je reportažu u online članku za Independent. Independent.co.uk UK i US je fokusirana platforma koja ima visokobrojnu publiku od gotovo 98 milijuna mjesečnih korisnika.
- Influencer i profesionalni putnik Vlado Šestan, pokretač Facebook grupe s preko 100.000 članova, Instagram stranica te web stranice www.travel-advisor.eu posjetio je Kvarner u dva navrata - prvi posjet bio je posvećen Gorskom kotaru, a drugi kvarnerskim otocima (Krk, Cres i Lošinj), Opatijskoj rivijeri, Parku prirode Učka i Rijeci kao „city break“ destinaciji i Europskoj prijestolnici kulture. U studenom je objavljena reportaža „Kozmopolitska Rijeka“ s preporukama i osvrtom na ovaj „specifičan, otvoreni“ grad i Rijeku kao Europsku prijestolnicu kulture 2020. u svjetlu promijenjenih okolnosti 2020-te godine.
- Wolfgang Pauker, austrijski novinar i urednik specijaliziranih novina „Kulturzeitung 80“, koje su posvećene kulturi i luksuznom smještaju, te se distribuiraju u kulturnim ustanovama diljem Austrije, posjetio je Kvarner krajem lipnja, a u kolovozu je objavio reportažu o Rijeci EPK, gastronomiji Opatijske rivijere i boravku u ekskluzivnom hotelu Ikador.
- Na konferenciji za medije tijekom WTM-a 2019. godine, koju je održala TZ Kvarnera sudjelovala je i novinarka Mary Novakovich - travel writer specijalizirana za Hrvatsku kao destinaciju koja surađuje s nizom Tier 1 medija od Evening Standarda, Independenta do Guardian. Ova konferencija za medije bila je poticaj

da novinarka na samom početku 2020-te godine posjeti Kvarner kako bi obradila temu o Rijeci Europskoj prijestolnici kulture i događanjima širom Kvarnera. Po povratku sa studijskog putovanja novinarka Novakovich objavila je niz članaka u tiskanom i on line izdanju Guardiana i magazina Wanderlust. Reportaže o Rijeci – Europskoj prijestolnici kulture objavljeni su u veljači i u rujnu. Guardian ima doseg preko 24.1 milijuna čitatelja i tiražu preko 3.3 milijuna te je ove godine nagrađena s priznanjem British Journalism Award u četiri kategorije.

Kvarner Nature - oznaka Griffon Vulture Friendly - važan projekt na zaštiti prirodne baštine, odnosno zaštiti bjeloglavih supova kao ugrožene vrste, kojem je TZ Kvarnera pristupila još 2019. godine u suradnji s JU Priroda, nažalost nije proveden u 2020-toj godini zbog izmijenjenih okolnosti uzrokovanih korona krizom.

Festivali - Kvarner je uobičajena pozornica za mnogobrojne festivale i prezentacije temeljene na kulturnoj baštini, što je tijekom 2020-te godine najvećim dijelom bilo otkazano iz razloga očuvanja zdravlja i poštivanja epidemioloških mjera uslijed korona krize, dok je Rab Film Festival, kao jedna od okosnica imidža Kvarnera u svijetu filmskih festivala i filmskog turizma, održan u promijenjenom online izdanju.

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 planiralo se potaknuti održivi turizam na regionalnoj razini na način da se organiziraju inicijalne radionice, treninzi i konzultacije kako postići standarde „Green Destination“. U vrijeme pandemije uzrokovane virusom COVID-19 te novih epidemioloških mjera i preporuka radi suzbijanja daljnjeg širenja virusa (održavanje distance, manji rizik zaraze na svježem zraku) upravo „zelena“ područja Kvarnera bila su pogodna za provođenje slobodnog vremena i organizaciju življenja i rada na izoliranim mjestima. Sukladno financijskoj i poslovnoj neizvjesnosti i promijenjenom načinu rada nije bilo moguće organizirati radionice i edukacije o tome kako postići propisane standarde međunarodno priznate oznake kvalitete „Green Destination“.

Konferencija „Global Green Destinations Days 2020“ ove se godine uslijed okolnosti uzrokovanih pandemijom virusa COVID-19 održavala online. Mali Lošinj ponovno je odabran kao jedna od Top 100 održivih destinacija svijeta, te je kao destinacija ove godine bio i konkurent u kategorijama Kultura i zajednica te Priroda i ekoturizam.

2.1.1.7. Razvoj cruising-a

Zahvaljujući višegodišnjem intenzivnom ulaganju u promociju Kvarnera i Rijeke kao cruising destinacije, te činjenici da je Rijeka proglašena Europskom prijestolnicom kulture,

za 2020. godinu je bilo najavljeno 40 uplovljavanja u Rijeku i to najznačajnijih brodskih kompanija - od Azamara Club Cruisesa, MSC Cruises, TUI Cruises, Holland America, Celebrity Cruises Carnival Cruise Lines, FTI Cruise i dr. 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.

Brzina širenja virusa COVID-19, ugrozila je, u iznimnom velikom dijelu, cruising industriju. Brodarske kompanije su vrlo brzo počele poduzimati brojne mjere s nastojanjem da se pojava virusa COVID-19 spriječi na brodovima. Usprkos uspostavljenim procedurama mnogi su brodovi zabilježili putnike i članove posade pozitivne na virus COVID-19. Pokušalo se s uplovljavanjem u najbliže luke kako bi se pomoglo putnicima, ali u tome nisu uspijevali već su bili prisiljeni odlaziti u polazne luke, gdje bi im se uz velike mjere opreza omogućavala medicinska pomoć i iskrcaj putnika. Na snagu su stupile mjere samoizolacije i karantene, pa su tako brojne države i luke zabranile uplovljavanje putničkim brodovima na kružnim putovanjima koji imaju putnike, a među njima je bila i Hrvatska.

Gotovo sve kompanije bile su prisiljene otkazati svoja planirana putovanja i privremeno privezati svoje brodove dok se situacija s virusom COVID-19 ne smiri. Poslana su priopćenja o privremenom prestanku organiziranja kružnih putovanja s različitim datumima planiranih početaka aktivnosti.

Brodске kompanije su se nadale da će aktivnosti pokrenuti u što kraćem roku jer brodovi koji ne posluju zahtijevaju velika financijska sredstva za hladni pogon. Tako je primjerice Carnival objavio da imaju mjesečni trošak hladnog pogona od 900 milijuna dolara, Royal Caribbean International 400 milijuna dolara, a Norwegian Cruise Line 150 milijuna.

2.2. UPRAVLJANJE JAVNOM TURISTIČKOM INFRASTRUKTUROM

TZ Kvarnera nema na upravljanju javnu turističku infrastrukturu.

2.3. POTPORE MANIFESTACIJAMA I PROJEKTIMA

2.3.1. POTPORE MANIFESTACIJAMA I PROJEKTIMA SREDSTVA HTZ-A

2.3.2. POTPORE MANIFESTACIJAMA I PROJEKTIMA; JAVNI POZIV TZ KVARNERA

Kako bi TZ Kvarnera mogla pristupiti raspisivanju Javnog poziva za potpore događanjima, Turističko vijeće moralo je donijeti odluku o usvajanju Programa dodjele de minimis potpora za razvoj turističkog sektora u 2020. godini (sukladno Uredbi Komisije EU), dijelom kojega je i Javni poziv za dodjelu bespovratnih sredstava.

Početak godine, na sjednici Turističkog vijeća prihvaćen je Program dodjele de minimis potpora, te tekst Javnog poziva za dodjelu bespovratnih novčanih sredstava za događanja međunarodnog, nacionalnog, regionalnog ili lokalnog značaja kao glavnog motiva dolaska turista u destinaciju, a koja doprinose ciljevima unapređenju/obogaćivanju turističkog proizvoda/ponude pojedine destinacije, razvoju sadržaja koji omogućavaju produljenje turističke sezone, povećanju ugostiteljskog i drugog turističkog prometa, posebice u razdoblju pred i posezone, zatim jačanju snage brenda kvarnerskog turizma, te stvaranju prepoznatljivog imidža destinacije Kvarner.

Međutim, uslijed promijenjenih poslovnih okolnosti i globalne krize uzrokovane pandemijom virusa COVID-19, aktivnost nije otkazana slijedom preporuka tijela TZ Kvarnera, općih epidemioških preporuka, te uslijed neizvjesne poslovne situacije.

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

U planu za 2020. godinu bilo je i sufinanciranje projekata manje razvijenih turističkih zajednica temeljem objavljenog javnog poziva za turističke zajednice.

No, uslijed promijenjenih poslovnih okolnosti i globalne krize uzrokovane pandemijom virusa COVID-19, TZ Kvarnera je slijedom zaključaka Turističkog vijeća donijetim na sjednicama održanim dana 27.02.2020. godine, pristupila mjerama potrebnim za izvanredni rebalans Programa rada s financijskim planom za 2020. godinu, što je značilo obustavu dijela planiranih i ugovorenih aktivnosti, kako operativnih, tako i financijskih, do normalizacije tržišta, odnosno turističkog sektora i poslovne situacije za TZ Kvarnera.

2.3.4. OSTALA MANJA SUFINANCIRANJA

Prema Programu rada i potrebama dodijeljena su manja sufinanciranja.

2.4. EDUKACIJA ZA TURISTIČKU INDUSTRIJU

2.4.1. EDUKACIJA ZA TURISTIČKU INDUSTRIJU

Na samom početku godine, u suradnji s TZ Istre, provedena je edukacija biciklističkih vodiča, te je tako 10-ak novih polaznika, čiji je tečaj sufinancirala TZ Kvarnera, dobilo licencu biciklističkog za Kvarner. Polaznici su savladali razne vještine - od manjih popravaka bicikli, slaganja itinerera za goste, orijentacije, sigurnosti u prometu i sl.

2.5. NADZOR I KOORDINACIJA LOKALNIH TURISTIČKIH ZAJEDNICA

Jedna od Zakonom propisanih zadaća TZ Kvarnera je koordinacija djelovanja i nadzor izvršavanja ciljeva i zadaća lokalnih turističkih zajednica (općina, gradova, mjesta i

područja) 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

U 2020. godini je do konca listopada održano 5 koordinacija s direktorima lokalnih turističkih zajednica. U veljači 2020. godine se još „uživo“ raspravljalo o uputama HTZ-a za sustav eVisitor, a vezano uz brisanje pomoćnih kreveta iz eVisitora, odnosno izmjena Rješenja koja izdaju Uredi državne uprave putem aplikacije eKategorizacija. U travnju je zatim održana koordinacija putem Zoom aplikacije na kojoj se raspravljalo o teškom i zabrinjavajućem stanju na tržištu uzrokovanom virusom COVID-19, te o mjerama koje će sustav TZ-a poduzeti u promociji ukoliko se situacija normalizira. U svibnju, kada su se granice pomalo počele otvarati, pokušala se dogovoriti zajednička kampanja TZ Kvarnera s većim turističkim zajednicama s područja Kvarnera. Pozivu na sudjelovanje su se odazvale TZ otoka Krka (sa svim lokalnim turističkim zajednicama s područja otoka Krka), turističke zajednice Crikveničko-vinodolske rivijere, TZG Raba i TZO Lopara te je kampanja odrađena. U kolovozu je potom održana koordinacija putem Zoom aplikacije, ali po subregijama - dakle, s turističkim zajednicama po subregijama, na kojoj je ipak izraženo zadovoljstvo postignutim rezultatima, ostvarenim turističkim prometom, te realiziranom kampanjom oglašavanja koja je zasigurno pridonijela u ostvarivanju rezultata. Doneseni su i neki drugi konkretni zaključci koji su i provedeni.

U rujnu 2020. godine je opet održana koordinacija „uživo“ na kojoj se raspravljalo o stavovima i smjernicama za 2021. godinu.

2.5.2. AKTIVNOSTI KOORDINACIJE S PREDSTAVNICIMA GOSPODARSKIH SUBJEKATA

S obzirom na specifičnu godinu, formalne koordinacije s predstavnicima gospodarskih subjekata nisu održavane, međutim kroz komunikaciju mailom, telefonom, manjim sastancima, koordinirane su aktivnosti, praćeno je poslovanje gospodarskih subjekata, te su i planirane zajedničke promotivne aktivnosti za sljedeću godinu.

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

HTZ i Ministarstvo turizma i sporta sazvali su nekoliko koordinacija s direktorima županijskih turističkih zajednica, na kojima se raspravljalo o prilagodbi novom paketu zakona, o poduzetim mjerama za pomoć TZ-ima i gospodarstvu zbog krize uzrokovane virusom COVID-19, o pripremi 2021. godine i dr. teme važne za promociju destinacije, te poboljšanje uvjeta boravka gostiju u destinaciji.

2.5.4. KVARNERSKI DAN TURIZMA

TZ Kvarnera je kontinuirano iz godine u godinu sudjelovala u projektu Godišnjih hrvatskih turističkih nagrada kojeg je provodilo Ministarstvo turizma i sporta RH, HTZ i HGK. Projekt je nastao 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 sastojao se od kategorija, koje su bile formirane u skladu s aktualnom Strategijom razvoja turizma i Strateškim marketinškim planom. Raznim mjerama i aktivnostima kroz projekt poticala se izvrsnost destinacije, tako da su se u suradnji sa sustavom turističkih zajednica i drugim subjektima dodjeljivala priznanja i nagrade zaslužnim pojedincima i tvrtkama koji su temelj turizma u Hrvatskoj i na Kvarneru. Godišnje hrvatske turističke nagrade, pojedincima, predstavnicima turističke industrije te najboljim odredištima i subjektima, svečano su se dodjeljivale u sklopu manifestacije „Dani hrvatskog turizma“, uz izravni televizijski prijenos.

No, uslijed okolnosti uzrokovanih pandemijom virusa COVID-19, „Dani hrvatskog turizma“ u 2020. godini su otkazani te se ove godine ovaj tradicionalni godišnji skup turističkih djelatnika Hrvatske nije održao, a za 2020. godinu u okviru projekta Godišnje hrvatske turističke nagrade, HTZ dodjeljivat će nagrade samo u kategoriji „Čovjek - ključ uspjeha, Djelatnik godine“ (online prijave otvorene krajem listopada 2020. godine).

S obzirom na ovogodišnju pandemiju virusa COVID-19, ove godine želi se posebno nagraditi djelatnike koji su u znatno otežanim uvjetima svoj posao radili kvalitetno, predano i na najbolji mogući način. Slijedom navedenog, ove godine HTZ nagradit će djelatnike koji su dali značajan doprinos kvaliteti turističke usluge te sigurnosti, zdravlju i zaštiti tijekom turističke sezone 2020. godine. Iz tog razloga ove godine dodane su 3 nove potkategorije, i to: Granični policajac, Djelatnik u zdravstvenom sustavu i Djelatnik u civilnoj zaštiti (od ukupno 12 potkategorija).

Djelatnik godine za 2020. godinu bira se u sljedećih 12 potkategorija:

- Agencijski djelatnik
- Turistički vodič
- Djelatnik u hotelskom objektu ili kampu
- Djelatnik u restoranu ili baru
- Privatni iznajmljivač
- Domaćin turističkog seljačkog domaćinstva
- Granični policajac
- Djelatnik u pomorskom prijevozu
- Djelatnik u cestovnom prijevozu
- Prodavač
- Djelatnik u zdravstvenom sustavu
- Djelatnik u civilnoj zaštiti

Do kraja listopada natječaj za ostale kategorije u sklopu projekta Godišnjih hrvatskih turističkih nagrada nije bio raspisan.

U prosincu svake godine, TZ Kvarnera tradicionalno je priređivala manifestaciju „Kvarnerski dan turizma“, u sklopu koje je bila upriličena i svečanost dodjele Godišnjih hrvatskih turističkih nagrada, priznanja i zahvalnica kvarnerskim dobitnicima i finalistima u više kategorija. „Kvarnerski dan turizma“ u 2020. godini zbog okolnosti uzrokovanih pandemijom virusa COVID-19 održat će se po prilagođenom konceptu.

3. INFORMACIJE I ISTRAŽIVANJA

3.1. ANALIZA TURISTIČKE STATISTIKE ŽUPANIJE/REGIJE

3.1.1. ANALITIKA STATISTIČKIH PODATAKA

TZ Kvarnera tijekom godine sustavno obrađuje i analizira statističke podatke te je temeljem dobivenih rezultata analizirala i planirala fizičke i financijske aktivnosti. Osim informacijskog sustava eVisitor koriste se i drugi izvori (Benchmarking, DZS, financijski izvještaji, ankete...) kako bi analiza bila sveobuhvatnija. U tu svrhu TZ Kvarnera je izradila nekoliko personaliziranih programa za obradu i izvještavanje navedenih podataka.

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 turističke 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, HTZ, Predstavništva HTZ-a, Ministarstvo turizma i sporta, Ministarstvo uprave, Ministarstvo unutarnjih poslova, Carinska uprava i inspekcija, Državni zavod za statistiku te ostali sudionici. Nositelj projekta eVisitor je HTZ.

TZ Kvarnera je dio tog sustava, a dostupan joj je uvid u podatke o smještajnim kapacitetima i turističkom prometu ostvarenom na području djelovanja lokalnih turističkih zajednica, odnosno za područje Primorsko-goranske županije. Također imamo uvid u financijske podatke koji se odnose na turističku pristojbu.

TZ Kvarnera sustav eVisitor koristi na dnevnoj bazi, a dobiveni podaci predstavljaju vrijedan izvor informacija. Ovisno o potrebama, izrađuju se i personalizirani obrasci i programi kojima se objedinjuje pojedine eVisitor izvještaje, odnosno izvještaje iz eVisitora s podacima iz drugih izvora.

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.)

TOMAS Hrvatska 2019 (objavljeno u listopadu 2020. godine)

Ministarstvo turizma i sporta RH i HTZ financirali su i promovirali istraživanje Instituta za turizam pod nazivom „Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj“ tj. skraćeno TOMAS Hrvatska 2019.

Istraživanje je po prvi put provedeno na području cijele Hrvatske, obuhvaćajući tako prvi puta i turističku potražnju u kontinentalnim destinacijama. Također, istraživanje je po prvi put trebalo obuhvatiti i cjelogodišnju turističku potražnju budući je bilo planirano da se podaci prikupljaju od svibnja 2019. do svibnja 2020. godine. Međutim, uslijed okolnosti uzrokovanih pandemijom virusa COVID-19 prikupljanje podataka je zaustavljeno u ožujku 2020. godine. Usprkos malom skraćivanju vremenskog obuhvata, istraživanjem je ipak obuhvaćena i turistička potražnja van glavne (ljetne) turističke sezone.

Istraživanje TOMAS Hrvatska 2019 temelji se na metodološkom okviru dosadašnjih istraživanja TOMAS Ljeto koja se provode od 1987. godine. Anketiranje gostiju provodili su anketari agencije HENDAL, osobnim intervjuom na uzorku od 13.582 ispitanika u hotelima, hostelima, kampovima i obiteljskom smještaju u 143 mjesta diljem Hrvatske, a obuhvaćeni su domaći gosti i gosti s 24 najvažnija emitivna tržišta. Na području Kvarnera ispitano je ukupno 1.580 gostiju.

Cilj ovog nacionalnog istraživanja obilježja turističke potražnje (TOMAS Hrvatska 2019) bio je profilirati turističku potražnju u Hrvatskoj prema zemlji porijekla gostiju, regiji boravka turista, vrsti smještaja, sezoni boravka, aktivnostima, zadovoljstvu, potrošnji te glavnom motivu posjeta destinaciji. Glavni rezultati istraživanja prikazuju se i komentiraju na razini zemlje te na razini dvije glavne regije: Jadranske Hrvatske (7 primorskih županija) i Kontinentalne Hrvatske (svih 14 kontinentalnih županija, uključujući Grad Zagreb). Rezultati istraživanja TOMAS Hrvatska za Jadransku Hrvatsku usporedivi su s rezultatima prijašnjih istraživanja TOMAS Ljeto.

Sažetak TOMAS Hrvatska 2019:

Sociodemografski profil turista	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 43 godine je prosječna starost turista ▪ 55% turista je u dobi od 30 do 49 godina, 15% mlađe je od 30, a 30% starije od 50 godina ▪ 43% gostiju je fakultetski obrazovano (u Jadranskoj Hrvatskoj 42%, u Kontinentalnoj 48%) ▪ 48% gostiju ima mjesečna primanja na razini kućanstva viša od 3.000 eura (u Jadranskoj Hrvatskoj 49%, u Kontinentalnoj 39%)
Motivacija	<ul style="list-style-type: none"> ▪ More (81%) i priroda (56%) su najvažniji motivi dolaska u Jadransku Hrvatsku, slijede city break (24%), touring

	<p>(21%), sport i rekreacija (15%), kultura i umjetnost (13%), gastronomija (7%), zabava i festivali (6%) te niz drugih motiva</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ U Kontinentalnoj Hrvatskoj najzastupljeniji motivi dolaska su priroda (32%), touring (26%), city break (26%), sport i rekreacija (24%), posao (22%), kultura i umjetnost (16%), planinarenje i sela (po 10%), gastronomija (7%), manifestacije i događanja (6%) i drugi
Lojalnost gostiju Hrvatskoj i izvori informacija	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Više od 50% inozemnih gostiju već je posjetilo Hrvatsku tri ili više puta (52% u Jadranskoj i 33% u Kontinentalnoj Hrvatskoj) ▪ 33% inozemnih gostiju je bilo prvi puta u Hrvatskoj (32% u Jadranskoj i 53% u Kontinentalnoj Hrvatskoj) ▪ 55% gostiju prikuplja informacije putem interneta; slijede preporuke rodbine i prijatelja (25%) i prijašnji boravak (22%)
Obilježja putovanja	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 43% gostiju u Jadransku Hrvatsku dolazi u krugu obitelji, 40% u pratnji partnera, 11% s prijateljima i 7% bez pratnje ▪ 38% gostiju u Kontinentalnu Hrvatsku dolazi bez pratnje, 32% u pratnji partnera, 16% s prijateljima i 14% u krugu obitelji ▪ 73% gostiju u Jadransku Hrvatsku dolazi automobilom, 19% zračnim prijevozom i 6% autobusom ▪ 49% gostiju u Kontinentalnu Hrvatsku dolazi automobilom, 37% zračnim prijevozom i 9% autobusom
Boravak u destinaciji	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 7,3 noćenja gosti u prosjeku ostvaruju u hrvatskim destinacijama (7,6 noćenja ostvaruju gosti u Jadranskoj Hrvatskoj, a 2,9 noćenja gosti koji borave u Kontinentalnoj Hrvatskoj) ▪ U Jadranskoj Hrvatskoj glavne aktivnosti su plivanje/kupanje, razgledavanje gradova, odlazak u restorane, posjet povijesnim građevinama, posjet nacionalnim parkovima, brodski izleti, pješčačenje te niz drugih sportskih, rekreativnih, zabavnih i kulturnih aktivnosti ▪ U Kontinentalnoj Hrvatskoj glavne aktivnosti su odlazak u restorane, razgledavanje gradova, posjeti nacionalnim parkovima, povijesnim građevinama, muzejima i galerijama, pješčačenje i ostale sportske, rekreativne, zabavne i kulturne aktivnosti ▪ 53% turista odlazi na samostalno organizirane izlete (54% u Jadranskoj i 39% u Kontinentalnoj Hrvatskoj), a

	<p>19% na izlete organizirane posredstvom turističke agencije</p>
Zadovoljstvo ponudom	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ljepota prirode i krajolika, ljepota mjesta, osobna sigurnost, atmosfera i ugođaj te gostoljubivost lokalnog stanovništva najbolje su ocijenjeni elementi ponude Hrvatske ▪ Vrlo je visoko i zadovoljstvo ukupnim boravkom ▪ Na razini Hrvatske, visoko su ocijenjeni uređenost mjesta, čistoća, opremljenost i uređenost plaža, smještajni objekt, ekološka očuvanost, prometna dostupnost destinacije, gastronomska ponuda, informacije u destinaciji, pješačke staze i mogućnost kvalitetnog kretanja pješice u destinaciji, prilagođenost destinacije djeci, označavanje znamenitosti te ponuda kulture i umjetnosti ▪ U Kontinentalnoj Hrvatskoj gosti su najmanje zadovoljni ponudom zabave, prilagođenosti destinacije osobama s posebnim potrebama, biciklističkim rutama i stazama te informacijama u zaštićenim prirodnim područjima ▪ U Jadranskoj Hrvatskoj gosti su najmanje zadovoljni prometom u mjestu (vrlo niska ocjena) te ponudom zabave, prilagođenosti destinacije osobama s posebnim potrebama i mogućnostima za kupnju ▪ Između 6% i 8% turista je tijekom boravka u destinaciji zasmetala gužva (na kupališnom prostoru i/ili na javnim površinama), neprimjereno odloženo smeće, nemogućnost razdvajanja otpada, neugodni mirisi iz kontejnera i/ili buka
Prosječni dnevni izdaci u destinaciji	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 98 eura po osobi i noćenju iznosi prosječna dnevna potrošnja turista u destinaciji (115 eura u Kontinentalnoj i 97 eura u Jadranskoj Hrvatskoj) ▪ 54% izdataka odnosi se na uslugu smještaja, 17% na uslugu hrane i pića izvan smještajnog objekta, a 29% na sve ostale usluge, podjednako u obje regije

Projekt Benchmarking poslovanja subjekata u turizmu

TZ Kvarnera i Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu surađuju u projektu Benchmarking poslovanja subjekata u turizmu. Projekt Benchmarking ima za cilj on-line prikupljanje i usporedbu internih rezultata hotela, hostela, kampova, marina, lječilišta i specijaliziranih bolnica u Hrvatskoj prema istovjetnim kriterijima, uvažavajući međunarodne standarde izvješćivanja u turističkoj industriji, suvremene koncepte upravljanja te iskustva najbolje prakse.

Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu generira mjesečne izvještaje o poslovanju subjekata koji sudjeluju u istraživanju. Po navedenim kriterijima iskazuju se

minimalna, prosječna i maksimalna vrijednost, za sve navedene subjekte, a u skladu s raspoloživim podacima. Izvještaji se na mjesečnoj razini dostavljaju TZ Kvarnera.

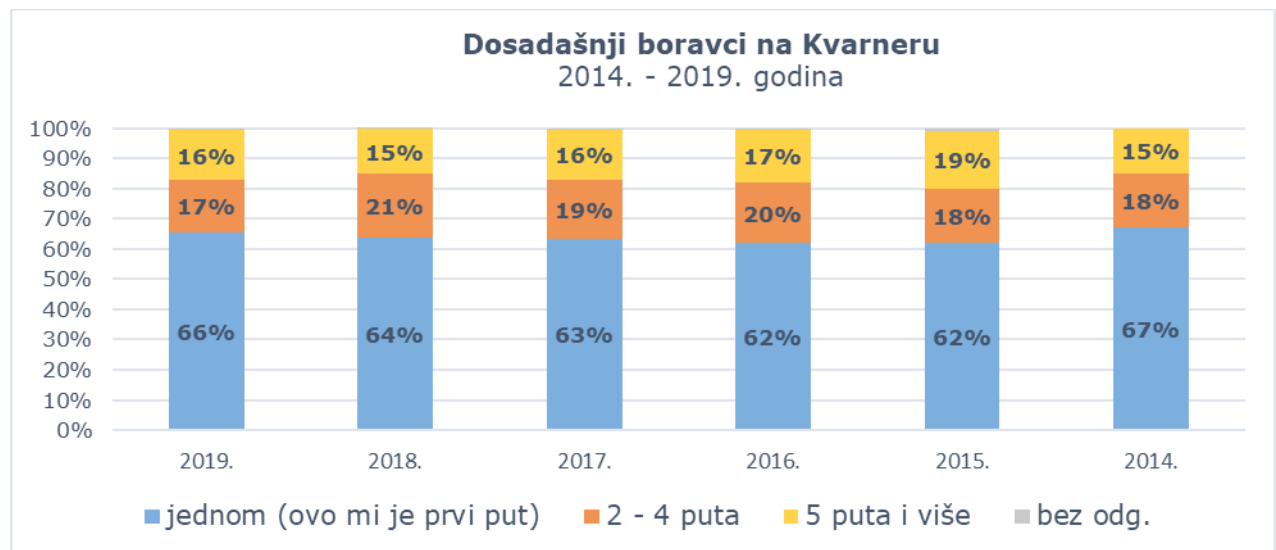
U Benchmarking projektu sudjeluje 27 hotela, 11 kampova i 5 hostela te 10 marina, 1 lječilište i 2 specijalne bolnice s područja Kvarnera. TZ Kvarnera dobivene podatke koristi i dodatno obrađuje, a isti predstavljaju vrijedan izvor stručnih informacija.

3.3.2. ANKETIRANJE AVIO GOSTIJU NA ZRAČNOJ LUCI RIJEKA

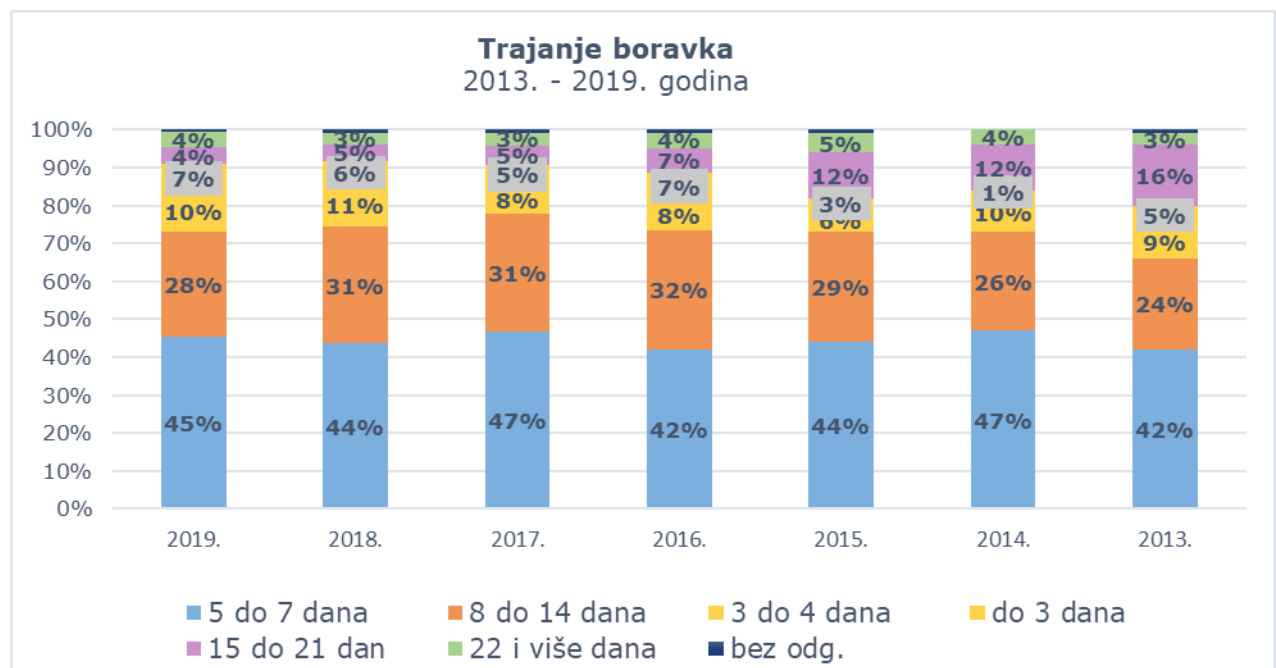
Od 2013. godine, TZ Kvarnera u suradnji sa Zračnom lukom Rijeka tijekom predsezone, glavne sezone i posezone provodi anketu putnika prilikom njihovog odlaska. Ove godine, zbog okolnosti izazvanih pojavom pandemije virusa COVID-19, nije bilo moguće provesti planirano anketiranje.

Umjesto anketiranja, TZ Kvarnera je izradila jedinstvenu analizu svih prethodnih godina u kojima se anketa provodila na ZL Rijeka (2013.-2019. godina). Rezultati obrade nalaze se u zasebnom dokumentu, u nastavku prikazujemo dio rezultata.

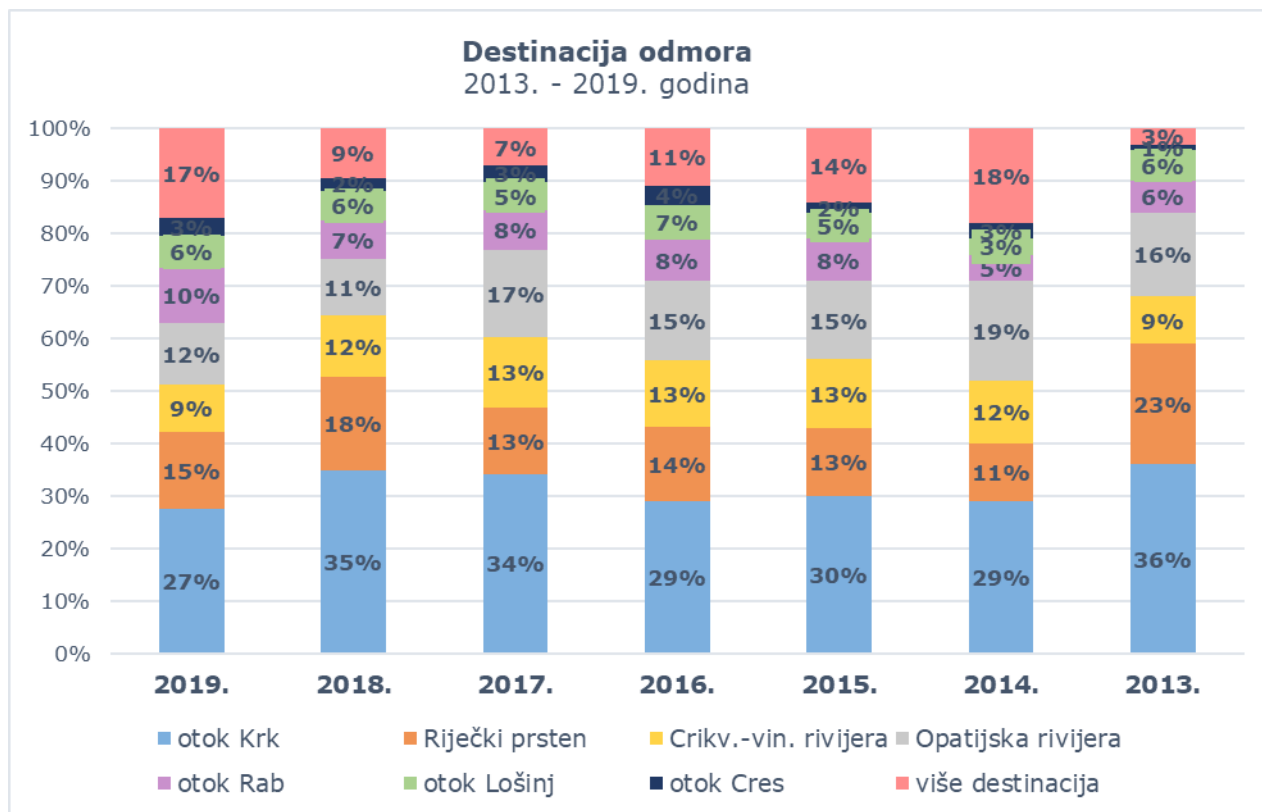
I. DOSADAŠNJI BORAVCI NA KVARNERU – sve godine većina ispitanika Kvarner posjećuje po prvi puta (ovo pitanje nije postavljano 2013. godine):



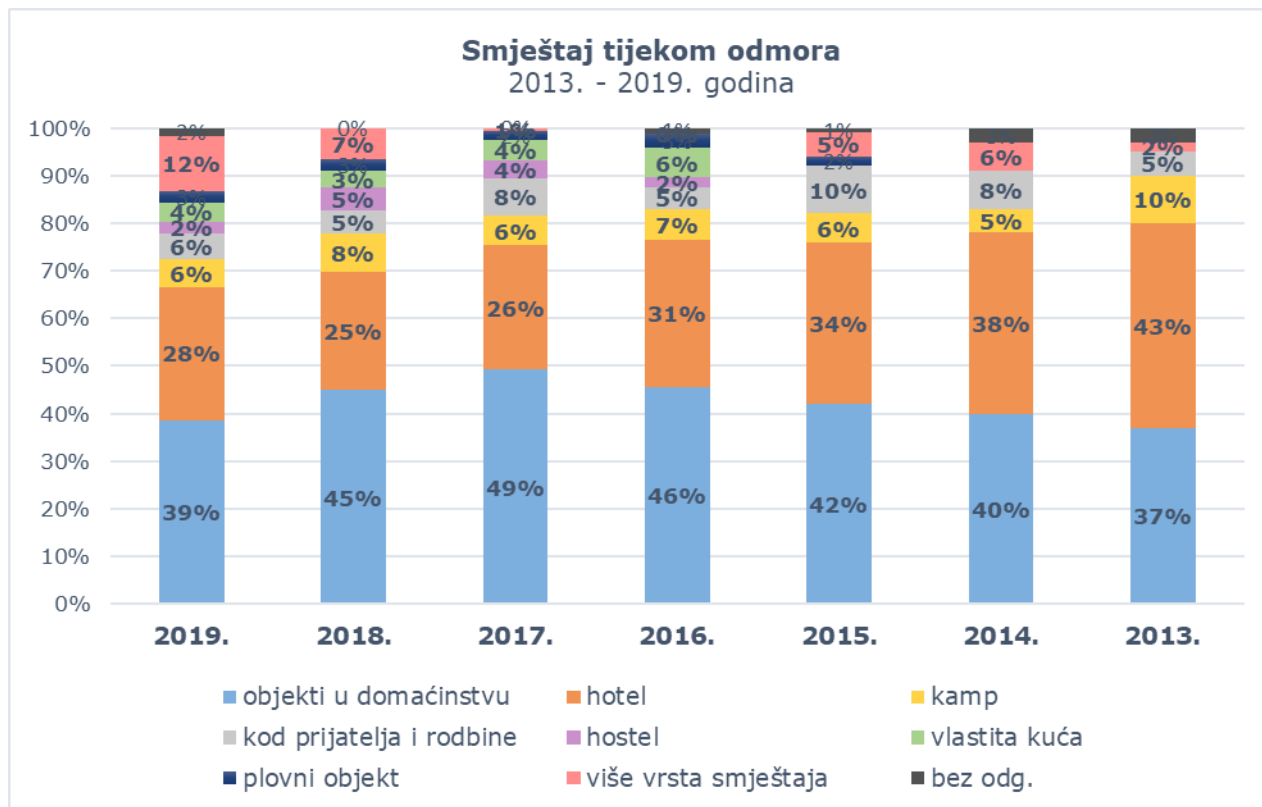
II. TRAJANJE BORAVKA – nema velikih odstupanja kroz godine, cijelo vrijeme su najzastupljeniji boravci od 5 do 7 dana, a udjel boravaka od 15 do 21 dana se smanjio:



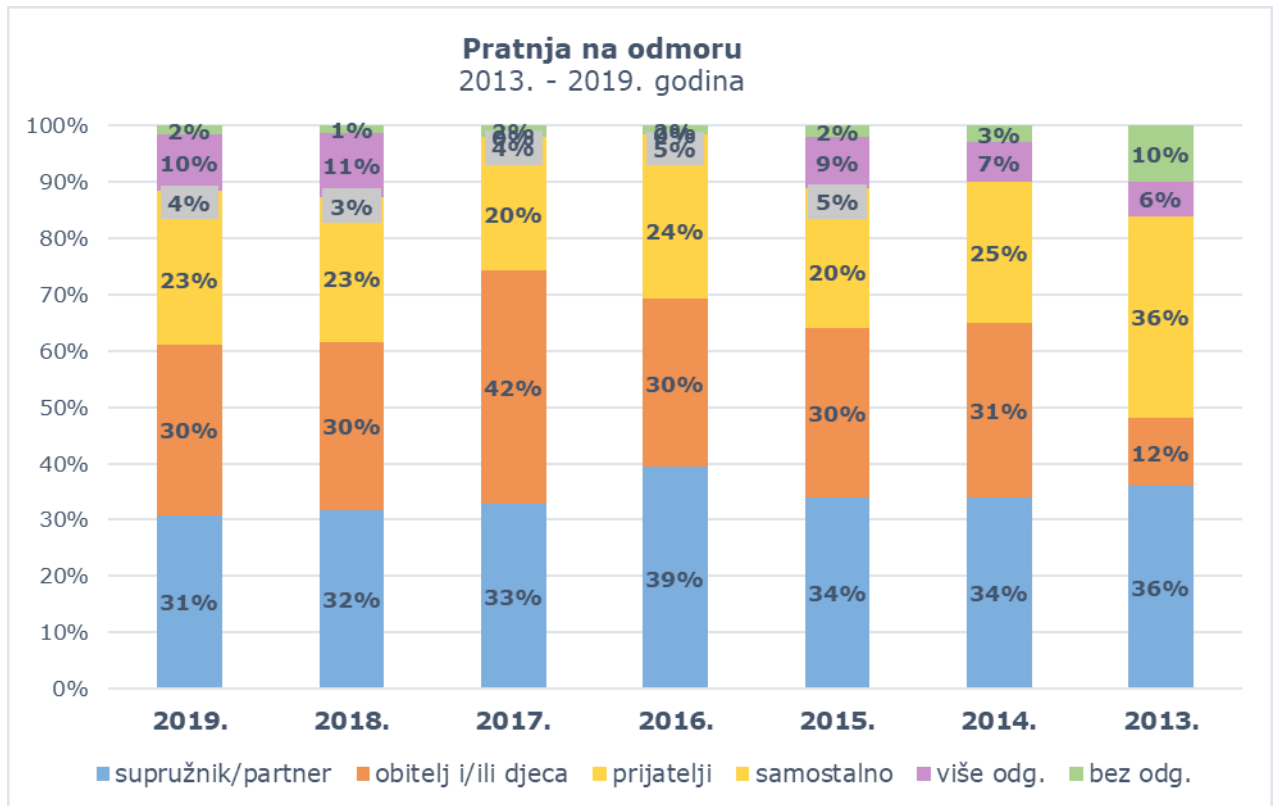
III. DESTINACIJA ODMORA – svih godina anketiranja najviše gostiju ostaje na Krku:



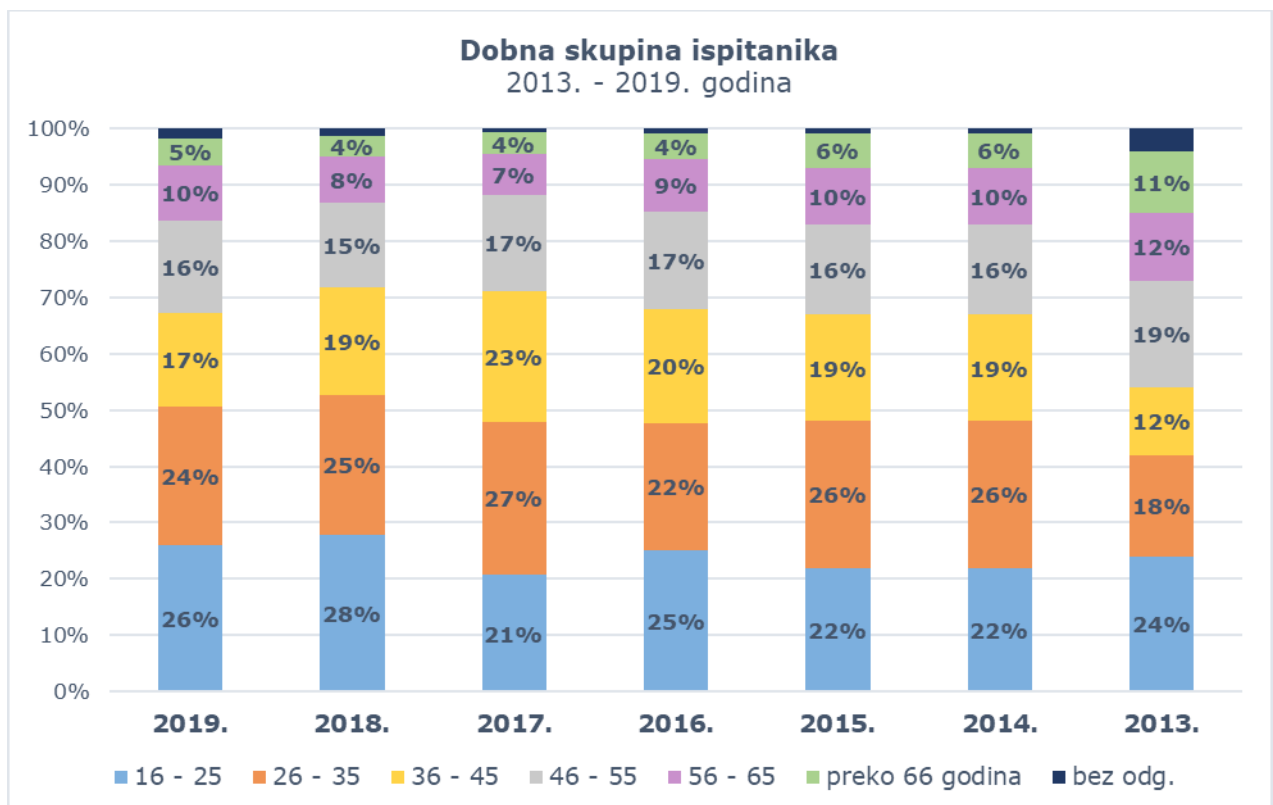
IV. VRSTA SMJEŠTAJA – kroz godine se smanjuje udio ispitanika koji odlaze u hotele:



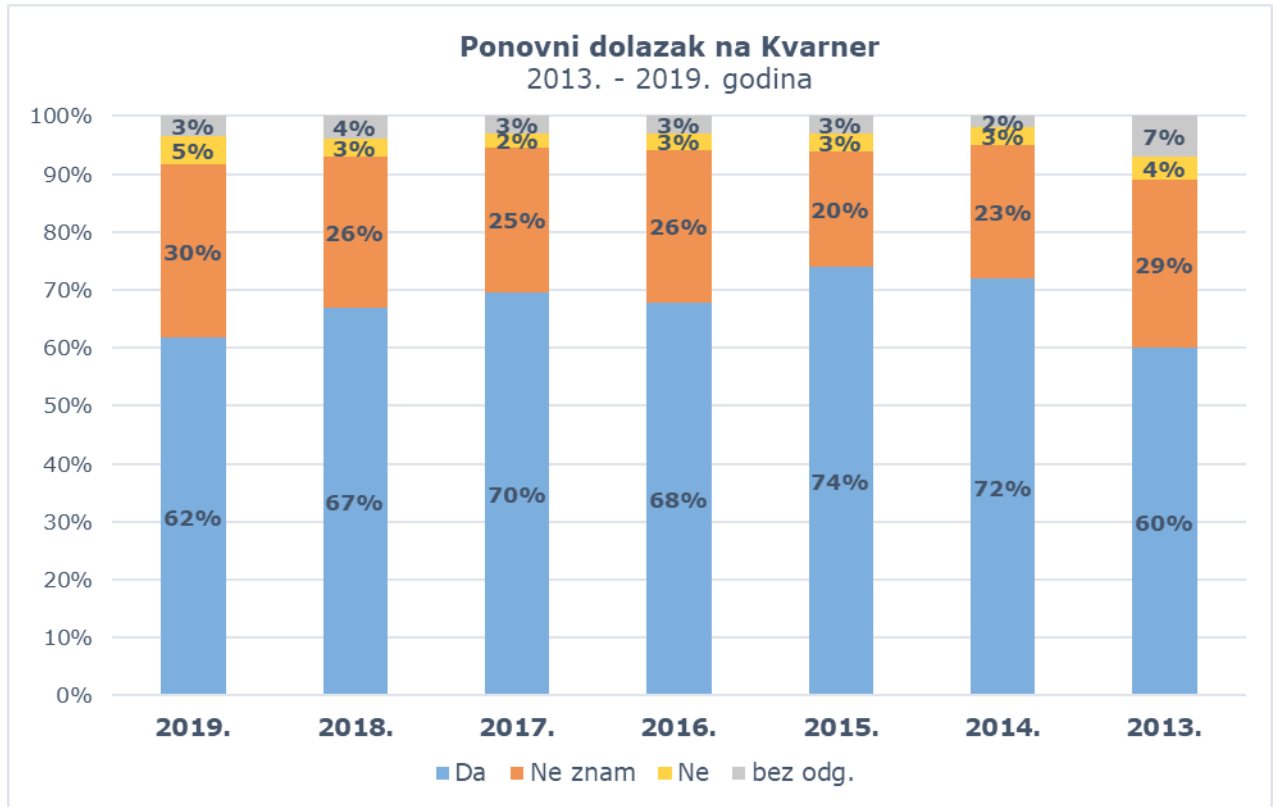
V. PRATNJA NA ODMORU – odmor s obitelji (samo supružnici i/ili djeca) je sve godine bili zastupljen s 60% i više. Izuzetak je bila 2013. godina kada je velik dio ispitanika Kvarner posjetio s prijateljima:



VI. DOBNA SKUPINA ISPITANIKA – čitavo vrijeme anketiranja više od polovice ispitanika je mlađe od 45 godina:



VII. POVRATAK NA KVARNER – sve godine je postotak ispitanika koji se namjeravaju vratiti na Kvarner visok (između 62% i 74%):



3.4. SUSTAV POSLOVNE INTELIGENCIJE

TZ Kvarnera će se po potrebi uključivati u aktivnosti HTZ-a vezano za sustav poslovne inteligencije. Tijekom godine nije bilo navedenih aktivnosti.

4. MARKETING

4.1. ODNOSI S JAVNOŠĆU

Nastavno na pozitivna iskustva iz prethodnih 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, lokalnih turističkih zajednica i gospodarstva da se započeta suradnja nastavi i u 2020. godini PR agencijama na njemačkom (Njemačka, Austrija i Švicarska), slovenskom i engleskom govornom području (Velika Britanija, Irska i svjetsko tržište). Ugovorene aktivnosti su i odrađene, ali samo u razdoblju pripreme tijekom 2019. godine, te u razdoblju siječanj - veljača, jer su potom svi ugovori stopirani (uzrok pandemija virusa COVID-19), uz napomenu da će se suradnja ponovno aktivirati ukoliko se situacija na globalnom turističkom tržištu normalizira.

4.1.1. NJEMAČKO GOVORNO PODRUČJE

Zbog pandemije uzrokovane koronavirusom i promijenjenih poslovnih okolnosti, 18.03.2020. godine suradnja s PR agencijom za njemačko govorno područje je privremeno, do daljnjeg, stavljena izvan snage. TZ Kvarnera preuzela je vođenja društvenih mreža, kontakte s novinarima, te press objave preko web platforme TravMedia.

U razdoblju do 18.03.2020. godine ugovorna PR agencija provela je sljedeće aktivnosti:

- press objave i tekstovi:
22.01.2020. - Rijeka Europska prijestolnica kulture 2020
28.01.2020. - press info o izlasku novog „Kvarner Magazina“ i informacije o Rijeci, Europskoj prijestolnici kulture 2020 uz informacije o gastronomskoj ponudi Kvarnera;
- društvene mreže - vođenje profila na društvenim stranicama „Mein Kvarner - Kroatien“ na Facebooku i Instagramu do prekida suradnje;
- individualna studijska putovanja novinara:

Datum	Ime	Medij	Tema	Stupanj realizacije
16.01.- 19.01.2020.	Uwe Mauch	Kurier	Rijeka EPK 2020	Putovanje je realizirano
16.01.- 19.01.2020.	Claudia Bette Wengatz	Connoisseur Circle	Rijeka EPK 2020	Putovanje je realizirano
27.03.- 29.03.2020.	Heidrun Henke	Die Salzburgerin / Lust auf's Leben / Tipi Familienmagazin	Suvremena umjetnost, arhitektura, kulturalna događanja	Putovanje pripremljeno, ali nije realizirano

20.03.- 24.03.2020.	Inge jucker	Schweizer Glückspost / www.travelexperience.ch	Rijeka, tržnica, gastro-ponuda	Putovanje pripremljeno, ali nije realizirano
03.09.- 06.09.2020.	Tanja Haser	Kleine Zeitung	Organizirano u suradnji s hotelima Miramar i Navis	Putovanje realizirano

- potpora novinarima i izdavačima:
Na temelju velikog interesa novinara za Rijeka EPK 2020 koja se zbog novonastalih upita uslijed pandemije koronavirusom nisu mogla realizirati novinari su dobili informacije i kontakte iz postojeće baze podataka o Rijeka EPK 2020, Vodič DUMONT planirao je izdavanje „Jadranska obala“ te se ART Redaktionsteam založio da Kvarner bude u većem dijelu zastupljen. Projekt nije realiziran te su sve daljnje aktivnosti pomaknute na 2021/2022. godinu;
- foto-materijal - uslijed okolnosti uzrokovanih pandemijom virusa COVID-19 online press arhiva bila je od važnosti više nego ikada te su mediji imali pristup press informacijama i fotografijama Kvarnera;
- dodatne reportaže - suradnja sa Adria-Relax-Resort Miramarom, Hotelom Kvarner Palace i Design-hotelom Navis nastale su dodatne reportaže o Kvarneru, odnosno Opatiji i Opatijskoj rivijeri, Crikveničko-vinodolskoj rivijeri i otoku Krku;
- Kvarner Magazin - kao i svake godine novo izdanje „Kvarner Magazina“ dočekalo je mnoštvo upita za dostavu istog te je prema individualnim upitima poslano preko 2000 primjeraka do ožujka 2020. godine, kao i novinarskim redakcijama i novinarima.

TRAVMEDIA

TZ Kvarnera tijekom godine putem web platforme TRAVMEDIA koja je namijenjena novinarima, influencerima i PR agentima objavljuje press informacije za njemačko govorno područje i englesko govorno područje Velike Britanije. Ukupno je objavljeno 15 objava na njemačkom i 3 na engleskom te je do kraja godine planirano još 3 objave na njemačkom i 3 objave na engleskom jeziku.

4.1.2. VELIKA BRITANIJA

Pregled realiziranih aktivnosti po tržištu u prva dva mjeseca 2020. godine:

- promocija regije kroz projekt „Kvarner Health & Wellbeing“ u suradnji s TO Completely Croatia i dogovori vezano uz studijsko putovanje,
- promocija traila Camino na Krku,
- promocija Rijeke kao Europske prijestolnice kulture u 2020. godini i informiranje britanske javnosti o projektu i otvorenju kroz „Opera industriale“,
- poslan newsletter o „Događanjima i novostima 2020.“,
- promocija Kvarnera kroz Lonely Planet magazine.

U listopadu 2020. godine je ponovno pokrenuta suradnja (do konca godine), kako bi se britansku javnost informiralo o novostima za 2021. godinu (npr. otvorenja hotela Costabella, broda Galeb, hotela Miramar i sl.).

4.1.3. SLOVENIJA

Pregled realiziranih aktivnosti po tržištu u prva dva mjeseca 2020. godine:

- newsletter „Pustovanje na Kvarnerju“ sa aktualnim događajima na Kvarneru je dostavljen na 6.126 e-mail adresa (u kojima je 501 novinarskih redakcija i novinara u Sloveniji te 52 turističke agencije),
- newsletter „Pomlad se prebuja“ s aktualnim događajima na Kvarneru dostavljen na 7.568 e-mail adresa,
- Facebook kampanjom „Like Page“ dosegnuto na Facebook stranici „Visit Kvarner „ +45.000 pratitelja,
- u tijeku je jesensko-zimska kampanja oglašavanja na društvenim mrežama i portalima u Sloveniji s ponudom jesensko-zimskih delicija, a cilj je ostati prisutan u svijesti slovenskih gostiju i tijekom ovog teškog razdoblja zatvaranja, pri čemu oko 70.000 slovenskih vlasnika nekretnina u Hrvatskoj, od kojih mnogi na Kvarneru, mogu putovati, te je trud za svakog gosta vrijedan ostanka „na sceni“.

Važno je napomenuti da je nakon otvaranja granica pokrenuta kampanja na slovenskom tržištu, koja je trajala od srpnja do konca listopada (s manjim prekidima) (poveznica 4.5.1.). U tijeku je jesensko-zimska kampanja na temu gastronomije i aktualnih informacija.

4.1.4. HRVATSKA

Pregled realiziranih aktivnosti po tržištu tijekom 2020. godine:

- kampanje promocije gastro ponude - u tijeku je jesensko-zimska kampanja u hrvatskim tiskanim i online medijima, kojima se pozivaju gosti, ponajviše iz Zagreba i kontinenta na Kvarner,
- priopćenja za medije (press informacije) - TZ Kvarnera redovito obavještava i informira predstavnike medija o radu i aktivnostima TZ Kvarnera, te lokalnih turističkih zajednica s područja Kvarnera; kroz priopćenja na razne teme (ostvareni turistički promet, nastupi i predstavljanja na turističkim sajmovima i prezentacijama, provođenje kampanja oglašavanja, aktivnosti na brendiranju proizvoda i EU projektima, podrška manifestacijama) TZ Kvarnera svoj rad i djelovanje približava širem stanovništvu,
- newsletter „Turizam u zemlji i svijetu“ - zajednički newsletter HTZ-a, Ministarstva turizma i sporta RH te regionalnih turističkih zajednica:
Sadržajni koncept ovog zajedničkog newsletter-a razdijeljen je u nekoliko tematskih rubrika: Ministarstvo turizma i sporta i HTZ weekly (turističke vijesti iz Ministarstva turizma i sporta RH i HTZ-a), zatim Hrvatska weekly (vijesti o Vladinim mjerama i aktivnostima vezanim uz turizam, vijesti iz gospodarstva), Turističke

zajednice weekly (vijesti iz turističkih zajednica), Svijet weekly (turističke vijesti iz svijeta) i Najave.

Newsletter se objavljuje 2 puta mjesečno, a TZ Kvarnera sudjeluje na način da priprema vijesti za rubriku koja je posvećena vijestima iz regionalnih turističkih zajednica. Svaki newsletter distribuira se na ukupno 670 primatelja (stanje: listopad 2020. godine, izvor: nezavisna komunikacijska agencija 404), a uz to objavljuje se i na službenim stranicama HTZ-a <https://www.htz.hr/hr-HR/press/newsletter> i <https://www.htz.hr/hr-HR/press/novosti-tzz>. Aktivnosti prikupljanja vijesti i slanja newslettera za HTZ vrši nezavisna komunikacijska agencija 404.

Od siječnja do kraja listopada 2020. godine TZ Kvarnera je pripremila i dostavila za objavu ukupno 22 teksta koji su uključivali 2 ili 3 TOP vijesti s područja Kvarnera, uz odgovarajuće fotografije za svaku pojedinu vijest. Tekstovi odnosno vijesti koje su se pripremale imale su kraću formu (dužina svake vijesti bila je do maksimalno 15 redaka), a teme koje je TZ Kvarnera komunicirala kroz ove newsletter-e bile su:

Rd.br.	Datum	TOP vijesti
1	07.01.2020.	Karneval na Kvarneru, Otvorenje programa Rijeka 2020 - Europska prijestolnica kulture
2	21.01.2020.	Rijeka u utrci za Titulu najbolje europske destinacije 2020. godine, Otvorenje programa Rijeka 2020 - Europska prijestolnica kulture, Karneval na Kvarneru - ovogodišnje "peto godišnje doba" traje do 26. veljače 2020. godine
3	04.02.2020.	Program Rijeke 2020 - Europska prijestolnica kulture, Karnevalska događanja na Kvarneru: Dječje karnevalske povorke, Balinjerada, Zvončarska simfonija...
4	18.02.2020.	Rijeka u TOP 10 destinacija u Europi, Međunarodna karnevalska povorka u Rijeci - u nedjelju 23.02.2020. godine veliko finale Riječkog karnevala
5	03.03.2020.	Needcompany Festival u Rijeci - za ljubitelje kazališta i one koji će to tek postati, U Opatiji mjesec ožujak je oaza zdravlja i wellnesa - obilježavanje 130 godina zdravstvenog turizma u Opatiji, 4. izdanje međunarodnog eno-gastro festivala Wine RI 2020 u Rijeci, 13.03.-14.03.2020.
6	17.03.2020.	Michelin Guide 2020: Restoran Draga di Lovrana i u 2020. godini nosi prestižnu Michelinovu zvjezdicu, a restoran Navis i Villa Ariston u Opatiji našli svoje mjesto na listi restorana s Michelinovom preporukom, Promotivni film Rijeke "I miss you" osvojio drugu nagradu na 20-tom jubilarnom filmskom festivalu "The Golden City Gate" u Berlinu, U Kaštelu Grobnik predstavljena fotomonografija "Putovima Frankopana" i srednjovjekovni frankopanski kostimi
7	31.03.2020.	Istražite antičku prošlost Kvarnera iz kauča – online vodič po kasnorimskom obrambenom sustavu Claustra Alpium Iuliarum, Kvarnerski online vodič kroz kulturu: virtualni muzeji, šetnje i online predstave koje možete pratiti iz svoje kuće,

		Autentičan doživljaj krčke gastro tradicije u vašem domu – recept za šurlice
8	15.04.2020.	Istražite kvarnerske destinacije putem web camera, Vježbajte u Opatiji iz sigurnosti svog doma – online izazov s Mariom Mlinarićem
9	28.04.2020.	Kvarner Effekt – mjesto kamo se oduvijek dolazilo po zdravlje, Pet Friendly Kvarner – putovanje na četiri šape, Predstavljamo TOP 5 obiteljskih plaža na Kvarneru
10	12.05.2020.	Predstavljamo TOP 5 obiteljskih plaža na Kvarneru, Novi sadržaj i redizajn web stranice www.gorskikotarbike.com
11	26.05.2020.	Predstavljamo TOP 5 obiteljskih plaža na Kvarneru, 60 opatijskih ugostitelja i hotelijera iniciralo akciju "19 dana prkosa", Od 15. lipnja ukida se naplate mostarine za Krčki most
12	09.06.2020.	Na Kvarneru je trenutno otvoreno gotovo 70 hotela i 40 kampova, Rijeka na listi najsigurnijih turističkih destinacija, Predstavljamo TOP 5 obiteljskih plaza na Kvarneru
13	24.06.2020.	Iz Češke i Slovačke vlakom do Rijeke, Predstavljamo TOP 5 obiteljskih plaza na Kvarneru, 20. Liburnia Jazz Festival u Opatiji – Jazz must go on!, 03.07.-05.07.2020.
14	07.07.2020.	Najtiražnije talijanske novine La Repubblica izdale turistički vodič po Kvarneru i Rijeci, Upoznajte Gorski kotar kroz pravi biciklistički izazov!
15	21.07.2020.	Pet Friendly Kvarner - putovanje na četiri šape, Rabska fjera 2020, Gorski kotar - doživljaj koji trebaš!
16	04.08.2020.	Arca Adriatica - obnovljen kvarnerski guc iz 1970. godine, 110. Plivački maraton Šilo-Crikvenica - najstariji maraton na Jadranu, 496. Krčki sajam - najdugovječnija tradicijska manifestacija na Sjevernom Jadranu
17	18.08.2020.	23. Krčka jedra, Local Bike Tour - Malinska, EPK 2020 - počele prijave na besplatnu majstorsku radionicu harmonike u susjedstvu Gomirje
18	01.09.2020.	Tradicionalni 54. po redu Ribarski tjedan u Crikvenici, EU projekt Mala barka 2 u konkurenciji za najbolji EU projekt 2020. godine u Hrvatskoj
19	15.09.2020.	Festival "Lošinjskim jedrima oko svijeta", Regionalni sportsko-rekreacijski i turistički centar Platak i Festival sportske rekreacije
20	29.09.2020.	"Mala barka 2" u izboru za najbolji EU projekt, Tradicionalna manifestacija "Bela nedeja" u Kastvu ove godine u nešto drugačijem obliku
21	13.10.2020.	Gourmet jesen na Kvarneru, Gin 1177 - prvi rapski craft gin
22	27.10.2020.	Kvarneru potvrđeno domaćinstvo Svjetskog SKAL kongresa 2022. godine, EU projekt "Mala barka" proglašen najboljim EU projektom prekogranične suradnje, TZG Krka pokrenula promotivnu gastro kampanju Travel to Taste Krk / Put do okusa Krka

- Radio OK - informativna emisija Tjedne novosti iz TZ Kvarnera - realizirano samo tijekom prva dva mjeseca 2020. godine:
TZ Kvarnera i Radio OK (Radio otok Krk d.o.o.) tijekom siječnja i veljače 2020. godine nastavili su poslovnu suradnju u realizaciji projekta informativnih radio emisija o aktivnostima TZ Kvarnera te turističkim zbivanjima na području otoka Krka i čitavog Kvarnera. Pri tome, u cilju tematske pokrivenosti cijele regije, sve pripreme za emisije izvršava ured TZ Kvarnera, a razgovore, odnosno javljanja „uživo“ u program, odrađivala je direktorica TZ Kvarnera.
Cilj ove suradnje bio je unapređenje informiranja gostiju i domaćeg stanovništva, posebice onih koji su direktno povezani s turizmom i pratećim gospodarskim aktivnostima, o radu i aktivnostima TZ Kvarnera, te lokalnih turističkih zajednica s područja Kvarnera. Redovitim javljanjem TZ Kvarnera dodatno podiže kvalitetu turističke ponude te svoj rad i djelovanje približava širem stanovništvu.
Od 2014. godine projekt se realizirao kroz dvije informativne emisije i to:
„Novosti iz Turističke zajednice Kvarnera“ - tjedna informativna emisija pod nazivom putem koje direktorica dr.sc. Irena Peršić Živadinov kroz redovita javljanja i razgovore svake srijede približava rad i aktualne aktivnosti TZ Kvarnera na domaćem i stranom tržištu domaćem stanovništvu; informativna emisija odrađivala se svake srijedom tijekom siječnja i veljače 2020. godine;
„Kvarner Info“ informativna emisija - kroz koju su se najavljivale manifestacije s područja Kvarnera na hrvatskom, engleskom, njemačkom i talijanskom jeziku; emisija se proteklih godina (2014.-2019.) emitirala u razdoblju od srpnja do kraja kolovoza svakim danom.

No, uslijed promijenjenih poslovnih okolnosti i globalne krize uzrokovane pandemijom virusa COVID-19, TZ Kvarnera je slijedom zaključaka Turističkog vijeća na sjednicama održanim dana 27.02.2020. godine, pristupila mjerama potrebnim za izvanredni rebalans Programa rada s financijskim planom za 2020. godinu, što je značilo obustavu dijela planiranih i ugovorenih aktivnosti, kako operativnih, tako i financijskih, do normalizacije tržišta, odnosno turističkog sektora i poslovne situacije za TZ Kvarnera. Time je obustavljeno i financiranje te daljnje odrađivanje ove aktivnosti u suradnji s Radijem OK.

4.1.5. OSTALE AKTIVNOSTI ODNOSA S JAVNOŠĆU / RAZNE PRESS KONFERENCIJE

TZ Kvarnera redovito obavještava i informira predstavnike medija o radu i aktivnostima TZ Kvarnera, te lokalnih turističkih zajednica s područja Kvarnera; kroz priopćenja na razne teme (ostvareni turistički promet, nastupi i predstavljanja na turističkim sajmovima i prezentacijama, provođenje kampanja oglašavanja, aktivnosti na brendiranju proizvoda i EU projektima, podrška manifestacijama).

4.1.6. NEWSLETTER / PRIOPĆENJA ZA HR TRŽIŠTE NAMIJENJENO POSLOVNOM OKRUŽENJU

Newsletter: Kvarner ponovno diše turistički

Od veljače 2020. godine TZ Kvarnera je u stalnoj suradnji i komunikaciji s Nastavnim zavodom za javno zdravstvo PGŽ i Stožerom civilne zaštite PGŽ i Stožera za zarazne bolesti PGŽ. Hrvatska je od proglašenja pandemije pa sve do rujna 2020. godine bila u vrhu europskih zemalja koje su svoju epidemiološku situaciju držale pod vrlo dobrom kontrolom i na taj način sačuvale zdravstvenu sliku zemlje. Ako se osvrnemo na situaciju unutar Hrvatske, regija Kvarner je među najboljima u reakcijama službi koje su pridonijele očuvanju epidemiološke slike.

Stoga je TZ Kvarnera u suradnji s Nastavnim zavodom za javno zdravstvo PGŽ pristupila zajedničkoj pripremi newslettera na temu: Kvarner ponovno diše turistički. Newsletter je pripremljen na hrvatskom, engleskom, njemačkom, talijanskom i slovenskom jeziku, te ga je TZ Kvarnera u lipnju 2020. godine distribuirala na mrežu predstavništava HTZ-a, zatim diplomatskih misija i konzularnih ureda Republike Hrvatske u svijetu, kao i na mailing listu novinara, partnera i touroperatora. Također, sve je bilo i komunicirano online kanalima te podignuto na mrežnu stranicu TZ Kvarnera. Newsletter smo iskoristili kao priliku da komuniciramo vrlo dobro epidemiološko stanje na Kvarneru, sigurnost i sve uvjete potrebne za ugodan odmor, neposredno pred početak ljetne turističke sezone.

4.2. WEB STRANICE I DRUŠTVENE MREŽE

4.2.1. ODRŽAVANJE WEB PORTALA

TZ Kvarnera svakodnevno ažurira službene web portale www.kvarner.hr te www.kvarnerfamily.hr (poveznica 2.1.1.1.).

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

TZ Kvarnera je uz uobičajena ažuriranja na web portalu www.kvarner.hr objavljivala i ažurne informacije i upute s mjerama, preporukama, smjernicama i preventivnim postupcima vezanim uz epidemiološku situaciju uzrokovanu pandemijom virusa COVID-19.

Informacije i upute s preporukama redovito se objavljuju i ažuriraju na hrvatskom, engleskom, njemačkom i talijanskom jeziku.

Na naslovnoj stranici web portala, zbog što bržeg i lako dostupnog pristupa informacija, objavljeno je kako slijedi:

1. Banner *Enter Croatia* - direktna poveznica i pristup na online obrascu koji olakšava i ubrzava proces prelaska granice te informira goste o epidemiološkim mjerama koje su na snazi u Hrvatskoj,

2. Banner *Informacije i aktualnosti vezano uz COVID-19* - direktan pristup svim informacijama i aktualnostima vezano uz pandemiju virusa COVID-19 za turistički sektor: upute i mjere za ulazak i izlazak iz Hrvatske, ažuran popis zemalja koje provode mjeru samoizolacije ili su uvele obavezno testiranje na virus COVID-19 za putnike koji dolaze ih Hrvatske, provođenje PCR testiranja na virus COVID-19, popis turističkih ambulanti, popis epidemioloških mjera kojih se putnici koji dolaze u Hrvatsku trebaju pridržavati i ostale napomene,
3. Banner *Novosti s Kvarnera* - zanimljive vijesti i preporuke za boravak na Kvarneru, jednoj od "TOP 10 regija" u svijetu koje treba posjetiti po preporuci Lonely Planeta...

Također, TZ Kvarnera objavila je sve poveznice važne za praćenje najnovijih informacija, mjera i preporuka koje izdaju državne institucije u okolnostima pandemije virusa COVID-19:

- Hrvatska turistička zajednica - pitanja i odgovori vezano za mjere putovanja u Republiku Hrvatsku
<https://www.croatia.hr/en-GB/coronavirus-2019-ncov-q-and-a>
- Službena stranice Vlade RH za pravodobne i točne informacije o koronavirusu
<https://www.koronavirus.hr>
- Hrvatski zavod za javno zdravstvo
<https://www.hzjz.hr/priopcenja-mediji/koronavirus-najnoviji-podatci/>
- Nacionalni stožer civilne zaštite
<https://civilna-zastita.gov.hr>
- Ministarstvo turizma i sporta RH
<https://mint.gov.hr/root/hr/aktualno/izdvojeno/informacije-o-koronavirusu-vezane-uz-turisticki-sektor/20947>
- aktualne mjere i informacije za putnike unutar Europske unije:
<https://reopen.europa.eu/hr>

Svi banneri na naslovnim stranicama kao i sve važne poveznice, objavljene su na 4 jezične verzije (hrvatski, engleski, njemački i talijanski jezik).

Prema uputi HTZ-a iz 2019. godine TZ Kvarnera obustavila je daljnje aktivnosti na redesignu web portala www.kvarner.hr te smo na zahtjev HTZ-a od travnja do lipnja 2020. godine pripremali čitav niz materijala potrebnih za izradu novog turističko-informacijskog portala www.croatia.hr. U srpnju 2020. godine odabran je naziv i poddomene: kvarner.croatia.hr (poveznica 4.5.9.).

U razdoblju od 01.01. do 24.10.2020. godine web portal www.kvarner.hr je imao 158.083 posjeta i 132.026 posjetitelja od čega 89% čine posjetitelji koji su stranice posjetili prvi put, a 11% posjetitelja je već pregledavalo sadržaj web portala.

Prema lokaciji, odnosno zemljama iz kojih su korisnici pristupali web portalu, najzastupljenija je Hrvatska sa 71%. Na Njemačku otpada 9%, na Italiju 5%, na Austriju 3%, a na Sloveniju 2%. Na sva preostala tržišta otpada preostalih 10%.

www.gorskikotar.hr - početkom 2020 godine na web stranici su izvršene promjene s ciljem vizualnog i informativnog aktualiziranja web stranice: promijenjeni neki od tekstova,

promijenjene su fotografije, aktualizirane informacije sukladno dostavljenim informacijama od strane turističkih zajednica Gorskog kotara. Na sjednici Turističkog vijeća TZ Kvarnera održanoj 19.05.2020. godine članovi Turističkog vijeća jednoglasno su zaključili da će TZ Kvarnera biti vlasnik domene www.gorskikotar.hr sve do formalnog osnivanja TZ Gorski kotar, kada će se pravnoj osobi ustupiti domena te će se po formiranju područne turističke zajednice Gorskog kotare provesti navedeni zaključak.

www.gorskikotarbike.hr - TZ Kvarnera kontinuirano snosi troškove održavanja ove web stranice kao i praćenje aktualnosti podataka u suradnji s obrtom „Promotiv“ koji je kreirao Goransku biciklističke transverzale i kapilarne biciklističke staze.

4.2.2. FACEBOOK / INSTAGRAM KVARNER

Tijekom 2020. godine i okolnosti koja su nastupile u cijelom svijetu uslijed pandemije virusa COVID-19, promocija regije na društvenim mrežama bila je važnija nego ikad. Stoga je TZ Kvarnera osim kroz samostalne Facebook stranice, svoje prisustvo na društvenim mrežama ojačala i kroz Instagram profil.

Objave na društvenim mrežama odrađuju se na svakodnevno, te su namijenjene široj javnosti i višejezične.

Administriranje i vođenje profila na društvenim mrežama zahtjeva niz dodatnih poslova/aktivnosti kao što su: pregledavanje konkurentskih profila i relevantnih odnosno zanimljivih „zajednica“; zahtjevi za prihvata u „zajednicu“ radi pridobivanja novih potencijalnih pratitelja, pregled objava radi dijeljenja i povećanja vidljivosti, pregled „like-ova“ i novih pratitelja, uzvrat „like-a“, traženje/uzvrat zahtjeva za praćenje stranice, osmišljavanje objave, usklađivanje i sjedinjavanje ideje, teksta i odgovarajuće fotografije (uz posebnu pozornost da za odabranu fotografiju postoje suglasnosti i Ugovor s autorom, te obavezna objava imena autora), pregled i odabir odgovarajućih #hashtagova, pregled i praćenje analitike doseg, pratitelja, komentara i like-ova profila.

U okolnostima nastalih uslijed pandemije virusa COVID-19 TZ Kvarnera je radi racionalizacije troškova i ciljanijeg upravljanja objavama na društvenim mrežama, započela samostalno administrirati i voditi službene stranice na najjačim društvenim mrežama (Facebook i Instagram).

Facebook stranica „Visit Kvarner“

Na Facebook stranici „Visit Kvarner“ se na dnevnoj bazi postavljaju objave i informacije vezane uz proizvode, događanja, mikro lokacije ili druge zanimljivosti na pratitelje FB Visit Kvarner. Objave su višejezične (hrvatski, engleski, njemački i talijanski jezik). Vodeći računa o zastupljenosti svih subregija i proizvoda radi se na imidž predstavljanju Kvarnera. U razdoblju od 01.01. do 31.10.2020. godine objavljeno je oko 300-tinjak objava.

Na Facebook stranici „Visit Kvarner“ provodile su se kampanje sukladno okolnostima koje su nastupile u cijelom svijetu uslijed pandemije virusa COVID-19:

- svakodnevne pojačane aktivnosti pod objedinjenom oznakom kampanje #StayHome, #TravelTomorrow, #VisitKvarnerTomorrow i #CroatiaLongDistanceLove koje su u datom trenutku održavale vidljivost i prisutnost na našim emitivnim tržištima;
- strategija online komunikacije – izrađen promotivni video #VisitKvarnerTomorrow u cilju što kvalitetnijeg komuniciranja s pratiteljima, zadržavanja njihovog interesa odnosno poticanja nostalgije prema regiji Kvarner;
- otvaranjem granica, ali i objekata turističkog sektora, stvoreni su preduvjeti za realizaciju turističke sezone i tu je krenula kampanja HTZ-a „The Vacation You Deserve Is Closer Than You Think“, koju je TZ Kvarnera također iskomunicirala;
- #EnterCroatia - iskomunicirana nova web stranica s ciljem olakšavanja prelaska granice Republike Hrvatske;
- kampanje HTZ-a #EnjoyTheViewFromCroatia, #DiscoverTheColoursOfCroatia, #EnjoyTheColoursOfCroatia;
- svakodnevno praćenje i komuniciranje novih informacija, uputa, preporuka i pravila ponašanja u okolnostima virusa COVID-19 kojeg je donio Hrvatski zavod za javno zdravstvo (HZJZ);
- tijek otvaranja graničnih prijelaza;
- iskomunicirani razni turistički proizvodi Kvarnera (Kvarner Gourmet i Food, Kvarner Outdoor, Kvarner Health,...) odnosno predstavljale su se značajne komparativne prednosti Kvarnera: blizina najvažnijim emitivnim tržištima, neprocjenjiv spoj mora i gorja na malom prostoru te neizmjerne mogućnosti koje se otvaraju za boravak i aktivni odmor u prirodi i segment zdravstvenog turizma koji se diči stoljetnom tradicijom;
- u suradnji s lokalnim turističkim zajednicama tijekom ljetnih mjeseci provodila se kampanja „7 dana 7 subregija Kvarnera“ - svaki dan je bila predstavljena jedna subregija Kvarnera;
- ostalo.

Facebook stranica „Kvarner Family“ i grupa „Pet Friendly“

Bilježi pozitivan trend rasta broja posjetitelja, i to za 10% u odnosu na isto razdoblje prošle godine, a trenutno brojimo oko 4.615 fanova. U razdoblju 01.01.-31.10.2020. godine objavljeno je oko 220 višejezičnih objava na temu Kvarner Family smještaja (više o tome, poveznica 2.1.1.1.).

Facebook stranica „Mein Kvarner - Kroatien“

Facebook „Mein Kvarner - Kroatien“ napravljen je za njemačko govorno područje (Njemačka, Austrija, Švicarska, Luxemburg). Objavljuju se servisne informacije, informacije o aktualnim događanjima poput ukidanja mostarine, cijene trajekata, popis otvorenih kampova i objekata, informacije o #entercroatia i ispunjavanju formulara, otvaranje granica za pojedine zemlje, turistička ponuda Kvarnera (Gastro, Outdoor, Kultura, Zaštićena priroda). Također, „dijeljene“ su informacije i sadržaji lokalnih turističkih zajednica. Na konkretna pitanja dostavljene su aktualne informacije.

Važnu ulogu ima i njegovanje priutnosti i imidža Kvarnera. Iako je veliki broj gostiju s njemačkog govornog područja ipak posjetilo Kvarner, velik broj je ostao i kod kuće s napomenom da će doći kada situacija bude stabilnija. To je potencijal kojeg treba „njegovati“ te održavati osobito zbog aktivnosti konkurencije. Od početka godine do 26.10.2020. godine objavljeno je sveukupno 198 objava i profil broji 1.014 pratitelja, otprilike u jednakom udjelu muškarci i žene (muškarci 51%, 48% žene) a dobne skupine su kako slijedi: 45-54 (17%), 35-44 (13%), 55-64 (12%), 65+ i 24-34 (po 3%). Od toga 47% je iz Njemačke i 45% iz Austrije. Uz „službene“ pratitelje podaci govore o doseg u oko 8.300 osoba od kojih su 63% žene, a 37% muškarci a najbrojnija je dobna skupina od 34-44 godine (22%) i 45-55 godina (18%). Nadalje, od početka godine do konca listopada 2020. godine, čak 21.062 korisnika je vidjelo priloge sa FB profila „Mein Kvarner - Kroatien“.

Instagram profil „Mein Kvarner - Kroatien“ / „Visit Kvarner“

Instagram profil „Mein Kvarner - Kroatien“ / „Visit Kvarner“ od početka godine do 04.06.2020. godine djelovao je pod nazivom „Mein Kvarner - Kroatien“ s objavama na njemačkom jeziku a od 04.06.2020. godine mijenja ime u „Visit Kvarner“ i objave su na engleskom jeziku. Vodeći računa o zastupljenosti svih subregija i proizvoda radi se prvenstveno na imidž predstavljanju Kvarnera najviše i zbog samog „karaktera“ ove mreže i njenih korisnika. Od početka godine do 26.10.2020. godine objavljeno je 174 objava. Od početka godine do konca listopada 2020. godine na Instagramu „Visit Kvarner“ broji 844 pratitelja, od toga 61% žene i 39% muškarci, uglavnom podjednako dobne skupine od 25-34 i 35-44 godine, zatim slijedi dobna skupina 45-55 godina, 55-64 te 18-24 i 65+. Najveći broj pratitelja je iz Hrvatske (47%), a slijede Njemačka (12,35) i Austrija (5,3%).

4.3. TURISTIČKI PROMOTIVNI MATERIJALI LOKALNIH TURISTIČKIH ZAJEDNICA

4.3.1. INFO I PROMO MATERIJALI LOKALNIH TZ-A

Sukladno Zakonu o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, lokalne turističke zajednice u slučaju izrade svojih promo materijala trebaju iste uskladiti sa smjernicama županijske turističke zajednice. S obzirom da tijekom 2020. godine nije bilo upita, nije se pristupilo definiranju smjernica i standarda za oblikovanje turističkih promotivnih materijala lokalnih turističkih zajednica.

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

„Visit Kvarner - digitalna turistička destinacijska platforma“ je aplikacija koja će inovativno povezivati turističke informacije, kulturnu i turističku ponudu Kvarnera s namjerom poticanja ravnomjernog razvitka svih destinacija u regiji. Destinacijska platforma ima za cilj unaprijediti upravljanje turističkom destinacijom, dodatno promovirati turistički brend Kvarnera te doprinijeti povećanju prihoda od kulturnih, društvenih, sportskih i ostalih događanja, kao i turističkih posjeta raznim lokacijama na području regije, a posebno onih koje su manje poznate na turističkom tržištu. Aplikaciju je osmislila Javna ustanova „Regionalna razvojna agencija Primorsko-goranske županije“ u suradnji s riječkom start-up tvrtkom Exevio, koja je izvođač te razvija informatičku podlogu i strukturu aplikacije.

Javna ustanova „Regionalna razvojna agencija Primorsko-goranske županije“ u projekt je uključila i TZ Kvarnera kao partnera koji će u potpunosti popuniti aplikaciju svojim bazama podataka (smještajni kapaciteti, restorani, atrakcije, informacije o regiji, tekstovi o subregijama), logotipovima i fotografijama te će sve od navedenog biti objavljeno u sklopu aplikacije. Od TZ Kvarnera se očekuje da u 2021. godini predvidi određena sredstva za održavanje, vođenje i administriranje aplikacije, uz čvrstu garanciju Javne ustanove da će nastaviti aktivno surađivati na održavanju, razvoju, unapređenju ali i promociji projekta.

Prije samog predstavljanja aplikacije javnosti, potrebno je definirati pitanje vlasništva aplikacije te budućih uloga TZ Kvarnera i Javne ustanove u projektu. Iako je kao prijedlog za predstavljanje aplikacije dana sredina mjeseca studenog 2020. godine, TZ Kvarnera prvenstveno mora usuglasiti vlasništvo i način budućeg upravljanja aplikacijom.

Ukoliko bude dogovoreno da aplikacija prelazi u vlasništvo TZ Kvarnera, u nekom budućem razdoblju aplikacija ne smije i neće poprimiti komercijalni karakter, a prije samog predstavljanja javnosti i dionicima u turizmu Kvarnera neophodno je da sve u aplikaciji bude uneseno i strukturirano u skladu s marketinškim komunikacijskim konstantama TZ Kvarnera.

4.4.2. OTKUP FOTOGRAFIJA

Do konca godine planiran je pozivni natječaj radi proširenja galerije fotografija (foto-arhive TZ Kvarnera) koja je zbog intenziviranja svih aktivnosti na online platformama i društvenim mrežama potrebna radi održavanja pažnje pratitelja i korisnika.

4.5. AKTIVNOSTI STRATEŠKOG I OPERATIVNOG MARKETING PLANA

4.5.1. INTERNET OGLAŠAVANJE

(od 4.5.1.1. do 4.5.1.5.)

Aktivnost oglašavanja je u 2020. godini započela odličnom kampanjom u kojoj se regija Kvarner promovirala kroz renomirani svjetski turistički vodič (magazin/portal) Lonely Planet, koji je u listopadu 2019. godine dodijelio Kvarneru nagradu „Best in Travel 2020“ te nas proglasio kao jednu od „must go“ destinacija u 2020. godini i uvrstio u svoj izbor za „Top 10 regija“ koje treba posjetiti. 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 će vidjeti sadržaj o Kvarneru, a nalaze u odlučujućoj fazi odabira destinacije za putovanje. Radi se o jednom od najznačajnijih turističkih (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.

Nadalje, online media plan TZ Kvarnera za 2020. godinu bio je planiran u sklopu Javnog poziva HTZ-a za udruženo oglašavanje (destinacijsko oglašavanje) u kojem je HTZ planirao odobriti 80% sredstava ukoliko se ugovori zajednički media plan regije u kojemu financijski i sadržajno osim TZ Kvarnera, sudjeluju i veće lokalne turističke zajednice. Tako je TZ Kvarnera, nakon niza održanih sastanaka, dogovorila kandidaturu zajedničkog media plana prema HTZ-u za 2020. godinu i to kako slijedi:

- ukupna vrijednost kampanje: cca 200.000 Eura (od kojih 80% snosi HTZ)
- partneri: TZ Kvarnera i turističke zajednice Opatije, Rijeke, Crikvenice, otoka Krka, Cres, Malog Lošinja, Raba
- razdoblje kampanje: od veljače do konca lipnja te od rujna do prosinca 2020. godine (ovisno o proizvodu i tržištu)
- vrsta oglašavanja: banner ili advertorial
- medij: portali / društvene mreže
- tržišta: Austrija, Njemačka, Italija, Slovenija, Skandinavija, Velika Britanija, Nizozemska
- proizvodi koji se promoviraju kao glavni motiv dolaska na Kvarner:
 - Gastronomija*
 - Zdravstveni*
 - Outdoor*
 - Kultura*
 - Događanja*

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 te 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. Cilj kampanje je bio predstaviti ponudu izvan glavnih turističkih mjeseci, te pokazati ljepote i bogatstvo destinacije, odnosno motiv dolaska u pred i posezoni. Naglasak kampanje trebao je biti i promocija Kvarnera kroz projekt Rijeka - Europske prijestolnica kulture 2020. Media plan je tako bio strukturiran i po tržištima i po proizvodima, na način da uz destinaciju Kvarner, budu ravnomjerno zastupljene i one lokalne turističke zajednice (odnosno subregije) koje sudjeluju u projektu, a pripremljeni su i tekstovi i fotografije za jedinstveni landing page na koji bi kampanja vodila. Prednost landing page-a je kvalitetno i usko ciljano komuniciranje konkretnih informacija s linkovima, obavijestima o događanjima i drugim zanimljivostima.

Nažalost, kao i ostale aktivnosti, ovaj media plan se uslijed krize uzrokovane virusom COVID-19 nije realizirao. Međutim, koncem svibnja, kada se situacija na turističkom i

gospodarskom tržištu, minimalno normalizirala, pripremljen je tzv. „krizni“ media plan (coronavirus battle plan) kroz koji se pokušalo privući što više gostiju iz onih zemalja koje su imale brz i jednostavan pristup Kvarneru. Tako je odrađena promotivna kampanja orijentirana u cijelosti na online kanale, budući su istraživanja pokazala da je gotovo na svim tržištima zabilježen znatan rast konzumacije TV-a i online sadržaja, što je logično uslijed krizne situacije i brojnim ograničenjima koja su na svjetskoj razini uzrokovana pandemijom virusa COVID-19. Kampanja je provedena online kroz bannere i advertoriale na tržištima Hrvatske, Njemačke, Slovenije, Italije, Austrije, Češke, Poljske, Mađarske i Slovačke. Također, a uvjet ugovaranja kampanje je bio mogućnost stopiranja u bilo kojem trenutku, ukoliko se ponovno zatvore granice ili oteža mogućnost kretanja među zemljama.

Vrijednost kampanje iznosila je u cijelosti oko 750.000,00 kn, a uz HTZ su se u financiranje uključile i TZ otoka Krka, turističke zajednice s područja Crikveničko-vinodolske rivijere, te TZG Raba za promociju u Češkoj, Poljskoj, Mađarskoj i Slovačkoj, dok se TZO Lopara uključila u kampanju u Njemačkoj.

Pregled realizirane krizne (COVID-19) kampanje oglašavanja:

Tržište	Medij	Početak oglašavanja	Kraj oglašavanja	Broj impresija (realizirano)
Slovačka	GDN Network - topky.sk, zoznam.sk, aktuality.sk, sme.sk...	09.07.2020	23.8.2020.	1.826.550
Češka	GDN Network- Idnes.cz, Seznam.cz, Novinky.cz, Denik.cz...	09.07.2020	23.8.2020.	2.424.000
Mađarska	GDN Network - bien.hu, napmintnap.com, atv.hu, pestsracok.hu...	09.07.2020	23.8.2020.	1.836.000
Poljska	GDN Network - Onet.pl, Gazeta.pl, Pudelek.pl, wp.pl...	09.07.2020	23.8.2020.	2.900.000
Slovenija	Potnik.si	srpanj	kolovoz	68.153
	Dnevnik	srpanj	srpanj	4.493
	Večer	srpanj	srpanj	2.951
	FB Dober tek	srpanj	studenj	n/a
	Oslikan dupli gradski autobus Ljubljana	srpanj	kolovoz	n/a
Njemačka	Web.de	27.07.2020.	27.08.2020.	55.994.270
	T-Online.de	27.07.2020.	27.08.2020.	1.555.383
	Regional Portals (Focus.de, GMX.net...)	27.07.2020.	27.08.2020.	5.576.681
	Holidaycheck.de	27.07.2020.	27.08.2020.	506.719
	Travmedia (platforma za turističke novinare)	1.8.2020.	31.12.2020.	n/a
Austrija	Oe24.at	27.07.2020.	10.08.2020.	130.722
Hrvatska	jutarnji.hr	3.8.2020.	30.8.2020.	n/a
	qloriaqjam.hr			
	journal.hr			
	travel-advisor.eu	kolovoz	studenj	n/a
	Oslikan putnički autobus Osijek / Varaždin / Zagreb / Split / Rijeka / Pula	kolovoz	studenj	n/a
Italija	tqcom 24	1.8.2020.	30.8.2020.	26.794
Ukupno ostvaren broj impresija				72.852.716

4.5.2. SAJAMSKI NASTUPI

TZ Kvarnera je prema Programu rada za 2020. godinu planirala samostalne nastupe na ukupno 10-ak turističkih sajмова. Od siječnja pa do kraja veljače 2020. godine TZ Kvarnera zajedno sa suizlagačima odradila je nastupe na većini planiranih sajмова, budući se većina najjačih turističkih sajмова u Europi održava upravo početkom godine.

Sajamski nastupi su i dalje ocijenjeni kao dobar oblik promocije, pogotovo na tržištima od iznimne važnosti za regiju Kvarner. Na prijedlog Predstavništva Hrvatske turističke zajednice u Švedskoj (koje zastupa skandinavske zemlje i Baltik) i Veleposlanstva RH u Litvi TZ Kvarnera se, u suradnji s TZG Rijeke, dodatno predstavila i na najvećem litavskom i baltičkom turističkom sajmu Adventur u Vilniusu.

Najvažniji turistički sajmovi realizirani su:

- a) pojačanim samostalnim nastupom u organizaciji TZ Kvarnera (9 sajмова) i
- b) u sklopu nastupa HTZ-a (10 sajмова).

Početkom ožujka uslijedile su nove okolnosti uzrokovane pandemijom virusa COVID-19, te posljedično uvođenjem karantene u Europi i svijetu gotovo svi uplanirani turistički sajmovi su otkazani i/ili prebačeni za 2021./2022. godinu.

TZ Kvarnera već kontinuirano nastupe na najjačim turističkim sajmovima ugovara u tekućoj godini za narednu godinu. Tako je i većina sajamskih nastupa za 2020. godinu bila ugovorena još u 2019. godini, a suizlagači (turističko gospodarstvo i lokalne TZ) su se odazvali, uz zadovoljstvo dosadašnjim zajedničkim nastupima na sajmovima zbog povećanja vidljivosti regije Kvarner kao destinacije.

No, uslijed promijenjenih poslovnih okolnosti i globalne krize uzrokovane pandemijom virusa COVID-19, TZ Kvarnera je slijedom zaključaka Turističkog vijeća donijetim na sjednicama održanim dana 27.02.2020. godine, pristupila mjerama potrebnim za izvanredni rebalans Programa rada s financijskim planom za 2020. godinu, što je značilo obustavu dijela planiranih i ugovorenih aktivnosti, kako operativnih, tako i financijskih, do normalizacije tržišta, odnosno turističkog sektora i poslovne situacije za TZ Kvarnera.

- a) Pregled planiranih i realiziranih **samostalnih nastupa TZ Kvarnera** na turističkim sajmovima:

GRAD	SAJAM	DATUM	REALIZIRANO
Stuttgart	CMT	11.01.-19.01.	DA
Stuttgart	CMT Fahrrad und Erlebnisreisen (outdoor)	11.01.-12.01.	DA
Stuttgart	CMT Kreuzfahrt&Schiffsreisen	16.01.-19.01.	DA
New York	Times Travel Show	24.01.-26.01.	DA
Vilnius	Adventure 2020	24.01.-26.01.	DA
Hamburg	Reisen	05.02.-09.02.	DA

Milano	BIT	09.02.-11.02.	DA
München	F.re.e.	19.02.-23.02.	DA
Utrecht	Fiets and Wandelbeurs	28.02.-01.03.	DA
Wroclaw	Targi Turystyki	28.02.-01.03.	DA
Berlin	ITB	04.03.-08.03.	NE
Düsseldorf	Caravan Salon	29.08.-06.09.	NE

b) Pregled planiranih i realiziranih **nastupa TZ Kvarnera na turističkim sajmovima u sklopu nastupa HTZ-a:**

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

⇒ **Stuttgart - CMT - Fahrrad- & ErlebnisReisen - Kreuzfahrt- & SchiffsReisen - 11.01.-19.01.2020.**

Sajam CMT je jedan od najvećih i najposjećenijih njemačkih sajmova kojeg je 2019. godine posjetilo 260.000 posjetitelja, a 2020. godine gotovo 300.000 posjetitelja. Ove godine izložbeni prostor sajma bio je povećan za čak 5.000 m², a u ukupno 10 hala predstavljalo se čak 2.100 izlagača iz 100 zemalja te 360 regija i gradova. Sve što se događa na sajmu

CMT pratilo je oko 1.500 predstavnika medija iz više od 20 zemalja. Sajam tijekom 9-dnevnog trajanja obuhvaća i 2 vikenda, od kojih je svaki posvećen posebnoj tematskoj ponudi: biciklizam, golf, wellness, krstarenja i kultura.

Prvog vikenda (11.01.-12.01.2020.) sajam je posjetilo gotovo 90.000 ljudi. Kvarner se predstavljao na čak 4 različite lokacije na sajmu:

1. kamping segment (11.01.-19.01.2020.)
2. opća turistička ponuda u sklopu štanda HTZ-a (11.01.-19.01.2020.)
3. aktivni odmor (u posebnoj hali 11.01.-12.01.2020.)
4. krstarenja i brodska putovanja (u posebnoj hali 16.01.-19.01.2020.)

TZ Kvarnera kao nositelj predstavljao je ponudu čitavog Kvarnera, a kako bi se postigla još bolja vidljivost regije, pojačala zajednička promidžba te racionalno iskoristila sredstva, TZ Kvarnera okupila je i animirala turističke zajednice s područja Kvarnera i predstavnike turističkog gospodarstva, prvenstveno kampova, da se uključe u zajednički nastup. Na štandu Kvarnera svakog dana odvijalo se po nekoliko aktivnosti, od sastanaka i susreta s novinarima i partnerima, do prikazivanja promo filmova Kvarnera i kvarnerskih destinacija. TZ Kvarnera zakupila je i tzv. „Pressefach“, mjesto na kojem je osiguran sav promidžbeni materijal o Kvarneru za novinare – nalazio se u press centru sajma i bio je namijenjen isključivo predstavnicima medija koji prate CMT.

Na glavnom štandu TZ Kvarnera u sklopu kamping segmenta sajma predstavljalo se i 6 suizlagača:

1. Cresanka d.d. - otok Cres
2. TZ otoka Krka - Kampovi otoka Krka
3. TZG Rab i TZO Lopar - otok Rab
4. TZG Rijeka
5. Jadranka d.d. - otok Lošinj
6. Camp Glavotok - otok Krk

Prvi vikend sajma bio je posvećen aktivnom odmoru ("Fahrrad- & ErlebnisReisen") - na posebnom štandu uz TZ Kvarnera predstavile su se i TZ otoka Krka te TZ s područja Opatijske rivijere. Ovaj dio sajma već tradicionalno posjećuje vrlo kvalificirana publika koja ciljano traži nove destinacije za planinarenje i bicikliranje. Naglasak u predstavljanju ponude aktivnog turizma bio je stavljen na biciklističke i pješačke staze na području Opatijske rivijere, Parka prirode Učka i otoka Krka, te Kvarner Family smještaj (specijalizirani smještaj s oznakama Bike Friendly i Hike Friendly).

Drugi vikend sajma bio je posvećen brodskim putovanjima i krstarenjima ("Kreuzfahrt- & SchiffsReisen"), a na posebnom štandu uz TZ Kvarnera predstavile su se agencije Katarina Line i ID Riva Tours.

Na ovogodišnjem sajmu u Stuttgartu, nastavio se prošlogodišnji trend - veliki broj posjetitelja na stand je dolazio ciljano tražiti neku od kvarnerskih destinacija odnosno „Kvarner Bucht“ budući se tako već dužni niz godina predstavljamo, kako u Njemačkoj tako i u ostalim zemljama njemačkog govornog područja.

Brojna pitanja posjetitelja ove godine odnosila su se i na titulu Rijeke kao Europske prijestolnice culture, što znači da smo zahvaljujući brojnim aktivnostima, od ugošćavanja stranih novinara, održavanja prezentacija i press konferencija, do pripreme oglasa i članaka u digitalnim i tiskanim medijima, organizaciju putopisnih emisija te pripremu i

distribuciju Kvarner Magazina, uspjeli u brendiranju regije na ovom za Kvarner najvažnijem tržištu.

⇒ **New York, SAD - sajam Times Travel Show, 24.01.-25.01.2020.**

TZ Kvarnera u suradnji s Predstavništvom HTZ-a u New Yorku sudjelovala je na sajmu Times Travel Show i to kroz održavanje prezentacije na interaktivnoj radionici "Meet the Experts" koja se održavala u sklopu sajma New York Times Travel Show. Uz prezentaciju, organizirana je i nagradna igra u sklopu koje je dobitnici dodijeljen nagradni boravak u Rijeci - Europskoj prijestolnici kulture koji je osigurala hotelska grupacija "Jadran hoteli Rijeka" (4 noćenja u hotelu Jadran). Radi se najvećem turističkom sajmu na istočnoj obali SAD-a, kojeg u prosjeku posjeti više od 35.000 posjetitelja, svake godine predstavlja se više od 700 izlagača iz 175 zemalja svijeta. Ove godine samo prvog dana, sajam je posjetilo više od 700 novinara. Na sajmu su se predstavile i TZG Zagreba, TZ Dubrovačko-neretvanske, TZ Splitsko-dalmatinske, TZ Zadarske i TZ Ličko-senjske županije.

Tijekom sajma direktorica TZ Kvarnera dr.sc. Irena Peršić Živadinov održala je sastanke s članovima kluba Skål New York i Skål Northern New Jersey na kojima je ujedno održala i prezentaciju regije Kvarner.

⇒ **Vilnius - Adventur 2020, 24.01.-26.01.2020.**

U Vilniusu se, u sajamskom centru LITEXPO, od 24.01. do 26.01.2020. održavao najveći litavski i baltički regionalni turistički sajam Adventur 2020, na kojem je na zajedničkom štandu sudjelovala TZ Kvarnera i TZG Rijeke. Sajam je otvorio zamjenik litavskog ministra gospodarstva i inovacija Elijus Čivilis, a otvaranju sajma je nazočio i veleposlanik RH u Litvi Krešimir Kedmenec i savjetnik Berislav Živković. Sajam Adventur održava se od 2013. godine, i svake godine ima sve više izlagača i posjetitelja. Ove godine je na više od 12.000 m² izlagalo 340 izlagača iz 22 države, a u tri dana sajam je posjetilo gotovo 30.000 posjetitelja.

Kako bi podržali i stavili naglasak na otvaranje nove direktne linije Air Baltica između Vilniusa i Rijeke, na sajmu je 25.01.2020. godine održano posebno predstavljanje Kvarnera i Rijeke, za predstavnike turističkih agencija i novinare, te je predstavljena Rijeka kao ovogodišnja Europska prijestolnica kulture. Prezentacija je bila posebno podržana i od strane Veleposlanstva Republike Hrvatske u Republici Litvi na čelu s veleposlanikom gospodinom Krešimirom Kedmencom koji je aktivno sudjelovao u svim aktivnostima sajma. Nastup na ovom turističkom sajmu pokazao je postojanje velikog interesa Litavaca za putovanja u Hrvatsku i na Kvarner. Do 2020-te godine bio je primjetan višegodišnji izuzetno pozitivan trend porasta dolazaka litavskih turista u Hrvatsku, koji su u do sada rekordnoj 2019. godini ostvarili 11% više dolazaka i 7% više noćenja.

⇒ **Hamburg - sajam Reisen, 05.02.-09.02.2020.**

U suradnji sa tvrtkom „Fair Services d.o.o.“ iz Zagreba, zastupnikom sajma „Reisen“ u Hamburgu, TZ Kvarnera se kao suizlagač po treći put predstavila na sajmu Reisen u Hamburgu. Na zajedničkom štandu nastupili su TZ Kvarnera, Cresanka iz Cresa, agencije ID Riva iz Münchena i Topena iz Zadra, Nacionalni park Krka, TZ Splitsko dalmatinske županije te Predstavništvo Hrvatske turističke zajednice iz Frankfurta. Tijekom ovogodišnjeg sajma predstavilo se oko 800 izlagača iz cijelog svijeta, a posjetilo ga je više

od 77.000 posjetitelja (stanovnici Hamburga i okolice te iz susjednih pokrajina Schleswig-Holsteina i Donje Saske).

Sjever Njemačke odlikuje neto dohodak kućanstva iznad nacionalnog njemačkog prosjeka tako da se radi se o gostima velike kupovne moći, te natprosječnom željom i mogućnošću za putovanjem; većina njih putuje više od dva puta godišnje u trajanju od pet i više dana. Sajam Reisen smatra se specifičnim budući njegovi posjetitelji nisu tipični turisti koji traže gotove ponude, već žele personalizirane i individualizirane vrste odmora daleko od utabanih i poznatih destinacija i načina odmora – odnosno traže ponudu koju mogu prilagoditi prema svojim osobnim željama. Zbog tog specifičnog profila posjetitelja i zahvaljujući širokom spektru raznovrsnih sadržaja, TZ Kvarnera na ovom sajmu predstavila je regiju kroz više segmenata: od različitih mogućnosti smještaja, do velikog izbora raznovrsnih oblika odmora, izvrsne eno-gastronomske ponude, te niza zanimljivih događanja koja su trebala uslijediti u 2020. godini.

S obzirom na avio liniju koja je u prethodnim godinama povezivala Hamburg i Rijeku, gostima sa sjevera Njemačke Kvarner je bio lako dostupna destinacija. Dio posjetitelja već je znao za ovu mogućnost dolaska, dok je ostalima upravo to bio poticaj da nas uskoro posjete, stoga smo i ove godine nastavili s promocijom avio linija.

Ovaj turistički sajam bio je podijeljen u nekoliko cjelina, i to: po tematsko-zemljopisnoj osnovi (3 hale posvećene PUTOVANJIMA / TURIZMU gdje se predstavila sjeverna, središnja i južna Njemačka, te ostale europske zemlje i daleka tržišta; te još dodatna 4 sajamska događanja vezana uz teme odmora: RAD HAMBURG – posvećen biciklizmu, CARAVANING – sa ponudom vozila, opreme i turističke ponude za kampiranje, KREUZFAHRTWELT – posvećen svijetu krstarenja i FOTOHAVEN – „podsajam posebnih interesa“ namijenjen svim profesionalnim i amaterskim ljubiteljima fotografije.

⇒ **Milano - sajam BIT, 09.02.-11.02.2020.**

Prezentacija Hrvatske na sajmu u Milanu obilježena je velikim interesom za regijom Kvarner. Štand Kvarnera bio je dio nacionalnog, hrvatskog štanda, na kojem se predstavljala turistička ponuda cijele regije. U ponedjeljak 10.02.2020. godine TZ Kvarnera održala je posebnu prezentaciju regije na ovom najznačajnijem sajmu turizma u Italiji u suradnji s TZG Rijeke i Predstavništvom HTZ-a u Milanu. Naglasak prezentacije bio je stavljen na Rijeku kao Europsku prijestonicu kulture u 2020. godini. Prezentaciji su nazočili neki od najznačajnijih talijanskih medija poput Conde Nast, Lonely Planet, Il sole 24 ore, medijske kuće Mediamond (TGCom, Donna Moderna, InStyle), medijske kuće Hearst (Elle, Cosmopolitan, Marie Claire), medijske kuće Manzoni (La Repubblica), najznačajniji b2b mediji Travelquotidiano, Guida viaggi, TTG, Trend i dr. Prisutnošću talijanskih medija osigurani su brojni članci i reportaže o regiji u najznačajnijim talijanskim medijima čija vrijednost objava je neprocjenjiva za imidž destinacije. Prezentaciji su nazočili i ministar turizma RH Gari Cappelli, direktor HTZ-a Kristjan Staničić te Veleposlanik RH u Italiji Jasen Mesić, ali i jedan od najpopularnijih talijanskih nogometnih trenera Fabio Capello i pridonijeli značaju i ozbiljnosti prezentacije.

Ove godine sajam BIT održavao se jubilarni 40. put, a svake ga godine u tri dana sajma, posjećuje više od 40.000 posjetitelja.

TZ Kvarnera na sajmu je prezentirala regiju kao zanimljivu i lako dostupnu outdoor i gastro destinacija, sa širokom ponudom raznih zdravstvenih usluga, posebice u segmentu

dentalnog turizma i lječilišta, koje su gostima iz Italije postale jak motiv za dolazak i boravak na Kvarneru Poseban naglasak u predstavljanju stavljen je i na proglašenje Kvarnera od strane planetarno popularnog Lonely Planet Magazina kao jedne od „TOP 10 regija u svijetu“ koju se preporuča posjetiti tijekom 2020. godine te titulu Rijeke kao Europske prijestolnice culture. Prvi dan sajma bio je namijenjen širokoj publici, dok su drugi i treći dan poslovnog tipa i namijenjeni isključivo profesionalnim posjetiteljima (putnički agenti, touroperatori i ostali kupci). Prema broju upita talijanskih posjetitelja na štandu, Kvarner Talijanima i dalje ostaje jedna od omiljenih destinacija za odmor što su potvrdili i talijanski partneri koji su bili prisutni na sajmu.

⇒ **München - sajam f.re.e, 19.02.-23.02.2020.**

TZ Kvarnera zakupila je samostalni štand veličine 40m² te se predstavila zajednički sa 5 suizlagača:

1. TZ s područja Opatijske rivijere,
2. TZG Crikvenice i grupacija Jadran d.d.
3. TZ otoka Krka
4. Cresanka d.d.-Cres te
5. TZG Raba i TZO Lopara

Tijekom sajma TZ Kvarnera održala je 4 tematske prezentacije i to na bini za zdravstveni turizam.

Sajam F.re.e. u Münchenu održava se u kontinuitetu od 1970. godine i do danas se održao kao važan izvor informacija, ne samo za goste iz Bavarske već i šire, koji upravo u ovo doba godine odabiru destinaciju za svoj godišnji odmor. Ove godine sajam je posjetilo 130.000 posjetitelja. Prema informacijama organizatora sajma, publika koja posjećuje sajam visoko je motivirana odlaskom na putovanja i velike je kupovne moći: prosječna neto primanja kućanstva su oko 3.800 €, a čak 33% posjetitelja izjasnilo se da mjesečno raspolažu s 4.500 € viška (najčešće ih odlučuju potrošiti na putovanja i odmor).

Na ovogodišnjem sajmu se predstavilo više od 1.300 izlagača iz 60 zemalja, a sajam je popratilo i oko 800 inozemnih novinara.

TZ Kvarnera je na sajmu predstavila ponudu čitave regije: od prirodnog i kulturnog bogatstva preko čistog mora i plaža do raznovrsnih mogućnosti smještaja, outdoor aktivnosti i eno-gastronomije. Poseban naglasak stavljen je na široki spektar ponude na području zdravstvenog turizma i wellnesa.

⇒ **Utrecht - Fiets en Wandelbeurs, 28.02. - 01.03.2020. - specijalizirani sajam za aktivni odmor, odnosno outdoor aktivnosti**

„Fiets en Wandelbeurs“ - Hike and Bike Xperience - najveći je sajam u Europi za bicikliste i planinare koji posjećuje ciljana publika entuzijastičnih rekreativaca. Sajam je namijenjen svim ljubiteljima aktivnog odmora i nudi koncept pješaćenja i biciklizma kao odlične kombinacije odmora i rekreacije.

Na specijaliziranom sajmu za aktivni odmor TZ Kvarnera predstavila je outdoor ponudu cijele regije, a u tri dana sajma zabilježeno je preko 28.000 posjetitelja istinski zainteresiranih za biciklističke i pješačke odmone, rute, smještaj, ponude bicikla i ostale opreme na otvorenom. Sajam nudi i cjelovit spektar dodatnih sadržaja za ljubitelje planinarenja i biciklizma kao što je preko 150 prezentacija i predavanja, zabave za djecu

i isprobavanje najboljeg bicikla i e-bicikla na izazovnim stazama. Na zajedničkom štandu uz TZ Kvarnera predstavile su se i TZ Ličko senjske, TZ Zadarske i TZ Šibensko-kninske županije. TZ Kvarnera nastupa na ovom sajmu već duži niz godina u kontinuitetu i Kvarner je na ovom tržištu i okolici već dobro znana i uvijek privlačna destinacija.

⇒ **Wroclaw - sajam Targi turystyki, 28.02.-01.03.2020.**

U poljskom gradu Wroclawu tijekom turističkog sajma Targi Turystyki koji se održava već 12 godina zaredom, TZ Kvarnera je na zajedničkom štandu s TZ otoka Krka te TZ s područja Crikveničko-vinodolske rivijere predstavila ponudu regije Kvarner. Tijekom sajma bila je održana i eno-gastro prezentacija autohtonih kvarnerskih proizvoda.

Na sajmu Targi Turystyki je nastupilo 233 izlagača iz 60 zemalja, a tijekom tri dana sajam je zabilježio 10.000 posjetitelja koji su se mogli upoznati sa turističkim ponudama, ali i prisustvovati raznim predavanjima, učestvovati na natjecanjima, nagradnim igrama, radionicama za odrasle i djecu, uživati u kulinarskom festivalu i nizu popratnih sadržaja.

Wroclaw je drugi najbogatiji grad u Poljskoj iza Varšave, a trendovi i tržišna istraživanja pokazivali su da će, zbog dobrog materijalnog stanja, sve više Poljaka putovati u inozemstvo i sve češće se odlučuju na kraće odmore (city break).

Prema statistikama prijašnjih godina, ali i predviđanjima Poljske turističke komore, Hrvatska ostaje jednom od omiljenih ljetnih destinacija. Gosti iz Poljske su većinom individualni gosti koji putovanje organiziraju online ili uz pomoć dugogodišnjih poznanstva s domaćinima kod kojih su već boravili. Na Kvarneru gosti iz Poljske nalaze se u TOP 10 tržišta (u 2019: gotovo 600.000 noćenja). I u promijenjenim okolnostima uslijed pandemije Covid-19, poljski gosti uspjeli su ostvariti gotovo 424.000 noćenja, što je 5% u ukupno ostvarenim noćenjima i biti na 6 mjestu TOP tržišta s indexom ostvarenja 72% u odnosu na 2019. godinu.

⇒ **Berlin - sajam ITB, 04.03.-08.03.2020.**

Dana 28.02.2020. godine u večernjim satima, četiri dana prije početka, otkazan je prvi turistički sajam zbog pandemije uzrokovane virusom COVID-19. U trenutku otkazivanja sve aktivnosti za pripremu sajma bile su realizirane, uključujući i cjelokupno postavljanje štanda (uređenje, oprema, promotivni materijal). Uz to, bile su dogovorene i organizirane ostale popratne aktivnosti poput:

- sudjelovanje na workshopu s novinarima International Media Marketplace IMM, koji se trebao održati 03.03.2020., dan prije službenog početka sajma ITB;
- press konferencija u suradnji s Klasterom zdravstvenog turizma Kvarnera, koja se trebala održati 04.03.2020, prvog dana sajma ITB;
- ugovoreni sastanci s novinarima i partnerima na štandu TZ Kvarnera.

S izvođačem štanda postignut je dogovor da se naplati 70% od dogovorene cijene. Sa suizlagačima je podijeljen trošak sukladno zakupljenoj kvadraturi. Organizator sajma u cijelosti je izvršio povrat uplaćene zakupnine. Ostali troškovi (priljučak struje, vode) nisu naplaćeni, a troškovi naručenih hladnih napitaka vraćeni su umanjeni za 10%.

⇒ **Beč - European Congress of Radiology (Kongres europskog radiološkog društva), 11.03.-15.03.2020.**

U Beču, u poznatom Austria Centru (<https://www.acv.at>), u terminu od 11. do 15.03.2020. godine trebao se održati Kongres europskog radiološkog društva. Ovaj kongres je jedan od najvećih medicinskih kongresa u Europi i drugi po veličini radiološki kongres na svijetu sa internacionalnom publikom.

U 2020. godini Europskim radiološkim društvom predsjedava Hrvat, prof. Boris Brkljačić, a predsjednik Hrvatskog društva radiologa je prof. Damir Miletić, Predstojnik Kliničkog zavoda za radiologiju pri KBC-u Rijeka, koji nam je i uputio poziv za uključivanje u promotivni dio kongresa. Na kongresu se očekivalo oko 30.000 sudionika iz cijelog svijeta.

Osim stručnih predavanja, skupova i sastanaka kongres uključuje i promotivni dio gdje je u 2020. godini Hrvatskoj i Kvarneru bilo namjenjeno posebno mjesto za predstavljanje u sklopu sekcije „ESR (European Society of Radiology) meets Croatia“.

Trećeg dana (13.03.2020.) ovog svjetskog skupa liječnika planirano je održavanje prezentacije u obliku kratkog uvodnog dijela i prikazivanja filmova o Hrvatskoj i Kvarneru, odnosno Rijeci - Europskoj prijestolnici kulture 2020, a za vrijeme trajanja cijelog kongresa u glavnom holu bio je predviđen štand s predstavnicima TZ Kvarnera i HTZ-a na kojem bi se dijelili promotivni materijali i u blizini štanda dodatno prikazivali promotivni filmovi Kvarnera.

TZ Kvarnera je za nastup na ovom kongresu odradila sve potrebne predradnje (korespondencija, dostava materijala, suglasnosti za prikazivanje filmova...) i sastanke kako bi iskoristila ovu izvanrednu priliku za predstavljanje Hrvatske i Kvarnera svjetskoj publici visoke platežne moći.

Nažalost, uslijed širenja pandemije uzrokovane virusom COVID-19 kongres je otkazan tjedan dana prije početka.

⇒ **Festival escale a Sete, 07.04.-13.04.2020. - festival maritimne baštine**

S obzirom da je „Festival Escale a Sete“ najveći festival pomorske tradicije na Mediteranu, kojeg je 2018. godine posjetilo više od 500.000 posjetitelja, prezentacija projekta Arca Adriatica na navedenom festivalu ostvarila bi velik učinak za promociju Kvarnera kao destinacije s bogatom pomorskom baštinom. Festival objedinjuje turizam, pomorstvo, brodogradnju, ribarstvo te tradicionalnu gastronomiju i enologiju te bi na taj način projekt Arca Adriatica bio predstavljen velikom broju posjetitelja i medija.

U 2020. godini TZ Kvarnera je planirala podržati TZG Malog Lošinja u gotovo pionirskom pothvatu pomorske ekspedicije - plovidbe obnovljenim tradicijskim jedrenjakom - lošinjskim logerom Nerezinac, i to od Malog Lošinja do francuske luke Sete, te na taj način sudjelovati u promociji kvarnerske pomorske baštine. Tijekom 2 mjeseca plovidbe s četveročlanom posadom planiralo se prijeći 3100 nautičkih milja. Poduzete su sve pripremne radnje za plovidbu i za sudjelovanje na festivalu. Polazak je bio planiran početkom ožujka, a povratak u luku Mali Lošinj u svibnju 2020. godine. Očekivana marketinška vrijednost promocije bila je velika.

No, zbog opasnosti od širenja virusa COVID-19 i potpuno neizvjesne globalne situacije i posljedično potpuno promijenjenih poslovnih okolnosti, organizatori festivala su u ožujku 2020. godine donijeli odluku o otkazivanju projekta.

⇒ **Düsseldorf - sajam Caravan Salon, 29.08.-06.09.2020.**

Nakon proglašenja proljetnog zatvaranja („lockdowna“) razmotrene su sve buduće aktivnosti predviđene Planom i programom rada za 2020. godinu u kontekstu cjelokupne svjetske situacije i gospodarske neizvjesnosti. Nakon konzultacija s drugim županijskim turističkim zajednicama koje nastupaju na ovom sajmu, donešena je odluka da se otkaže sudjelovanje na ovom sajmu.

4.5.3. PREZENTACIJE U ORGANIZACIJI TZ KVARNERA

NJEMAČKA

⇒ **München - prezentacija Kvarnera u suradnji s novinskom kućom „Münchner Merkur“ i „Bayerischer Rundfunk“, 05.02.-06.02.2020.**

TZ Kvarnera, u suradnji sa specijaliziranim touroperatorom za Hrvatsku ID Riva Tours iz Münchena, od 05.02. do 06.02.2020. godine održala je prezentacije regije namijenjene čitateljima najvećih bavarskih dnevnih novina „Münchner Merkur“ te slušateljima i gledateljima Bavarske radiotelevizije, kao i sudionicima tzv. Cruise Bike & Boat tura. Tako je:

05.02.2020. godine u prostoru novinske kuće „Münchner Merkur“, za 200-injak posjetitelja održana prezentacija Kvarnera s naglaskom na Rijeku kao Europsku prijestolnicu kulture u 2020. godini, te što titula Europske prijestolnice kulture znači za regiju i što sve gosti mogu posjetiti u Rijeci ali i na Kvarneru;

06.02.2020. godine u prostorima Bavarske radiotelevizije održana je zajednička prezentacija Kvarnera, i to povodom 20-te obljetnice organiziranog dolaska prvog vlaka s bavarskim biciklistima koji svoje putovanje po Kvarneru nastavljaju ukrcajem na flotu drvenih jedrenjaka. Posljednjih 20 godina na ovaj način biciklisti obilaze čitav Kvarner kombinirajući plovidbu morem i bicikliranje po kvarnerskim otocima i primorju.

⇒ **München - 4 prezentacije na tematskim binama u sklopu sajamskog nastupa F.re.e., 19.02.-23.02.2020.** - TZ Kvarnera održala je 4 prezentacije promovirajući ponudu zdravstvenog turizma na Kvarneru i to na tematskoj bini posvećenoj lječilišnom i zdravstvenom turizmu

⇒ u 2020. godini bile su planirane, ali nisu održane sljedeće prezentacije:

⇒ Berlin - International Media Marketplace IMM, workshop s novinarima, 03.03.2020. - odlukom njemačke vlade proglašeno je izvanredno stanje uslijed pandemije Covid-19, te radionica nije održana

⇒ Berlin - press konferencija tijekom sajma ITB u suradnji s Klasterom zdravstvenog turizma Kvarnera, 04.03.2020. - odlukom njemačke vlade proglašeno je izvanredno stanje uslijed pandemije covid-19 i samim time otkazivanje svih većih manifestacija, te press konferencija nije održana

⇒ Hamburg - prezentacija u suradnji s HTZ-om i MINTS-om na manifestaciji „Rođendan hamburške luke“, 08.05.-10.05.2020.

Manifestacija Rođendan Hamburške luke na kojoj je Hrvatska trebala biti zemlja partner trebala se održati u periodu od 08. do 10.05.2020. Radi se o događaju od velikog značaja

za Hamburg i okolne gradove, a namijenjen je širokoj publici. Obično ga posjeti oko 200.000-300.000 posjetitelja. Koordinator nastupa je bilo Ministarstvo turizma i sporta, a partneri Ministarstvo poljoprivrede, Ministarstvo gospodarstva, Ministarstvo prometa, Hrvatska gospodarska komora i HTZ-a. TZ Kvarnera iskazala je interes za sudjelovanje u ovoj manifestaciji i počela sa pripremama za nastup.

Kako se primarno radilo o manifestaciji u ambijentu pomorske baštine, TZ Kvarnera planirala je organizirati predstavljanje ribarske i pomorske baštine kroz prikaze autentičnih djelatnosti. Elementi za ovo predstavljanje postojali su temeljem aktivnosti „akademije starih pomorskih zanata“ koju je TZ Kvarnera u suradnji s Pomorskim i povijesnim muzejom Rijeke provodila u sklopu EU projekta o zaštiti i revitalizaciji pomorske baštine sjevernog Jadrana pod nazivom Mala Barka. U sklopu tog projekta izrađeni su i tematski tiskani promo materijali o pomorskoj baštini na Kvarneru.

Također je osmišljen i kulturno-zabavni program na pozornici za cijelo vrijeme trajanja manifestacije te osiguran informator za predstavljanje turističke ponude na štandu.

Nakon 17.03.2020. godine sve su aktivnosti stopirane i otkazane, jer smo od Ministarstva turizma i sporta dobili informaciju da je zbog pandemije virusa COVID-19 manifestacija Rođendan hamburške luke otkazana.

⇒ prezentacije za novinare, bloggere i/ili agente po prijedlogu i u suradnji s Predstavništvom HTZ-a i/ili touroperatorima i PR partnerima

Uslijed promijenjenih poslovnih okolnosti i globalne krize uzrokovane pandemijom virusa COVID-19, TZ Kvarnera je slijedom zaključaka Turističkog vijeća donijetim na sjednicama održanim dana 27.02.2020. godine, pristupila mjerama potrebnim za izvanredni rebalans Programa rada s financijskim planom za 2020. godinu, što je značilo obustavu dijela planiranih i ugovorenih aktivnosti, kako operativnih, tako i financijskih, do normalizacije tržišta, odnosno turističkog sektora i poslovne situacije za TZ Kvarnera. Time je obustavljeno i financiranje te daljnje odrađivanje ovih aktivnosti.

SLOVENIJA

U 2020. godini bile su planirane, ali nisu održane prezentacije:

- ⇒ Kranjska gora / Vitranc, ožujak 2020. godine
- ⇒ Hrvatski dani na otvorenom u Ljubljani, 18.04.-19.04.2020.
- ⇒ 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

Uslijed promijenjenih poslovnih okolnosti i globalne krize uzrokovane pandemijom virusa COVID-19, TZ Kvarnera je slijedom zaključaka Turističkog vijeća donijetim na sjednicama održanim dana 27.02.2020. godine, pristupila mjerama potrebnim za izvanredni rebalans Programa rada s financijskim planom za 2020. godinu, što je značilo obustavu dijela planiranih i ugovorenih aktivnosti, kako operativnih, tako i financijskih, do normalizacije tržišta, odnosno turističkog sektora i poslovne situacije za TZ Kvarnera. Time je obustavljeno i financiranje te daljnje odrađivanje ovih aktivnosti.

ITALIJA

- ⇒ **Milano - u sklopu sajma BIT održana posebna prezentacija regije s naglaskom na Rijeku kao Europsku prijestolnicu kulture 2020, 10.02.2020.**

Tijekom održavanja 40. turističkog sajma BIT u Milanu, dana 10.02.2020. godine TZ Kvarnera održala je posebnu prezentaciju regije na ovom najznačajnijem sajmu turizma u Italiji u suradnji s TZG Rijeke i Predstavništvom HTZ-a u Milanu. Naglasak prezentacije bio je stavljen na Rijeku kao Europsku prijestolnicu kulture u 2020. godini. Prezentaciji su nazočili neki od najznačajnijih talijanskih medija poput Conde Nast, Lonely Planet, Il sole 24 ore, medijske kuće Mediamond (TGCom, Donna Moderna, InStyle), medijske kuće Hearst (Elle, Cosmopolitan, Marie Claire), medijske kuće Manzoni (La Repubblica), najznačajniji b2b mediji Travelquotidiano, Guida viaggi, TTG, Trend i dr. Prisutnošću talijanskih medija osigurani su brojni članci i reportaže o regiji u najznačajnijim talijanskim medijima čija vrijednost objava je neprocjenjiva za imidž destinacije. Prezentaciji su nazočili i ministar turizma RH Gari Cappelli, direktor HTZ-a Kristijan Staničić te Veleposlanik RH u Italiji Jasen Mesić, ali i jedan od najpopularnijih talijanskih nogometnih trenera Fabio Capello i pridonijeli značaju i ozbiljnosti prezentacije.

U 2020. godini bile su planirane, ali nisu održane sljedeće prezentacije:

- ⇒ 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

Usljed promijenjenih poslovnih okolnosti i globalne krize uzrokovane pandemijom virusa COVID-19, TZ Kvarnera je slijedom zaključaka Turističkog vijeća donijetim na sjednicama održanim dana 27.02.2020. godine, pristupila mjerama potrebnim za izvanredni rebalans Programa rada s financijskim planom za 2020. godinu, što je značilo obustavu dijela planiranih i ugovorenih aktivnosti, kako operativnih, tako i financijskih, do normalizacije tržišta, odnosno turističkog sektora i poslovne situacije za TZ Kvarnera. Time je obustavljeno i financiranje te daljnje odrađivanje ovih aktivnosti.

AUSTRIJA

- ⇒ **Beč - prezentacija tijekom European Congress of Radiology (Kongres europskog radiološkog društva), 11.03.-15.03.2020.** - bilo je planirano održavanje prezentacije TZ Kvarnera u sklopu sekcije „ESR (European Society of Radiology) meets Croatia“, i to kroz kratki uvodni dio i prikazivanje filmova o Hrvatskoj i Kvarneru, odnosno Rijeci - Europskoj prijestolnici kulture 2020 trećeg dana kongresa (13.03.2020.). Nažalost, uslijed širenja pandemije uzrokovane virusom COVID-19 kongres i prezentacija su otkazani tjedan dana prije početka.

U 2020. godini bile su planirane, ali nisu održane sljedeće prezentacije:

- ⇒ po prijedlogu touroperatora i/ili Predstavništva HTZ-a i partnera: Roadshow prezentacije i edukacije za Kvarner u suradnji s Predstavništvom HTZ-a i touroperatorom FTI Austrija
- ⇒ Beč - gastro prezentacija Kvarner (po prijedlogu Predstavništva HTZ-a)

Uslijed promijenjenih poslovnih okolnosti i globalne krize uzrokovane pandemijom virusa COVID-19, TZ Kvarnera je slijedom zaključaka Turističkog vijeća donijetim na sjednicama održanim dana 27.02.2020. godine, pristupila mjerama potrebnim za izvanredni rebalans Programa rada s financijskim planom za 2020. godinu, što je značilo obustavu dijela planiranih i ugovorenih aktivnosti, kako operativnih, tako i financijskih, do normalizacije tržišta, odnosno turističkog sektora i poslovne situacije za TZ Kvarnera. Time je obustavljeno i financiranje te daljnje odrađivanje ovih aktivnosti.

VELIKA BRITANIJA I IRSKA

U 2020. godini bile su planirane, ali nisu održane sljedeće prezentacije:

- ⇒ London - Queen's club, prezentacija za novinare i agente
- ⇒ London - gastro prezentacija
- ⇒ Irska - prezentacija za medije i partnere
- ⇒ Na prijedlog predstavništva HTZ-a i/ili partnera zajednička prezentacija u Londonu ili gradu po prijedlogu partnera

Uslijed promijenjenih poslovnih okolnosti i globalne krize uzrokovane pandemijom virusa COVID-19, TZ Kvarnera je slijedom zaključaka Turističkog vijeća na sjednicama održanim dana 27.02.2020. godine, pristupila mjerama potrebnim za izvanredni rebalans Programa rada s financijskim planom za 2020. godinu, što je značilo obustavu dijela planiranih i ugovorenih aktivnosti, kako operativnih, tako i financijskih, do normalizacije tržišta, odnosno turističkog sektora i poslovne situacije za TZ Kvarnera. Time je obustavljeno i financiranje te daljnje odrađivanje ovih aktivnosti.

ŠVICARSKA

- ⇒ u 2020. godini bile su planirane prezentacije i / ili press konferencije po prijedlogu Predstavništva HTZ-a

No, uslijed promijenjenih poslovnih okolnosti i globalne krize uzrokovane pandemijom virusa COVID-19, TZ Kvarnera je slijedom zaključaka Turističkog vijeća donijetim na sjednicama održanim dana 27.02.2020. godine, pristupila mjerama potrebnim za izvanredni rebalans Programa rada s financijskim planom za 2020. godinu, što je značilo obustavu dijela planiranih i ugovorenih aktivnosti, kako operativnih, tako i financijskih, do normalizacije tržišta, odnosno turističkog sektora i poslovne situacije za TZ Kvarnera. Time je obustavljeno i financiranje te daljnje odrađivanje ovih aktivnosti.

NIZOZEMSKA

- ⇒ u 2020. godini bile su planirane prezentacije i / ili press konferencije po prijedlogu Predstavništva HTZ-a, i/ili partnera

No, uslijed promijenjenih poslovnih okolnosti i globalne krize uzrokovane pandemijom virusa COVID-19, TZ Kvarnera je slijedom zaključaka Turističkog vijeća na sjednicama održanim dana 27.02.2020. godine, pristupila mjerama potrebnim za izvanredni rebalans Programa rada s financijskim planom za 2020. godinu, što je značilo obustavu dijela planiranih i ugovorenih aktivnosti, kako operativnih, tako i financijskih, do normalizacije tržišta, odnosno turističkog sektora i poslovne situacije za TZ Kvarnera. Time je obustavljeno i financiranje te daljnje odrađivanje ovih aktivnosti.

BELGIJA

⇒ **Bruxelles - prezentacija i radionica namijenjena širokom krugu touroperatora, autobusera, travel experts-a, kao i profesionalnim udrugama, 11.02.2020.**

TZ Kvarnera i Predstavništvo HTZ-a u Belgiji organizirali su prezentaciju i radionicu namijenjenom širokom krugu touroperatora, autobusera, travel experts-a, kao i profesionalnim udrugama. Na radionici su od kvarnerskih partnera sudjelovali: Amber Travel, Aronda Adriana Travel, Jadran Crikvenica Hotels & Camps, Katarina Line, Valamar Riviera d.d., Verne Travel, te nacionalni zračni prijevoznik Croatia Airlines. Kao uvod u radionicu TZ Kvarnera održala je prezentaciju regije kroz koju su predstavljeni turistički potencijali Kvarnera te ponuda i noviteti, a poseban naglasak je stavljen na proglašenje Kvarnera od strane planetarno popularnog Lonely Planet Magazina kao jedne od „TOP 10 regija u svijetu“ koju se preporuča posjetiti tijekom 2020. godine te titulu i program Rijeke kao Europske prijestolnice kulture u 2020. godini.

Na prezentaciji i radionici sudjelovalo je više od 35 belgijskih agenata, sve redom predstavnici agencija i tvrtki specijaliziranih za organizaciju tematskih putovanja u segmentu aktivnog odmora i kulture, zatim krstarenja i nautike, te poslovnih putovanja (incentive i kongresi). Promidžba Kvarnera na tržištu zemalja Beneluksa nastavlja se organizacijom studijskog putovanja za predstavnike 6 belgijskih i nizozemskih vodećih medijskih kuća (Het Nieuwsblad, L'Avenir, Sudpresse, RTL Z, Travelvalley i Zin Magazine) Krajem veljače Predstavništvo HTZ-a u zemljama Beneluksa u suradnji s TZ Kvarnera i nacionalnim zračnim prijevoznikom Croatia Airlines-om organiziralo je višednevno putovanje kroz koje se predstavila Rijeka kao Europska prijestolnica kulture ali i karnevalska događanja u Rijeci i na Kvarneru. Izravni letovi na Zračnu luku Rijeka iz Bruxellesa, Eindhovena i Kopenhagena te objave koje će uslijediti sa studijskih putovanja i kampanja oglašavanja promovirat će Kvarner kao destinaciju za godišnji odmor te kao lako dostupnu destinaciju za kraća putovanja i tzv. citybreak odmore prvenstvo u Rijeci - Europskoj prijestolnici kulture.

Također, po prvi puta u povijesti Europske unije jedna zemlja u istoj godini nosi prestižnu titulu Europske prijestolnice kulture te predsjedava Vijećem EU, što je bila jedinstvena prilika za Hrvatsku i Kvarner da se u sjedištu Europske unije (Bruxellesu) predstavi kao poželjna i bliska turistička destinacija.

Zemlje Beneluksa spadaju u TOP 20 tržišta za kvarnerski turizam, a gosti iz zemalja Beneluksa, naročito iz Belgije i Nizozemske, zbog visoke prosječne potrošnje rado su viđeni gosti. TZ Kvarnera kroz brojne aktivnosti nastavlja raditi na promociji regije na tržištima Belgije, Nizozemske i Luksemburga, tako je krajem veljače uslijedio nastup na specijaliziranom sajmu za aktivni odmor Fiets and Wandelbeurs u Utrechtu u Nizozemskoj.

SKANDINAVIJA I BALTİK

⇒ **Vilnius, Litva - press konferencija i prezentacija u sklopu sajma Adventure 2020, 25.01.2020.**

Uz predstavljanje na štandu tijekom najvećeg litavskog i baltičkog regionalnog turističkog sajma u Vilniusu, TZ Kvarnera je 25.01.2020. godine održala i press konferenciju u suradnji s Turističkom zajednicom grada Rijeke i uz potporu hrvatskog Veleposlanstva u Litvi.

Kako bi podržali novu direktnu avio liniju Air Baltica između Vilniusa i Rijeke, na konferenciji je održano posebno predstavljanje Kvarnera i Rijeke, za predstavnike turističkih agencija, novinare i posjetitelje sajma, te je stavljen poseban naglasak na predstavljanje Rijeke kao ovogodišnje Europske prijestolnice kulture.

Press konferenciji nazočio je veleposlanik RH u Litvi, gospodin Krešimir Kedmenec koji je osobno pozdravio goste i najavio prezentaciju. Nakon uvodnog dijela, uzvanici su se mogli detaljnije informirati riječju, slikom i kratkim snimljenim materijalom, o ponudi Kvarnera i grada Rijeke kao destinacijama bogatim prirodnim atrakcijama i bezbrojnim mogućnostima za odmor.

Nakon održane prezentacije predstavnice TZ Kvarnera i TZG Rijeke, zajednički su odgovarale na mnogobrojna pitanja prisutnih predstavnika medija i partnera u sali za konferenciju i kasnije na štandu, te na taj način dodatno predstavile teme i atrakcije od interesa.

U 2020. godini bile su planirane, ali nisu održane, sljedeće prezentacije:

- ⇒ **Stockholm, Švedska - prezentacija Kvarnera, 11.03.2020.** - prezentacija je bila u potpunosti pripremljena, ali je tjedan dana prije održavanja otkazana zbog nepovoljne epidemiološke situacije uslijed pandemije virusa COVID-19.

ČEŠKA, SLOVAČKA, MAĐARSKA, POLJSKA I OSTALA EUROPSKA TRŽIŠTA

U 2020. godini bile su planirane, ali nisu održane prezentacije:

- ⇒ Varšava, Poljska - prezentacija Kvarnera i avio linije LOT-a, 15.05.2020.
- ⇒ prezentacije i / ili press konferencije po prijedlogu Predstavništva HTZ-a, i/ili partnera

No, uslijed promijenjenih poslovnih okolnosti i globalne krize uzrokovane pandemijom virusa COVID-19, TZ Kvarnera je slijedom zaključaka Turističkog vijeća donijetim na sjednicama održanim dana 27.02.2020. godine, pristupila mjerama potrebnim za izvanredni rebalans Programa rada s financijskim planom za 2020. godinu, što je značilo obustavu dijela planiranih i ugovorenih aktivnosti, kako operativnih, tako i financijskih, do normalizacije tržišta, odnosno turističkog sektora i poslovne situacije za TZ Kvarnera. Time je obustavljeno i financiranje te daljnje odrađivanje ovih aktivnosti.

RUSIJA

- ⇒ **Moskva - prezentacija Kvarnera na Danu hrvatskog turizma, 30.01.2020. - pred 100 najvećih ruskih turističkih subjekata predstavljena turistička ponuda Kvarnera i Hrvatske**

TZ Kvarnera sudjelovala je na velikom poslovnom događaju u Moskvi pod nazivom Dan hrvatskog turizma, koji je organiziralo Predstavništvo HTZ-a u Rusiji. Interes za sudjelovanjem premašio je sva očekivanja pa je poslovnom dijelu programa sudjelovalo 35 hrvatskih subjekata, od kojih 8 s područja Kvarnera, te preko 100 ruskih subjekata iz turističkog sektora, uz brojne predstavnike ruskih medija i visokih uzvanika iz ruskog javnog i političkog života. Cjelodnevnom događanju prisustvovali su ministar turizma Gari Cappelli i direktor HTZ-a Kristijan Staničić. Cilj je bio proširenje postojeće suradnje te prezentacija turističke ponude na ruskom tržištu. U popodnevnim satima održavao se posebno osmišljen zabavni program koji je započeo kulinarskim performansom chefova

Podravkine Coolinarike, koji su prezentirali način pripreme tradicionalnih hrvatskih jela. Prezentirana su bila i domaća vina nakon čega je uslijedio viteški program uz pratnju glazbe iz mega popularne serije „Game of Thrones“, snimane u Hrvatskoj. Zabavni dio programa posjetili su predstavnici Grada Moskve, Trgovačke komore Ruske Federacije, Ministarstva vanjskih poslova Ruske Federacije uz izaslanike ruske Dume, a na događanju je sudjelovala i poznata hrvatska modna dizajnerica Aleksandra Dojčinović koja je ruskim uzvanicima iz svijeta ekonomije, mode, sporta i društvenog života predstavila svoju kolekciju. U večernjem programu dodijeljene su nagrade turističkim agencijama TUI, Paks i Ruski ekspres, koje su u prošloj godini u Hrvatsku dovele najveći broj ruskih turista, ali i TV kućama TV Petnica, NTV i Prvi kanal Rusija, koje su u 2019. godini snimile odlične priloge o našoj zemlji i na taj način doprinijele promociji na ruskom tržištu.

Također, TZ Kvarnera na Danu hrvatskog turizma u Moskvi sudjelovala je na poslovnoj radionici uz ostale hrvatske sudionike: TZG Zagreba, TZG Crikvenice, TZ Zagrebačke županije i TZ Šibensko-kninske županije, te tvrtke Croatia Airlines, Valamar Riviera, Falkensteiner hotels and residences, Katarinaline, Zračna luka Zadar i drugi.

Ostvareni su brojni kontakti, najviše iz područja zdravstvenog turizma, za koji su ruski partneri imali najviše pitanja.

SRBIJA

- ⇒ **Beograd - gostovanje u emisiji „Grozd“ poznatog novinara Radiotelevizije Srbije za vrijeme održavanja Vinarskog sajma „BeoWine“ i Sajma turizma, 20.02.2020. (poveznica 2.1.1.2.)**

Tijekom gostovanja u emisiji predstavnici TZ Kvarnera predstavili su turističku ponudu cijele regije uz naglasak na bogatu i svjetski priznatu gastronomsku i eno ponudu, zatim na široki spektar ponude na području zdravstvenog turizma i wellness-a, događanja koja su trebala uslijediti u 2020. godini, te EU projekte kroz koje, zajedno s nizom partnera, aktivno radimo na očuvanju, promociji i podizanju svijesti o potrebi zaštite bogatog kulturnog nasljeđa Kvarnera. Pored vinara iz Srbije, na sajmu vina predstavljali su se i regionalni i svjetski poznati proizvođači vina, vinski podrumi, kuće vina i kompanije koje se bave distribucijom vina, a na sajmu je sudjelovalo i nekoliko istaknutih vinara iz Hrvatske i Kvarnera.

DALEKA TRŽIŠTA

- ⇒ **New York, SAD - prezentacija na interaktivnoj radionici „Meet the Experts“ u sklopu sajma Times Travel Show, 24.01.-25.01.2020.**

TZ Kvarnera u suradnji s Predstavništvom HTZ-a u New Yorku održala je prezentaciju na interaktivnoj radionici „Meet the Experts“ koja se održavala u sklopu sajma New York Times Travel Show. Uz prezentaciju, organizirana je i nagradna igra u sklopu koje je dobitnici dodijeljen nagradni boravak u Rijeci - Europskoj prijestolnici kulture koji je osigurala hotelska grupacija „Jadran hoteli Rijeka“ (4 noćenja u hotelu Jadran). Tijekom sajma direktorica TZ Kvarnera dr.sc. Irena Peršić Živadinov održala je sastanke s članovima kluba Skål New York i Skål Northern New Jersey na kojima je ujedno održala i prezentaciju regije Kvarner.

U 2020. godini bile su planirane, ali nisu održane sljedeće prezentacije:

- ⇒ Presentacije 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 (24.07.2020.-09.08.2020.)
 - USA - na prijedlog Predstavništva HTZ-a
 - Ostale aktivnosti na dalekim tržištima

Uslijed promijenjenih poslovnih okolnosti i globalne krize uzrokovane pandemijom virusa COVID-19, TZ Kvarnera je slijedom zaključaka Turističkog vijeća donijetim na sjednicama održanim dana 27.02.2020. godine, pristupila mjerama potrebnim za izvanredni rebalans Programa rada s financijskim planom za 2020. godinu, što je značilo obustavu dijela planiranih i ugovorenih aktivnosti, kako operativnih, tako i financijskih, do normalizacije tržišta, odnosno turističkog sektora i poslovne situacije za TZ Kvarnera. Time je obustavljeno i financiranje te daljnje odrađivanje ovih aktivnosti.

4.5.4. SKAL KONGRES, 15-20.10.2020.

SKÅL International, međunarodna je organizacija turističkih menadžera koja broji oko 14.000 članova okupljenih u preko 340 klubova u više od 100 zemalja širom svijeta i najveća je u sektoru turizma. Članovi SKÅL Kluba Kvarner, su profesionalci u turizmu Kvarnera (hotelijeri, agencije, turističke zajednice, predstavnici akademske zajednici i drugi). U Hrvatskoj, uz SKÅL Klub Kvarner, još djeluju Skål klubovi Zagreb, Dubrovnik i Split.

10-ta obljetnica djelovanja SKÅL Kluba Kvarner trebala je biti obilježena velikim kongresom svjetske SKÅL udruge. Naime, projekt domaćinstva Svjetskom SKÅL kongresu bio je pomni pripreman. TZ Kvarnera pripremila je i odradila u suradnji s Organizacijskim odborom kongresa, dvogodišnji proces kandidiranja sukladno strogim i zahtjevnim kriterijima, dobivanja i potvrde domaćinstva, te se 80th SKÅL International World Congress trebao održati u Opatiji i Rijeci, pod motom „SKÅL CONGRESS IN THE EUROPEAN CAPITAL OF CULTURE 2020“. U međunarodnoj promidžbenoj kampanji, Kvarner je na kraju „u finalu“ pobijedio švicarski Lugano. Na nacionalnoj razini oformljena je struktura organizacije kongresa na kojem se očekivalo oko 1000 sudionika iz turističke branše iz cijelog svijeta, sklopljeni su ugovori s partnerima, sponzorima, itd. Bilo je prijava za kongres, a aktivna, dobro posjećena i informativna bila je stranica kongresa <https://skalworldcongress2020.com>.

No, uslijed nezamislivih okolnosti pandemije virusa COVID-19 odlukom Organizacijskog odbora, u dogovoru s predsjednikom SKÅL International-a, Upravom SKÅL International-a i Executive Committee, kongres je odgođen za 2022. godinu.

Da bi se ispoštovali kriteriji za odabir destinacija - domaćina, Kvarner je morao formalno proći kroz postupak ponovne kandidature, čime je zapravo bila omogućena i ponovna promocija, sve pod novim okolnostima, te, naravno, uz prilagodbu programa.

Dana 17.10.2020. godine održana je generalna Skupština SKÅL International i to na ovogodišnjem virtualnom izdanju kongresa, te je ponovljenu zahtjevnu kandidaturu

Kvarnera, Opatije i Rijeke predstavila dr.sc. Irena Peršić Živadinov (predsjednica SKÅL Kluba Kvarner u dva mandata i direktorica TZ Kvarnera), koja je jednoglasno i uz veliku podršku kolega iz cijelog svijeta prihvaćena. Tamara Černeka, nova predsjednica SKÅL Kluba Kvarner, u mandatu od 2020. – 2022. godine, je u uvodnom obraćanju naglasila da su trenutni izazovi i kriza s kojom se suočava svjetski turizam učvrstili želju turističkih djelatnika s Kvarnera da domaćinstvo 2022. godine bude besprijekorno odrađeno.

SKÅL kongres održat će se od 13.10. do 18.10.2022. godine.

4.5.5. RIJEKA - EPK, 2020.

2020. godina bila je potpuno nespecifična i nezapamćena uslijed pandemije virusa COVID-19 i sasvim promijenjenih poslovnih uvjeta. TZ Kvarnera je ipak realizirala aktivnosti iz domene kulturnog turizma, u mjeri koliko god je to bilo moguće. Kako se radilo o velikim očekivanjima vezanim uz status Rijeke kao Europske prijestolnice kulture, upravo su u tome mnoge aktivnosti bile otkazane, ali svejedno je TZ Kvarnera u ukupnoj promociji, koja je najviše odrađena u prvom tromjesječju godine, isticala titulu Europske prijestolnice kulture kao važan naslov i potencijal u marketinškom smislu i doprinosu imidža cijele regije. Gotovo svi predstavnici medija koji su boravili na Kvarneru u 2020-toj godini, imali su Europsku prijestolnicu kulture u fokusu. Možda najveća kampanja za Europsku prijestolnicu kulture napravljena je kroz izabrani slogan svjetskog SKÅL kongresa, pod nazivom „Skål congress in the European Capital of culture“. Slogan je zaživio još 2018. godine i od tada pronijet kroz više od 100 zemalja iz kojih dolaze članovi udruge Skål International, koju čine vodeći profesionalci u turizmu. Pod tim sloganom odrađene su brojne prezentacije, podijeljeni brojni suveniri i izdana press priopćenja (više o tome poveznica 2.1.1.5. Kvarner Culture).

4.5.6. PREDSJEDAVANJE HR EU

Od siječnja do lipnja 2020. godine Hrvatska je predsjedavala Vijećem Europske unije. Po prvi put u povijesti Europske unije jedna zemlja u istoj godini nosila je prestižnu titulu Europske prijestolnice kulture te predsjedavala Vijećem. Stoga je u 2020. godini TZ Kvarnera planirala ovu jedinstvenu priliku iskoristiti na način da se zemljama članicama Europske unije Kvarner i Hrvatska predstave kao poželjna i bliska turistička destinacija, što se uslijed pandemije virusa COVID-19 nije moglo realizirati.

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 bloggera. U skladu s

odrednicama SMPT Kvarnera priprema se program tematskih studijskih putovanja novinara.

Odabir i prihvat studijskih grupa je kroz nekoliko kanala:

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

U prva dva mjeseca ove godine na Kvarneru je realizirano 13 studijskih putovanja novinara i blogera s 32 sudinika iz Austrije, Belgije, Italije, Francuske, Nizozemske, Njemačke, Slovenije, Izraela, Velike Britanije i Mađarske. Za naglasiti je da su se među ovim putovanjima našla i dva grupna putovanja novinara iz izuzetno jakih medija, i to jedno s francuskim te drugo s belgijskim i nizozemskim novinarima. Glavne teme posjeta bile su Rijeka Europska prijestolnica kulture 2020. i karneval.

U istom periodu bilo je najavljeno, djelomično pripremljeno i razrađeno još niz ostalih studijskih putovanja koja su uslijed situacije uzrokovane virusom COVID-19 otkazana.

Početak ožujka 2020. godine HTZ-a odgodio je sva najavljena studijska putovanja u organizaciji Odjela za studijska putovanja i Predstavništva HTZ-a zbog neizvjesne situacije u Hrvatskoj i svijetu uzrokovane širenjem virusa COVID-19 i činjenice da je lista zemalja iz kojih dolaze putnici, a nad kojima su bile obavezne mjere samoizolacije bila u svakom trenutku sve duža.

TZ Kvarnera je i za vrijeme restriktivnih mjera uslijed pandemije virusa COVID-19 nastavila suradnju s medijima te je online komunicirala s novinarima i influencerima zahvaljujući poznanstvima, njihovim ranijim posjetima i odličnim iskustvima te dosadašnjoj, dugogodišnjoj i uspješnoj suradnji. Za vrijeme restrikcija glavni interesi medija bili su virtualne ture (gastro, eno, kultura, priroda...), promjene u prirodi uzrokovane „usporavanjem života“ te u novim okolnostima najznačajnija (ali i vječna) tema – zdravlje.

S polaganim popuštanjem restrikcija, poštujući sve propisane mjere zaštite od virusa COVID-19, u od lipnja do listopada 2020. godine TZ Kvarnera je u suradnji s lokalnim turističkim zajednicama i gospodarskim subjektima, organizirala još 11 studijskih putovanja u kojima je sudjelovalo 28 novinara i 8 influencera iz Austrije, Češke, Velike Britanije, Francuske, Slovenije, Turske, USA i Hrvatske.

Važno je za naglasiti i da je u nekim zemljama iz okruženja (npr. Austrija, Slovenija) za novinare bilo „nepodobno“ ići u inozemstvo, odnosno tražilo se da se njihove objave isključivo odnose na promociju i zaštitu domaćeg turizma, dok su u nekim zemljama vladale restriktivne mjere vezane za putovanja (Velika Britanija).

U drugoj polovici listopada se planiralo studijsko putovanje renomiranih predstavnika bavarskih medija s ciljem promocije Kvarnera, odnosno u sklopu promotivne kampanje HTZ-a gdje će Hrvatska na slijedećem sajmu F.re.e. 2021. godine u Münchenu biti zemlja

partner. Nažalost, zbog porasta broja novooboljelih virusom COVID-19 i novih restriktivnih mjera vezanih za putovanja ovo studijsko putovanje je odgođeno.

Već nekoliko godina svjetski trend su objave u tiskanim medijima i online izdanju, pa je teško reći gdje je granica između tiskanih medija i online objava. Gotovo sve što je izvorno rađeno radi tiskanog medija, prenosi i na online izdanja, širi se društvenim mrežama, kako samih novinara, tako i čitatelja, te je zapravo nemoguće odrediti dohvat jedne reportaže.

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

Na Kvarneru smo tijekom 2020. godine imali mogućnost ugostiti predstavnike renomiranih TV kuća i novina poput britanskog Guardian-a i Independent-a, talijanskog tjednika Gente, mjesečnika Touring i Sentire, francuske nacionalne televizije - TV5, najjačeg portala i dnevnih novina u Češkoj – Dnes, austrijskih novina Kurier, mađarske javne televizije M2 i mnogih drugih. Po povratku sa studijskih putovanja, novinari i TV kuće objavili su niz reportaža u raznim glasilima, na televiziji, radiju i društvenim mrežama.

Veliki dio ovih medija tiska se ili emitira na nacionalnoj i međunarodnoj razini sa značajnim nakladama i višemilijunskom gledateljskom i čitateljskom publikom.

Za istaknuti je:

- novinarka Christiane Peitz koja piše za „Der Tagesspiegel“, posjetila je Rijeku polovicom siječnja 2020. godine, kako bi pred otvaranje Europske prijestolnice kulture objavila članak o Rijeci. „Der Tagesspiegel“ glavne su dnevne novine u Berlinu i njemačkoj pokrajini Brandenburg koje izlaze u tiskanom (150.000 primjeraka i imaju doseg od gotovo milijun čitatelja) i online izdanju.
- Toni Krasnic, američki gastro blogger i autor destinacijskih i gastronomskih vodiča posjetio je Kvarner i svoja eno gastronomska iskustva pod nazivom „Foodie Guide to Kvarner“ podijelio na društvenim mrežama i blogu.
- Wolfgang Pauker, austrijski novinar i urednik specijaliziranih novina „Kulturzeitung 80“ koje su posvećene kulturi i luksuznom smještaju te se distribuiraju u kulturnim ustanovama diljem Austrije posjetio je Kvarner krajem lipnja, a u kolovozu je objavio reportažu o Rijeci EPK, gastronomiji Opatijske rivijere i boravku u ekskluzivnom hotelu Ikador.

- Poznati češki radijski i televizijski voditelj, video reporter i urednik Dominik Vršanský s ekipom najjačeg portala i vodećih dnevnih novina „Dnes“ na Kvarner su stigli prvim vlakom češkog prijevoznika RegioJeta, kojim je do kraja rujna Hrvatska bila povezana s Češkom i Slovačkom. U sklopu studijskog putovanja, novinari su posjetili otok Krk i Crikveničko-vinodolsku rivijeru, kvarnerske destinacije koje su gostima iz Češke dobro poznate i koje već godinama rado posjećuju.
Tijekom ljeta objavljene su i dvije reportaže o iskustvima sa studijskog putovanja, i to reportaža o Crikvenici i povijesti lječilišnog turizma te o Baški i Emilu Geistlich-u, novinaru koji je doveo češke turiste u Hrvatsku - očekuju se još dvije reportaže o destinacijama koje su posjetili, odnosno o Krku i Novom Vinodolskom.
- PENTHOUSE - Magazin für den Mann, novinar Oliver Luxenburger posjetio je Rab i planira objaviti reportažu na više stranica, a glavna tema će biti novi BMW 840d Cabriolet i Hrvatska, odnosno otok Rab koji će poslužiti kako kulisa za fotografije. U priču planira integrirati nekoliko lijepih lokacija, predstaviti par restorana, preporučiti barove, plaže za kupanje i sl.
- TV France5 (nacionalna TV kuća) i francuska vodeća specijalizirana emisija „Echapees belles“ snimala je u Istri i na Kvarneru, točnije na otoku Cresu, Opatijskoj rivijeri i u Rijeci, reportažu o Hrvatskoj - popularna 90-minutna putopisna emisija stavlja naglasak na bogatstvo kulturne, umjetničke i prirodne baštine uz ljepotu i različitost primorskih pejzaža pogodnih za razvoj avanturističkog turizma. Jedna od tema ove originalne emisije su i skrivene plaže koje će otkriti „tajne“ kutke hrvatskih otoka Cresa i Paga. Emisija će se premijerno prikazati na nacionalnom TV kanalu France 5, u „prime time“ terminu u subotu, tijekom svibnja 2021. godine. U prosjeku emisiju prati više od 1.000.000 gledatelja, reprizira se nedjeljom ujutro na TV kanalu France 5. Procjenjuje se da čak i reprizu prati više od 400.000 gledatelja.
- „The Independent“, glavna urednica odjela za putovanja, novinarka Helen Coffey, u rujnu ove godine je posjetila Rijeku - o svom posjetu Rijeci i EPK programu pisat će u online članku za Independent. Independent.co.uk UK i US je fokusirana platforma koja ima visokobrojnu publiku od gotovo 98 milijuna mjesečnih korisnika.
- Profesionalni putnik i influencer, Vlado Šestan, pokretač Facebook grupe (preko 100.000 članova) i Instagram stranica te web stranice www.travel-advisor.eu posjetio je Kvarner u dva navrata - prvi posjet bio je posvećen Gorskom kotaru, a drugi kvarnerskim otocima (Krk, Cres i Lošinj), Opatijskoj rivijeri, Parku prirode Učka i Rijeci kao „city break“ destinaciji i Europskoj prijestolnici kulture. U kolovozu je objavljena reportaža „Smaragdno srce Hrvatske“ o Gorskom kotaru, a reportaže o kvarnerskim otocima i obali objavljene su u listopadu.
- Ugledni britanski portal BBC Travel objavio je prekrasnu reportažu o Kvarneru i otoku Lošinj kao mjestima gdje se oduvijek dolazilo po zdravlje. Portal BBC Travel ima više od tri milijuna pratitelja na društvenim mrežama, a sam značaj BBC-ja kao vodećeg svjetskog javnog servisa ne treba posebno isticati. Autorica teksta „Hrvatski iskonski otok wellnessa“, novinarka Vukovic, njujorška je dopisnica BBC Travela, u više je navrata boravila na Kvarneru i vrlo dobro poznaje raznolikost ponude i blagodati koje ova regija pruža.

Radove novinarka Vukovic, osim BBC Travel-a, objavljuje i „The New York Times“ te još cijeli niz ostalih publikacija specijaliziranih za putovanja i zdravstveni turizam. Osim toga Kristin Vukovic radila je i kao reporterka renomiranog magazina Condé Nast Traveler, surađivala s američkim luksuznim lifestyle magazinom Jetsetter, bila je istraživačica u InStyleu i Vogueu, izvršna je urednica American Spa Magazina... U Hrvatskoj je 2017. godine osvojila nagradu Zlatna Penkala koja se dodjeljuje inozemnim novinarima za najbolje medijske objave o Hrvatskoj kao turističkoj destinaciji, a prošle godine osvojila je i prvo mjesto u natjecanju Društva američkih putopisaca (Society of American Travel Writers) s tekstom o „dalmatinskoj fjaci“ objavljenim na BBC Travel-u.

- Na konferenciji za medije tijekom WTM-a koju je održala TZ Kvarnera sudjelovala je i novinarka Mary Novakovich - travel writer specijalizirana za Hrvatsku kao destinaciju koja surađuje s nizom Tier 1 medija od Evening Standarda, Independenta do Guardian. Ova konferencija za medije bila je poticaj da novinarka posjeti Kvarner kako bi obradila temu o Rijeci Europskoj prijestolnici kulture i događanjima širom Kvarnera. Po povratku sa studijskog putovanja novinarka Novakovich objavila je niz članaka u tiskanom i on line izdanju Guardian i magazina Wanderlust. Guardian ima doseg preko 24.1 milijuna milijuna čitatelja i tiražu preko 3.3 milijuna te je ove godine nagrađena s priznanjem British Journalism Award u četiri kategorije.

4.5.7.2. Studijska putovanja agenata i “Buy Croatia” radionice

Na prijedlog i u suradnji s HTZ-om u 2020. godini TZ Kvarnera je prihvatila i započela organizaciju za dvije tematske poslovne radionice koje su se trebale održavati na području Kvarnera, i to:

- „Buy Croatia“ - cikloturizam, 11.05.-15.05.2020.
- „Buy Croatia“ - nautika, 25.05.-30.05.2020.

Za oba studijska putovanja je u cijelosti pripremljen i dogovoren program, dogovoreni su datumi i mjesta održavanja radionica, a u projekt su se uključile i lokalne turističke zajednice i gospodarski subjekti. Od strane HTZ-a je predloženo otkazivanje za jesen zbog okolnosti uzrokovanih pandemijom virusa COVID-19, odnosno za 2021. godinu.

No, uslijed okolnosti uzrokovanih pandemijom virusa COVID-19 i mjera očuvanja proračuna, TZ Kvarnera slijedom zaključaka Turističkog vijeća na sjednicama održanim dana 27.02.2020. godine poduzela je određene mjere izmjene odnosno rebalansa Programa rada s financijskim planom za 2020. godinu te je bila prisiljena obustaviti financiranje i daljnje odrađivanje aktivnosti.

4.5.7.3. Prihvat snimanja reality show emisija

U suradnji sa sustavom TZ-a i gospodarskim subjektima TZ Kvarnera je planirala sudjelovanje u prihvatu reality show emisija sa stranih tržišta u cilju promocije na vrlo gledanim elektronskim medijima. Uslijed pandemije virusa COVID-19, ova je aktivnost bila u potpunosti obustavljena, ali su se koncem 2020-te počela pripremati 2 moguća snimanja

u 2021. godini. Interes je iskazala nizozemska producerska kuća vezano za projekt Expedite Robinson i u tijeku su pripreme i dogovori za snimanje nizozemske verzije Survivor TV show na Cresu i Lošinj u 2021. godini. Također, u tijeku su dogovori za snimanje belgijske reality emisije "Mariés au premier regard" koji se emitira na belgijskoj RTL TV, a ima gledanost više od 650.000 po svakom emitiranju.

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. Planirana povećana potrošnja na sajmovima pokazala se ispravnom zbog sve većeg interesa za Kvarnerom. Preostale količine inače su se povlačile za funkcioniranje info punkt „Kvarner info - Vrata Jadrana“ i za potrebe lokalnih turističkih zajednica, turističke agencije, hotele, delegacije, JLS, prezentacije, workshopove, kongrese i dr.

Ove godine zbog smanjenog turističkog prometa i gore navedenih aktivnosti a uzrokovano pandemijom koronavirusa potrošnja je bila manja nego prošle godine. Unatoč tome TZ Kvarnera dobiva pisane upite za tiskani promidžbeni materijal te se planira manja količina dotiska najtraženijih materijala poput cestovne i turističke karte Kvarnera i Mini image brošure. Ova potražnja podudara se sa istraživanjima provedenim u Njemačkoj i Austriji, a to je da unatoč pandemiji ljudi planiraju putovanja u inozemstvo u 2021. godini.

4.5.8.1. Info brošura – kalendar događanja

Višejezična brošura "Otkrij Kvarner" donosi pregled najznačajnijih manifestacija i priredaba na Kvarneru tijekom godine, zatim informacije o turističkoj destinaciji i njenim turističkim proizvodima te godišnji pregled za 2020. godinu. No, uslijed promijenjenih poslovnih okolnosti i globalne krize uzrokovane pandemijom virusa COVID-19, TZ Kvarnera je slijedom zaključaka Turističkog vijeća donijetim na sjednicama održanim dana 27.02.2020. godine, pristupila mjerama potrebnim za izvanredni rebalans Programa rada s financijskim planom za 2020. godinu, što je značilo obustavu dijela planiranih i ugovorenih aktivnosti, kako operativnih, tako i financijskih, do normalizacije tržišta, odnosno turističkog sektora i poslovne situacije za TZ Kvarnera. Iz tog razloga brošura za ovu godinu nije izrađena i otisnuta.

4.5.8.2. Kvarner Magazin 2020.

TZ Kvarnera u suradnji s PR agencijom „ART Redaktionsteam“ nastavila je s izradom specijalističkog turističkog magazina „Kvarner Magazin“ za njemačko govorno područje, koji je po svojem sadržaju prvenstveno namijenjen novinarima – „opinion leaderima“. Izdanje „Kvarner Magazina“ za 2020. godinu pripremalo se u 2019. godini, a bilo je izdano

u siječnju 2020. godine. Također, uz njemački jezik „Kvarner Magazin“ preveden je i otisnut i na engleskom jeziku.

Već tradicionalno, TZ Kvarnera je na sajmu CMT u Stuttgartu premijerno prezentirala novo izdanje „Kvarner Magazina“ za 2020. godinu, što je uvijek medijski popraćeno, a od posjetitelja vrlo dobro prihvaćeno. „Kvarner Magazin“ zadnjih nekoliko godina definitivno je postao najtraženiji promidžbeni materijal o Kvarneru. Posjetitelji, posebice sajmovi u Njemačkoj, na štandove TZ Kvarnera dolaze ga ciljano tražiti. Magazin na 50-ak stranica sadrži kartu regije, popis hotela, hostela i kampova, te aktualnosti iz turističke ponude cijele regije.

Veće količine magazina utrošene su na održanim turističkim sajmovima, a dio je i dostavljan slijedom individualnih upita. Preostale količine sačuvati će se za potrebe tijekom 2021. godine budući se radi o informativnom turističkom vodiču koji se izdaje godišnje, no sve objavljene informacije su aktualne i korisne za planiranje putovanja na Kvarner bez obzira na godinu izdanja.

4.5.8.3. Info i promo materijali

4.5.8.3.1. Tisak i dotisak brošura

Do konca 2020-te tisak novih i dotisak info i promo materijala TZ Kvarnera radit će se u manjem obimu za najtraženije tiskane promidžbene materijale (Cestovna i turistička karta Kvarnera, Mini image Kvarnera) za individualne upite. Izvjesno je da će se ljudi sve više prilagoditi na održavanje propisanih higijenskih uvjeta i u skladu s njima putovati. To pokazuju brojna istraživanja, kako za putovanja na kopnu tako i za putovanja na cruiseru te je potrebno imati adekvatnu zalihu tiskanog promo materijala za upite.

4.5.8.3.2. Grafičke pripreme brošura

Jednom godišnje Turistička zajednica Kvarnera ažurirala je i aktualizirala popise hotela, kampova i privatnog smještaja (Kamping na Kvarneru; Kvarnerski hoteli & boutique hoteli, ville, apartmani, pansioni i hoteli; Kvarner Family). Budući da planirana količina nije utrošena tijekom sezone 2020. godine zbog smanjenog obima putovanja uzrokovana pandemijom virusa COVID-19 i neizvjesnom poslovnom situacijom nije se pristupilo novom ažuriranju radi racionalizacije troška.

4.5.8.3.3. Ostali promotivni materijal

Sukladno trendovima i novim oblicima promocijskih alata i materijala, TZ Kvarnera početkom 2020. godine je izradila samo dio planiranih eno-gastronomskih suvenira, no uslijed promijenjenih poslovnih okolnosti i globalne krize uzrokovane pandemijom virusa COVID-19, TZ Kvarnera je slijedom zaključaka Turističkog vijeća donijetim na sjednicama održanim dana 27.02.2020. godine, pristupila mjerama potrebnim za izvanredni rebalans Programa rada s financijskim planom za 2020. godinu, što je značilo obustavu dijela planiranih i ugovorenih aktivnosti, kako operativnih, tako i financijskih, do normalizacije tržišta, odnosno turističkog sektora i poslovne situacije za TZ Kvarnera. Time je

obustavljeno i financiranje te daljnje odrađivanje ove aktivnosti, a za manju distribuciju korištene su zalihe suvenira iz 2019. godine.

4.5.8.3.4. Video materijal

U 2020. godini pristupilo se aktivnosti izrade kratkih 7-10 sekundnih spotova Kvarnera iz novog promotivnog filma regije Kvarner (realiziranog u 2019. godini).

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

4.5.9. WWW.KVARNER.HR – REDESIGN WEB PORTALA

HTZ je trenutno u procesu izrade novog središnjeg web portala www.croatia.hr koji će kroz projekt Hrvatski digitalni turizam povezivati kompletan sustav turističkih zajednica, a svaka destinacija i regija će imati svoje mjesto za promociju na internetskim stranicama na kojima će se nalaziti cjelokupna turistička ponuda Hrvatske.

Ciljevi novog web portala su:

- cjelovita turistička ponuda Hrvatske na jednom mjestu - www.croatia.hr
- modernizacija, optimizacija i primjena suvremenih tehnoloških trendova
- povezivanje svih turističkih zajednica u jedan sustav
- svaka destinacija/TZ/TZŽ će imati svoj prostor za promociju na nacionalnom webu

Prema uputi HTZ-a iz 2019. godine TZ Kvarnera obustavila je daljnje aktivnosti na redesignu web portala www.kvarner.hr te smo na zahtjev HTZ-a od travnja do lipnja 2020. godine pripremali čitav niz materijala potrebnih za izradu novog turističko-informacijskog portala.

U srpnju 2020. godine odabran je naziv i poddomene: kvarner.croatia.hr.

Naime, kroz projekt Hrvatski digitalni turizam je predviđeno da se unificiraju web adrese tj. poddomene svake destinacije, i to na način da će svaka destinacija sadržavati riječ „visit“ ispred naziva destinacije npr. visitrijeka.croatia.hr, dok će za regije jednostavno na engleskom jeziku stajati npr. istria.croatia.hr ili u slučaju naše regije kvarner.croatia.hr. Ovaj način za dodjeljivanje naziva poddomena pokazala se kao najbolja praksa za SEO optimizaciju i URL strukturu. Također, sve domene/web adrese koje lokalne i regionalne turističke zajednice trenutno koriste nakon publiciranja novog weba croatia.hr će se moći preusmjeriti na ove nove poddomene kako bi se sva pretraživanja usmjerila na jedinstveni portal.

Svaka turistička zajednica imat će vlastiti pristup u sustav za uređivanje sadržaja (CMS), kao i prijavu eventualnih poteškoća koje će se sustavno rješavati (ticketing sustav).

Priprema materijala

HTZ je napravila detaljne upute kako bi se na najbolji način pripremio materijal za novi turističko-informacijski portal croatia.hr. Priprema materijala uključivala je: kreiranje i prilagođavanje tekstova te njihovih prijevoda, odabir fotografija te dostava suglasnosti/ugovora s autorima uz odabrane fotografije, dostava video materijala ili

poveznica na službeni Youtube, Dailymotion ili Vimeo kanal, zatim VR360, poveznice na „live web“ kamere i slično, dostava logotipova.

Tekstovi

Za početak, svaka turistička zajednica dobila je prostor za kratki informativni tekst predstavljanja tj. opis destinacije/regije. Tekst nije smio biti duži od 300 znakova. Naglasak, dalje kroz tekstove, trebao je biti stavljen na proizvode koji su u fokusu destinacije/regije. Osim što je sadržaj morao biti povezan s temom o kojoj se govori, mora imati i ključnu poruku koju korisnik treba zapamtiti te mora pozivati na akciju tj. dolazak na destinaciju/regiju.

Sav sadržaj je trebao biti napisan na unikatan, bezvremenski, inspirirajući i informativan način, uz malo opušteniji stil pisanja. Svaki tekst mogao je biti dugačak oko 1 do maksimalno 2 kartice (3600 znakova s razmacima). Naslov teksta mogao je sadržavati do maksimalno 60 znakova s razmacima.

Uz svaki tekst koji se dostavljao trebalo je izdvojiti uvodni dio od najviše 160 znakova s razmacima, zatim naznačiti ključne riječi, kategorije i tag-ove (ovisno o samom tekstu i njegovom sadržaju) pod kojima želimo da korisnik pronađe članak te kako bi olakšali i pomogli naučiti AI (umjetnu inteligenciju) da sama s vremenom odredi tag-ove po novo unesenom tekstu. Tekstovi su trebali biti SEO friendly tj. pisani na način da tražilice što bolje pozicioniraju tekst i sam web na tražilicama, čime će se korisnicima olakšati pretragu i krajnje pomoći u odluci za dolaskom u Hrvatsku/regiju/destinaciju.

Ključne riječi/pojmove bilo je potrebno koristiti u naslovima, podnaslovima i, naravno, samom tekstu (oko 2 do 3 puta po kartici teksta i obavezno jednom u prvom paragrafu te nikako više od 7 ponavljanja ključne riječi u tekstu od 1 kartice). Prije pisanja tekstova trebalo je porazmisliti o ključnim riječima/pojmovima koji se žele koristiti u tekstu.

Tekst je bilo potrebno odvajati po paragrafima, te se u svaki tekst mogla staviti odabrana fotografija, dodatni link i/ili video koji bi trebali pratiti sadržaj i davati dodatnu vrijednost sadržaju. Prijevode je po preporuci trebalo dostaviti na što više jezičnih varijanti, odnosno na broj jezičnih varijanti koje su u fokusu destinacije/regije.

Prema informacijama HTZ-a novi web croatia.hr će biti dostupan na sljedećim jezičnim varijantama: hrvatski, engleski, njemački, talijanski, francuski, slovenski, ruski, češki, poljski, španjolski i mađarski jezik.

Slijedom svega navedenog, TZ Kvarnera je samostalno napisala i pripremila ukupno 31 tekst na hrvatskom jeziku, a kroz koje su obrađene sljedeće teme:

Rd.br.	NASLOV TEKSTA	OPIS U TEKSTU
1	Upoznaj Kvarner, jednu od TOP 10 regija u svijetu koje treba posjetiti po preporuci Lonely Planeta	Kratki uvod o regiji, zanimljivosti, Lonely Planet
2	Raznolikost Kvarnera - savršena kombinacija otoka, mora i planina	Primorje, otoci, gorje
3	Primorje po mjeri visoke aristokracije, poznatih i slavih	Detaljnije o rivijerama, tips & ideas što raditi
4	Koji kvarnerski otok je tvoj?	Detaljnije o otocima, tips & ideas što raditi

5	Dođi gore, u Gorski kotar	Detaljnije o Gorskom kotaru, tips & ideas što raditi
6	Experience the Seasons - ideje za aktivnosti po godišnjim dobima	Aktivnosti na Kvarneru za svako u godišnje doba
7	Kvarner Effekt - mjesto kamo se oduvijek dolazilo po zdravlje	Kvarner Health & Wellbeing
8	Kvarnerska gastronomija - gastro putovanje Kvarnerom	Kvarner Gourmet & Food
9	Kvarnerske namirnice koje morate probati	Maslinovo ulje, krčki pršut, škampi, otočna janjetina, maruni, šparuge, žlahtina, goranski nadjev, itd...
10	5 jedinstvenih eno i gastro lokacija koje trebate posjetiti na Kvarneru	Kuća krčkog pršuta, Kuća rapske torte, Maslinik Ulika, Milenij Choco svijet, najpoznatije vinarije na Kvarneru: Vrbnik i Novi Vinodolski
11	Kvarnerski festivali koji slave hranu i vino	Gastro i eno festivali po mjesecima
12	Kvarner - destinacija za one koji vole biti u pokretu	Kvarner Outdoor
13	TOP biclističke transversale po Kvarneru	Opatijska rivijera, Rijeka Bike, Crikveničko-vinodolska rivijera, otoci, Gorski kotar bike, EuroVelo 8 dionica
14	TOP 5 trail utrka na kojima možeš sudjelovati	Kvarner Trails
15	Atraktivne lokacije za ronjenje	Prijedlog izabраниh atraktivnih ronilačkih lokacija u Kvarnerskom akvatoriju
16	Destinacija jedinstvene i zaštićene prirodne baštine	NP Risnjak, PP Učka, Platak, ostali zaštićeni krajolici, dupini, supovi
17	Pet Friendly Kvarner - putovanje na četiri šape	Pet Friendly smještaj, Dog Friendly restorani, Montys kafići i plaže u Crikvenici i Rabu, plaže za pse, događanja (pseći maratoni itd)
18	„Rijeka 2020 - Luka različitosti“, prvi hrvatski grad s titulom Europska prijestolnica kulture	Rijeka EPK 2020
19	Uz karneval na Kvarneru doživi „peto godišnje doba“	Zvončari UNESCO, Riječki karneval u TOP 500 svjetskih evenata, ljetni karnevali
20	Apoksiomen - najpoznatiji grčki gost na Kvarneru	Priča o Apoksiomenu, Muzej Apoksiomena
21	Rabska fjera - prvi i najveći srednjovjekovni ljetni festival u Hrvatskoj	Rabska fjera
22	12 velikih - važne ličnosti hrvatske i svjetske povijesti za koje možda niste znali da su rođeni ili boravili na Kvarneru	Zanimljivosti o poznatim hrvatskim i svjetskim ličnostima koje su rođene ili boravile na Kvarneru
23	Raj za nautičare	Preporuka za višednevno opuštanje na moru
24	Upoznajte bogatu kvarnersku maritimnu baštinu	EU projekti Mala barka i Arca Adriatica, tradicijske regate i obnovljene barke
25	TOP 20 maritimnih destinacija koje morate posjetiti	Itinerari Mala barka 2

26	Putovima Frankopana - najvažnije hrvatske plemićke obitelji, koja je vladala iz Kvarnera	EU projekt Putovima Frankopana
27	Claustra - doživite Kvarner očima starih Rimljana	EU projekt Claustra+
28	Destinacija po mjeri obitelji	Ideje za aktivnosti s djecom, family hoteli, kampovi i ostali smještaj, plaže
29	TOP 5 obiteljskih plaža na Kvarneru	Prijedlog TOP 5 obiteljskih plaža na Kvarneru
30	Kvarner kao filmska kulisa?	Filmovi i serije snimani na Kvarneru
31	Naturističke plaže na Kvarneru	Povijest naturizma, poznate naturističke plaže na Kvarneru

Fotografije

TZ Kvarnera je uz tekstove dostavila i ukupno 62 fotografije (uz pripradajuće suglasnosti/ugovore s autorima). Svaku od fotografija bilo je potrebno imenovati na način koji jasno govori što se nalazi na fotografiji npr. *Arsen-Miletic_Rijeka_luka_dva_jedrenjaka* ili *Frank-Heuer_Cres_bjeloglavi_sup_u_letu*. Naziv fotografije će se koristiti kao alt_tag koji je morao biti dužine do 125 znakova i iz njega odmah mora biti jasno što svaka fotografija prikazuje. Također, trebalo je obratiti pozornost da fotografije budu horizontalne i minimalnih dimenzija 3000 px.

Video materijali

TZ Kvarnera dostavila je link na svoj službeni Youtube kanal na kojem su objavljeni svi promotivni filmovi regije Kvarner (njih oko 60-ak):

<https://www.youtube.com/user/tzkvarner/videos>.

Sve dostavljene materijale HTZ je prihvatio i potvrdio, budući da sadrže sve tražene elemente. Shodno tome, TZ Kvarnera pristupila je aktivnosti prikupljanja ponuda za pripremu prijevoda svih tekstova.

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.)

HTZ raspisao je Javni poziv za udruženo oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora u 2020. godini. Kandidature su prikupljene, te prosljeđene HTZ-u.

Oglašavanje nositelja smještajne ponude i ponude destinacije odnosi se na promotivne kampanje nositelja smještajne ponude destinacije. Udjel TZ Kvarnera je 5% od ukupne vrijednosti, media plana, lokalna TZ ulaže 20%, nositelj smještajne ponude 50%, te HTZ 25%.

Kompletna aktivnost provođenja udruženog oglašavanja u cijelosti je još 2018. godine 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.

Iako je aktivnost kandidiranja odrađena u cijelosti, u 2020. godini HTZ nije donio odluku o odobrenim sredstvima niti su potpisani ugovori o sufinanciranju. Neki gospodarski subjekti su ipak odradili kampanju (posebno se to odnosi na kamping vodiče koji se objavljuju koncem godine za sljedeću godinu), nadajući se da će HTZ donijeti odluku o sufinanciranju. TZ Kvarnera je tijekom siječnja i veljače višestruko upozoravala gospodarske subjekte da u kampanju ulaze s vlastitim sredstvima, jer još niti početkom ožujka 2020. godine HTZ nije donio formalnu odluku o udruženom oglašavanju, niti su bili potpisani krovni ugovori s HTZ-om, a gospodarski subjekti su već dobrim dijelom odradili kampanju. U konačnici je TZ Kvarnera sredinom ožujka preporučila da se sve započete ili ugovorene kampanje stopiraju, što su svi i učinili. S obzirom na tešku situaciju, i usprkos tome što ugovori nisu bili potpisani, Turističko vijeće TZ Kvarnera je donijelo odluku da se tim gospodarskim subjektima izade ususret i odobri financiranje oglašavanja s udjelom TZ Kvarnera, neobavezujući ostale partnere.

4.6.2. OGLAŠAVANJE S AVIO PRIJEVOZNICIMA

Kako je Hrvatska kao destinacija na globalnom tržištu u turističkom smislu sve zanimljivija i atraktivnija, tako su i avio kompanije posljednjih godina izražavale sve veći interes za uvođenje novih letova za Hrvatsku, odnosno 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, bilježen je porast putnika 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 PGŽ, 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) nije bilo moguće ostvariti promet putnika na Zračnu luku Rijeka o kojem se danas govori.

Početkom 2020. godine, HTZ je nakon zaključenih pregovora na nacionalnoj, te u suradnji s TZ Kvarnera dogovorila marketinšku kampanju s avio prijevoznicima koji su planirali letove na Zračnu luku Rijeka. Neki prijevoznici su kampanju započeli već od siječnja, a u ožujku je sve stopirano. Naime, pandemija virusa COVID-19 je drastično utjecala na zračni promet u cijelom svijetu. Letilo se tek malo, ono najnužnije, kako bi se osigurala minimalna povezanost. Iako i s tom minimalnom povezanošću, dobar dio zemalja nije imao redoviti putnički zračni promet, već samo za teretni. Zračni prijevoznici su prizemljili skoro cijele flote i imali su aktivnih svega nekoliko zrakoplova. Primjerice Lufthansa u svojoj floti ima 295 zrakoplova, a od tog broja ih je na proljeće bilo samo 40 aktivnih, što znači da je cca 14% flote bilo raspoloživo. Ryanair koji je od jednog zračnog prijevoznika, postao grupacija, u svojoj grupaciji sada ima 441 zrakoplov, a svega ih je 6% aktivno.

Sve zračne luke su doživjele drastičan pad u broju putnika. Pad broja putnika u prva tri kvartala 2020. godine je bio u rasponu između 60-80%, što znači da su zračne luke u tom

razdoblju ostvarile svega otprilike četvrtinu ili, u boljim slučajevima, trećinu prometa u odnosu na prošlu godinu. No, tu je važno napomenuti kako je dobar dio tog prometa ostvaren u prva tri mjeseca ili u prvom kvartalu. U drugom kvartalu 2020. godine je bio veliki pad, a u trećem se promet lagano počeo popravljati. U prosjeku su europske zračne luke ostvarile između 20 i 30% prošlogodišnjeg prometa.

Na Zračnoj luci Rijeka se odvijao promet iz Düsseldorfa i Hamburga (Eurowings), Londona i Frankfurta (Ryanair), Münchena (Croatia Airlines), Eindhovena (Transavia), Rige (Air Baltic), Warsawe (LOT) i nekih drugih gradova.

Za 2021. godinu HTZ je raspisao Javni poziv za strateške projekte s partnerima na inozemnim tržištima, a radi se o kampanjama s organizatorima putovanja (touroperatori) ili prijevoznici (avio, brodski, željeznički, autobusni). S obzirom na nove, odnosno izmijenjene i prilagođene trendove uslijed situacije uzrokovane pandemijom virusa COVID-19, zasigurno će biti potrebno ulagati i u ostale oblike prijevoza i komunikacije.

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

4.7.1. TURISTIČKI URED TZ KVARNERA

U 2020. godini stupili su na snagu novi zakoni koji reguliraju djelovanje turističkih zajednica i to:

1. Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma
2. Zakon o turističkoj pristojbi
3. Zakon o članarinama u turističkim zajednicama

Rok za usklađivanje dokumentacije i poslovanja prema novim zakonima je za lokalne turističke zajednice bio do konca listopada 2020. godine, za županijske do prosinca 2020. godine, a za HTZ do veljače 2021. godine. Niz je aktivnosti koje je potrebno uskladiti i promijeniti do konačnog usklađivanja s novim zakonima. Tako je izrađen novi Statut TZ Kvarnera, zatražena je suglasnost Ministarstva turizma i sporta, taj Statut je usvojen na sjednici Skupštine TZ Kvarnera, potom je objavljen u Narodnim novinama, te obaviješteno Ministarstvo turizma i sporta o cijelom postupku. Donosena je odluka na sjednici Turističkog vijeća o raspisivanju izbora za izbornu sjednicu Skupštine, na kojoj će se imenovati nova tijela. U pripremi je i prilagodba svih akata koji se temelje na Statutu i zakonu, te se sukladno tome moraju i mijenjati.

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

Zadace regionalne turističke zajednice, kao regionalne destinacijske menadžment organizacije, su sljedeće:

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.

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

TZ Kvarnera zapošljava 11 djelatnica.

4.7.2. TIJELA TZ KVARNERA

U razdoblju od siječnja do konca listopada 2020. godine, članovi Turističkog vijeća održali su **7 sjednica Turističkog vijeća** TZ Kvarnera. Na sjednicama Turističkog vijeća TZ Kvarnera, uz rasprave i usvajanja raznih materijala i dokumenata, raspravljalo se i o aktualnim temama, s posebnim naglaskom u 2020. godini na krizu uzrokovanu pandemijom virusa COVID-19, zatim o mjerama štednje, o marketinškoj kampanji kao alatu za poboljšanje turističke sezone, praćenju tijeka sezone i financijskog poslovanja, plana promocije, razvijanje marketing brendova i dr.

Kroz točku dnevnog reda „Izvještaj o realizaciji odluka s prethodne sjednice Turističkog vijeća“ koja je dijelom svake sjednice, direktorica Turističkog ureda, dr.sc. Irena Peršić Živadinov daje pregled odrađenih zaključaka, te presjek ostalih aktivnosti i poslova koje je odradila TZ Kvarnera, a u razdoblju između dvije sjednice Turističkog vijeća TZ Kvarnera. Na taj način su članovi Turističkog vijeća kontinuirano obaviješteni o poslovanju i aktivnostima u TZ Kvarnera.

Za svaku sjednicu se pripremaju materijali i pravodobno dostavljaju putem e-maila članovima Turističkog vijeća, a na samoj sjednici se uručuje tiskani materijal. Za svaku točku dnevnog reda postoji obrazloženje točke (kratak rezime), te prijedlog zaključka.

4.7.3. INFO PUNKTOVI: KVARNER INFO I INFO PUNKT NA ZRAČNOJ LUCI RIJEKA

4.7.3.1. Kvarner info - Vrata Jadrana

Info punkt „Kvarner info - Vrata Jadrana“ (kao sastavni dio TZ Kvarnera) djeluje već neprekidno više od 15 godina. U 2020. godini nastavila se suradnja 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.

Ukupno je na Kvarner info punktu podijeljeno oko 3.000 primjeraka tiskanog promo materijala (u izdanju TZ Kvarnera, lokalnih turističkih zajednica, te gospodarskih subjekata s područja Kvarnera).

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.

4.7.3.2. Info punkt na Zračnoj luci Rijeka

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

Putnici su se shodno okolnostima uzrokovanim pandemijom virusa COVID-19, minimalno zadržavali u zračnoj luci, te više koristili usluge taksija nego javnog gradskog prijevoza. Pitanja su bila usmjerena pretežno na osamljene plaže u svrhu poštivanja potrebne distance, biciklizam te pješaćenje, zatim što vidjeti i koje znamenitosti posjetiti te gastronomiju. Manji broj upita odnosio se na trajektne i autobusne linije.