



# **IZVJEŠĆE O IZVRŠENJU PROGRAMA RADA TZ KVARNERA ZA 2021. GODINU**



TURISTIČKA ZAJEDNICA  
**KVARNERA**  
*Raznolikost je lijepa*

Opatija, ožujak 2022. godine



## SADRŽAJ

<b>UVOD .....</b>	<b>5</b>
REZULTATI FIZIČKOG TURISTIČKOG PROMETA U RAZDOBLJU SIJEČANJ-PROSINAC 2021. GODINE .....	9
KAPACITETI ZA SMJEŠTAJ TURISTA NA KVARNERU .....	22
<b>1. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE.....</b>	<b>24</b>
1.1. IZRADA STRATEŠKIH / OPERATIVNIH / KOMUNIKACIJSKIH / AKCIJSKIH DOKUMENATA .....	24
1.1.1. Izmjene i dopune Strateškog plana razvoja turizma Kvarnera sa Strateškim i operativnim marketing planom 2016. – 2020. godine .....	24
1.1.2. Akcijski / operativni plan za razvoj gastronomije na području Kvarnera ..	25
1.1.3. Akcijski / operativni plan razvoja kulturnog turizma na području Kvarnera .....	25
1.2. ISTRAŽIVANJE I ANALIZA TRŽIŠTA .....	26
1.2.1. Anketiranje avio gostiju na zračnoj luci Rijeka .....	26
1.2.2. Provođenje istraživanja o zadovoljstvu posjetitelja i druga tržišna istraživanja s raznim partnerima.....	26
1.3. MJERENJE UČINKOVITOSTI PROMOTIVNIH AKTIVNOSTI.....	27
<b>2. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA .....</b>	<b>28</b>
2.1. IDENTIFIKACIJA I VREDNOVANJE RESURSA TE STRUKTURIRANJE TURISTIČKIH PROIZVODA .....	28
2.2. SUSTAVI OZNAČAVANJA KVALITETE TURISTIČKOG PROIZVODA .....	28
2.2.1. Kvarner Family - razvoj i brendiranje obiteljskog smještaja .....	28
2.2.2. Kvarner Gourmet i Kvarner Food – razvoj i brendiranje gastronomije.....	35
2.2.3. Kvarner Outdoor – razvoj i brendiranje aktivnog odmora .....	43
2.2.4. Kvarner Health and Wellbeing – razvoj i brendiranje zdravstvenog turizma .....	50
2.2.5. Kvarner Culture - razvoj i brendiranje kulturne ponude .....	60
2.2.6. Razvoj cruising-a.....	65
2.2.7. Brendiranje Kvarnera / Green Destination .....	66
2.3. PODRŠKA RAZVOJU TURISTIČKIH DOGAĐANJA.....	70
2.3.1. Potpore manifestacijama i projektima; javni poziv TZ Kvarnera .....	70

2.3.2. Poticanje i pomaganje razvoja turizma na području koja nisu turistički razvijena .....	70
2.3.3. Ostala manja sufinanciranja .....	71
2.4. Fond za turističke zajednice na turistički nedovoljno razvijenim područjima – razvoj i unapređenje Gorskog kotara .....	71
2.5. EU projekti .....	72
2.5.1. Arca Adriatica (traje do 31.12.2021.) .....	73
2.5.2. Putovima Frankopana (traje do 01.02.2021.) .....	80
2.5.3. UPREST (TRAJE DO 01.05.2024.) .....	84
<b>3. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE .....</b>	<b>86</b>
3.1. DEFINIRANJE <i>BRENDING</i> SUSTAVA I <i>BREND</i> ARHITEKTURE .....	86
3.2. OGLAŠAVANJE DESTINACIJSKOG BRANDA, TURISTIČKE PONUDE I PROIZVODA; MEDIA PLAN TZ KVARNERA .....	86
3.2.1. Media plan Tz Kvarnera – online / offline .....	86
3.2.2. Facebook profil - vođenje i promocija .....	88
3.2.3. Instagram profil - vođenje i promocija .....	91
3.2.4. Ostala oglašavanja .....	92
3.2.5. Ostale aktivnosti odnosa s javnošću/razne press konferencije .....	92
3.2.6. Newsletter/priopćenja za domaće tržište namijenjeno poslovnom okruženju .....	93
3.3. ODNOSI S JAVNOŠĆU (GLOBALNI I DOMAĆI PR) .....	94
3.3.1. Hrvatska .....	94
3.3.2. Njemačko govorno područje .....	95
3.3.3. Velika Britanija .....	98
3.3.4. Slovenija .....	99
3.3.5. Studijska putovanja predstavnika medija .....	100
3.4. MARKETINŠKE I POSLOVNE SURADNJE .....	102
3.4.1. Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora - udruženo oglašavanje - Javni poziv HTZ-a .....	102
3.4.2. Strateški projekti .....	102
3.5. SAJMOVI, PREZENTACIJE I POSLOVNE RADIONICE .....	106
3.5.1. Sajmovi .....	106
3.5.2. Presentacije .....	109

3.6. SURADNJA S ORGANIZATORIMA PUTOVANJA.....	117
3.6.1. Studijska putovanja agenata - BUY CROATIA radionice .....	117
3.6.2. Domaćinstvo Kvarnera 6. godišnjoj konferenciji ETC-a (European Travel Commision / Europska putnička komisija) .....	119
3.6.3. Prihvat snimanja reality show emisija .....	120
3.7. KREIRANJE PROMOTIVNOG MATERIJALA .....	121
3.7.1. Info brošura.....	121
3.7.2. Kvarner Magazin 2022. (njemačko i englesko izdanje) .....	121
3.7.3. Tisak i dotisak brošura .....	122
3.7.4. Grafičke pripreme brošura .....	122
3.7.5. Izrada suvenira i ostalog promotivnog materijala .....	123
3.7.6. Video materijal.....	124
3.8. INTERNETSKE STRANICE.....	124
3.8.1. Web portal www.kvarner.hr - priprema za HTZ-ovu integraciju .....	124
3.8.2. Održavanje web portala .....	125
3.9. KREIRANJE I UPRAVLJANJE BAZAMA TURISTIČKIH PODATAKA .....	127
3.9.1. „Visit Kvarner - digitalna turistička destinacijska platforma“/projekt „PGŽ – pametna regija" u suradnji s JU Razvojna agencija Primorsko-goranske županije .....	127
3.9.2. Otkup fotografija .....	130
3.9.3. Priprema, sortiranje i slanje podataka o turističkoj ponudi na području destinacije u HTZ.....	130
3.10. TURISTIČKO-INFORMATIVNE AKTIVNOSTI.....	131
3.10.1. Kvarner Info – Vrata Jadrana .....	131
3.10.2. Kvarner Info – Zračna luka Rijeka.....	132
<b>4. DESTINACIJSKI MENADŽMENT .....</b>	<b>134</b>
4.1. TURISTIČKI INFORMACIJSKI SUSTAVI I APLIKACIJE/EVISITOR .....	134
4.2. STRUČNI SKUPOVI I EDUKACIJE .....	134
4.3. KOORDINACIJA I NADZOR.....	135
4.3.1. Koordinacija direktora TZ-a i aktivnosti djelovanja TZ Kvarnera u sustavu TZ-a.....	135
4.3.2. Aktivnosti koordinacije s predstavnicima gospodarskih subjekata .....	136
4.3.3. Koordinacije s ostalim subjektima.....	137

4.4. UPRAVLJANJE KVALITETOM U DESTINACIJI – KVARNERSKI DAN TURIZMA ...	138
4.5. POTICANJE NA OČUVANJE I UREĐENJE OKOLIŠA .....	140
<b>5. ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA.....</b>	<b>141</b>
5.1. MEĐUNARODNE STRUKOVNE I SL. ORGANIZACIJE .....	141
5.2. DOMAĆE STRUKOVNE I SL. ORGANIZACIJE .....	141
<b>6. ADMINISTRATIVNI POSLOVI .....</b>	<b>142</b>
6.1. PLAĆE .....	144
6.2. MATERIJALNI TROŠKOVI .....	144
6.3. TIJELA TURISTIČKE ZAJEDNICE .....	145
<b>7. REZERVA .....</b>	<b>146</b>
<b>FINANCIJSKI REZULTAT TZ KVARNERA ZA 2021. GODINU .....</b>	<b>147</b>
<b>ZADUŽENJA I UPLATE, te POTRAŽIVANJA TURISTIČKE PRISTOJBE 2021. i prethodnih godina .....</b>	<b>156</b>

## UVOD

Druga pandemijska godina za redom ostat će zapamćena u svim djelatnostima, ali sigurno je malo onih u kojima je utjecaj nastavka pandemije bio tako ogroman kao u turizmu. Nakon prvog šoka u 2020. godini, godini kada je turizam bio na koljenima u cijelom svijetu, 2021. godina bila je „obojana“ razočaranjem da se pandemija nastavila i nije se stišala, da se potpuna neizvjesnost nastavila, a istovremeno, na optimističnoj strani s time da se turizam strelovitom brzinom prilagođavao i ipak dobio poticaj od toga da je pomogla procijepljenost gostiju i domaćina, da je pandemija imala oscilacije po razdobljima uspona i padova, a tako se otprilike kretao i turistički promet na Kvarneru, te na kraju rezultirao odličnim rezultatima. Ponovno se dokazalo koliko je turizam osjetljiva gospodarska grana i koliko na turizam utječe sve, a kamoli restrikcije u putovanjima uzrokovane zdravstvenim razlozima. Na izazove poslovanja u 2021. godini kvarnerski turistički sektor odgovarao je ulaganjima u kvalitetu koja su doprinijela odličnim rezultatima.

Uslijed promijenjenih poslovnih okolnosti, nastavile su se promjene na emitivnim tržištima, promjene u trendovima potražnje, motivima i preferencija gostiju, a prema tome i potrebe djelovanja TZ Kvarnera prema tržišnim segmentima, nišama i prema proizvodnim segmentima.

S obzirom na pad iz 2020. godine, te stremljenje povratku na rezultate rekordne 2019. godine TZ Kvarnera planirala je za 2021. godinu ostvarenje 70% fizičkog prometa iz 2019. godine. Razlozi za oprezno planiranje bili su u neizvjesnosti razvoja situacije oko nastavka pandemije i mogućnostima putovanja, ali i u zakonskom okviru, sukladno kojem su umanjeni prihodi iz osnova turističke pristojbe i turističke članarine.

Ukratko, lanjska je godina ponovno bila sve samo ne predvidljiva, predsezona gotovo da i nije bilo, ljeto je bilo iznad očekivanja, a i posezona je bila dobra. Unatoč svemu, realizirano je 2,35 milijuna turističkih dolazaka i 15,2 milijuna noćenja, što je 80% fizičkog turističkog prometa iz rekordne 2019. godine, a to je 10% iznad plana.

S obzirom da je cijela 2021. godina (kao i 2020-ta) bila obilježena dinamikom nastavka pandemije, u fokusu je bila suradnja TZ Kvarnera s zdravstvenim sektorom u vidu osiguravanja epidemioloških uvjeta i uvjeta za omogućavanje putovanja. Također, može se reći da je cijeli, ostvareni turistički promet u 2021. godini realiziran upravo zahvaljujući sigurnosti sanitarno-zdravstveno-epidemioloških uvjeta.

Ovaj Izvještaj o radu detaljno opisuje glavninu odrađenih aktivnosti tijekom cijele 2021. godine, a ovdje ističemo i donosimo presjek najvažnijih:

- ⇒ ostvareno 2,35 milijuna dolazaka i 15,19 milijuna noćenja (16% domaći, 84% strani gosti); 62% više u dolascima i 38% više u noćenjima u odnosu na isto razdoblje 2020. godine, a u usporedbi s 2019. godinom, ostvareno je 76% dolazaka i 80% noćenja,

- ⇒ neovisno o vrsti smještaja, smještaj više kategorije zabilježio je više ostvarenih noćenja,
- ⇒ započet je postupak izrade novih strateških dokumenata za područje Primorsko-goranske županije tj. Kvarnera: Strategija razvoja turizma Kvarnera do 2030. godine s Akcijskim planom razvoja turizma 2021. – 2027. godine., dok je uslijed nastavka pandemije do kraja 2021. godine bilo produženo važenje Strateškog plana razvoja turizma Kvarnera sa Strateškim i operativnim marketing planom 2016. – 2020.
- ⇒ proizvodni brendovi TZ Kvarnera:
  - Kvarner Family – uz razvoj i promociju brenda, naglasak je bio na online edukacijama iznajmljivača te su organizirane 4 radionice, za više od 600 iznajmljivača, izrađeni su razni promotivni materijali, među kojima i posebna „Kvarner Family razglednica“ distribuirana iznajmljivačima kako bi ih slali svojim gostima kao podsjetnik na destinaciju. Za istaknuti je i Pet friendly vodič „Šapicama po Primorsko-goranskoj županiji“ koji je objavila PGŽ,
  - Kvarner Gourmet i Kvarner Food – promocija gastronomije odvijala se kontinuirano, a 2021. godinu obilježilo je dodavanje još jednog brenda u cilju promocije autohtonih vinskih sorti i kvarnerskih vina, pod nazivom Kvarner Wines, u suradnji s udruženjem Vina Kvarnera, koje obuhvaća 10 lokalnih vinarija. Na Kvarneru su 2 nova Michelin restorana u 2021. godini, ukupno 3 na Kvarneru, 2 nova JRE restorana uz prethodna 3, ukupno 5 JRE restorana, više od 30 oznaka Gault&Millau. TZ Kvarnera bila je suorganizatorom spektakularnog JRE Talent & Passion događanja „Hodaj, slušaj, kušaj Mošćenice“. Održane su 2 tematske online prezentacije za slovensko tržište,
  - Kvarner Outdoor - daljnji razvoj projekta sukladno Operativnom planu razvoja cikloturizma na području Kvarnera, održana edukacija za biciklističke vodiče, zatim u suradnji TZ Kvarnera i organizatora održana međunarodna biciklistička utrka „CroRace“, biciklistička utrka „4 islands - MTB stage race“, Croatia Adventure Race, Gorski kotar Bike Tour, zatim su održani tenis turniri, trail utrke i razna druga sportska događanja, među kojima i događanja u dijelu auto-moto sportova na automotodromu Grobnik. Destinacija se nastavlja brendirati kao diving destinacija.
  - Kvarner Health and Wellbeing - razvoj i brendiranje zdravstvenog turizma bilo je podređeno prilagodbi pandemiji i kreiranju i promociji programa za oporavak od COVID-19, te isticanja Kvarnera kao destinacije zdravlja. Intenzivna je bila suradnja sa zdravstvenim ustanovama i Klasterom za zdravstveni turizam na Kvarneru, a održano je nekoliko virtualnih prezentacija za njemačko tržište, zatim prisustvovanje poslovnim radionicama, podrška znanstvenim konferencijama, prihvatanje studijskih grupa i brojne druge aktivnosti,

- Kvarner Culture - brendiranje i promocija ponude kulturnog turizma velikim dijelom provodilo se kroz EU projekte, kako aktualne, tako i kroz implementaciju stvorenih vrijednosti i turističkih proizvoda iz završenih EU projekata. Nadalje TZ Kvarnera bila je suorganizatorom filmskih festivala i manifestacija od značaja za kulturni turizam Kvarnera,
- Brendiranje Kvarnera / Green Destination - jedna od najaktualnijih tema u turističkom sektoru je održivi razvoj turizma u smislu energetske učinkovitosti u velikim hotelskim kućama, pa je na tu temu TZ Kvarnera s FMTU organizirala stručni susret / okrugli stol pod nazivom „Kvarner - održiva turistička destinacija“.

⇒ ostale aktivnosti:

- TZ Kvarnera sufinancirala je brojna događanja, manifestacije i projekte na Kvarneru u cilju poboljšanja i obogaćivanja boravka gostiju u destinaciji
- EU projekti - aktivno cijelu 2021. godinu radilo se na projektu Arca Adriatica, na dovršetku projekta kulturno turistička ruta „Putovima Frankopana“ te na implementaciji stečenih vrijednosti iz projekata Mala barka, Mala barka 2, Claustra+, ArtVision+,
- provedeno je opsežno online/offline oglašavanje po media planu TZ Kvarnera, te brojna ostala oglašavanja,
- provedeno je i oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora - udruženo oglašavanje (prema javnom pozivu HTZ-a),
- provedene su aktivnosti strateških projekata - aktivnosti avio suradnje 2021
- kontinuirano su (iz ureda TZ Kvarnera) vođene društvene mreže Facebook i Instagram,
- vođene su PR kampanje za slovensko tržište, te za Veliku Britaniju/englesko govorno područje, te za njemačko govorno područje,
- organiziran je prihvrat studijskih grupa predstavnika medija i agenata
- sajmovi, prezentacije i poslovne radionice odrađene su sukladno mogućnostima vezanim uz epidemiološke mjere, većinom online,
- kreirana i predstavljena je nova mobilna aplikacija TZ Kvarnera - „Visit Kvarner - digitalna turistička destinacijska platforma“, vodič po regiji,
- Info punkt „Kvarner Info - Vrata Jadrana“ (kao sastavni dio TZ Kvarnera) djeluje već više od 17 godina, pa je tako i 2021. godine radio kontinuirano i zabilježio povećan broja posjeta,
- putem turističkog informacijskog sustava eVisitor TZ Kvarnera redovito prati podatke o turističkom prometu ostvarenom na području Kvarnera,
- upravljanje destinacijom kroz koordinacije direktora TZ-a i aktivnosti djelovanja TZ Kvarnera u sustavu TZ-a, u 2021. godini održano je 7 sastanaka koordinacije, a TZ Kvarnera davala je mišljenja na godišnje programe rada lokalnih TZ-a, te prema zahtjevu i traženju pružala stručnu i svaku drugu pomoć lokalnim turističkim zajednicama,



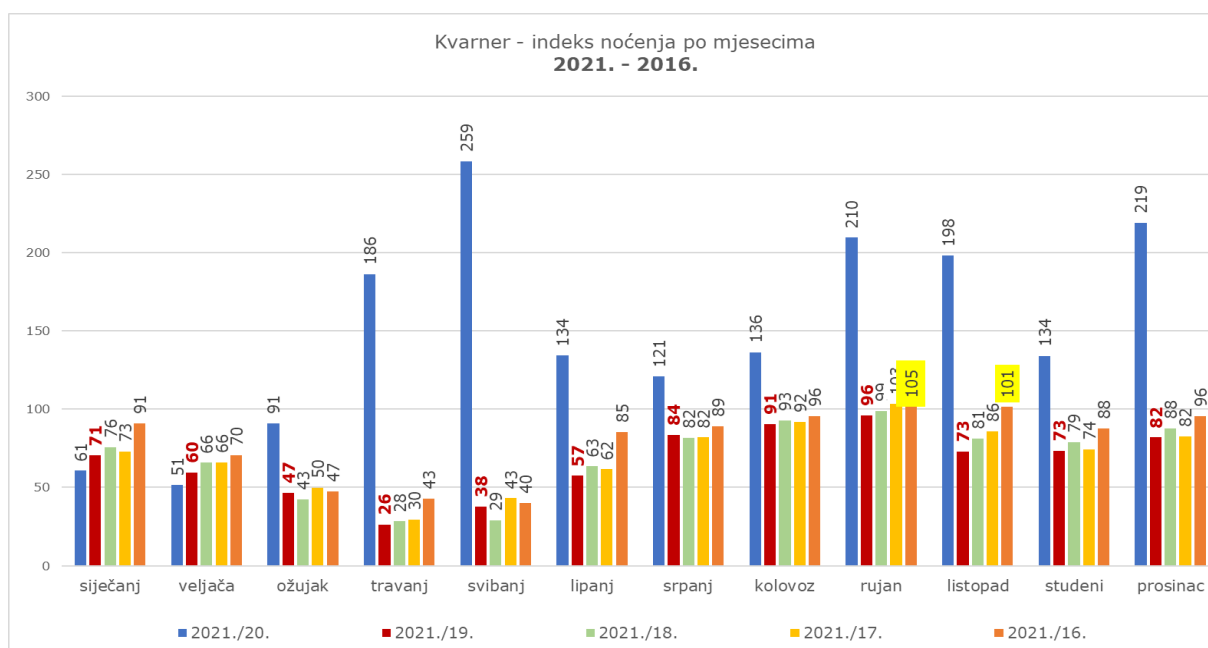
- održane su koordinacije s predstavnicima turističkog gospodarstva na temu turističkih kretanja tijekom 2021. i očekivanja za 2022. godinu, te zajedničke aktivnosti i suradnja s Zračnom lukom Rijeka na povratku avio prometa,
- održane su sjednice tijela koja upravljaju radom TZ Kvarnera: 2 sjednice Skupštine, 5 sjednica Turističkog vijeća, 1 sjednica Poslovnog odbora
- TZ Kvarnera provela je i izbor „Čovjek - ključ uspjeha, djelatnik godine“, te je u 21 kategoriji priznanje dobilo čak 26 djelatnika, među kojima je 5 kvarnerskih djelatnika dobilo priznanje i na nacionalnoj razini
- te mnoge druge...

Bez kvalitetne suradnje TZ Kvarnera sa svim navedenim dionicima i posebice s tijelima TZ Kvarnera zaduženim za ključne odluke, bez pravodobnih reakcija na izazove, bez potpune usredotočenosti na pandemijske uvjete u kojima se odvija turizam, bez komunikacije s gostima, uspješni rezultati iz 2021. godine ne bi bili ostvarivi, te se TZ Kvarnera zahvaljuje svima.

**REZULTATI FIZIČKOG TURISTIČKOG PROMETA U RAZDOBLJU SIJEČANJ-  
PROSINAC 2021. GODINE**

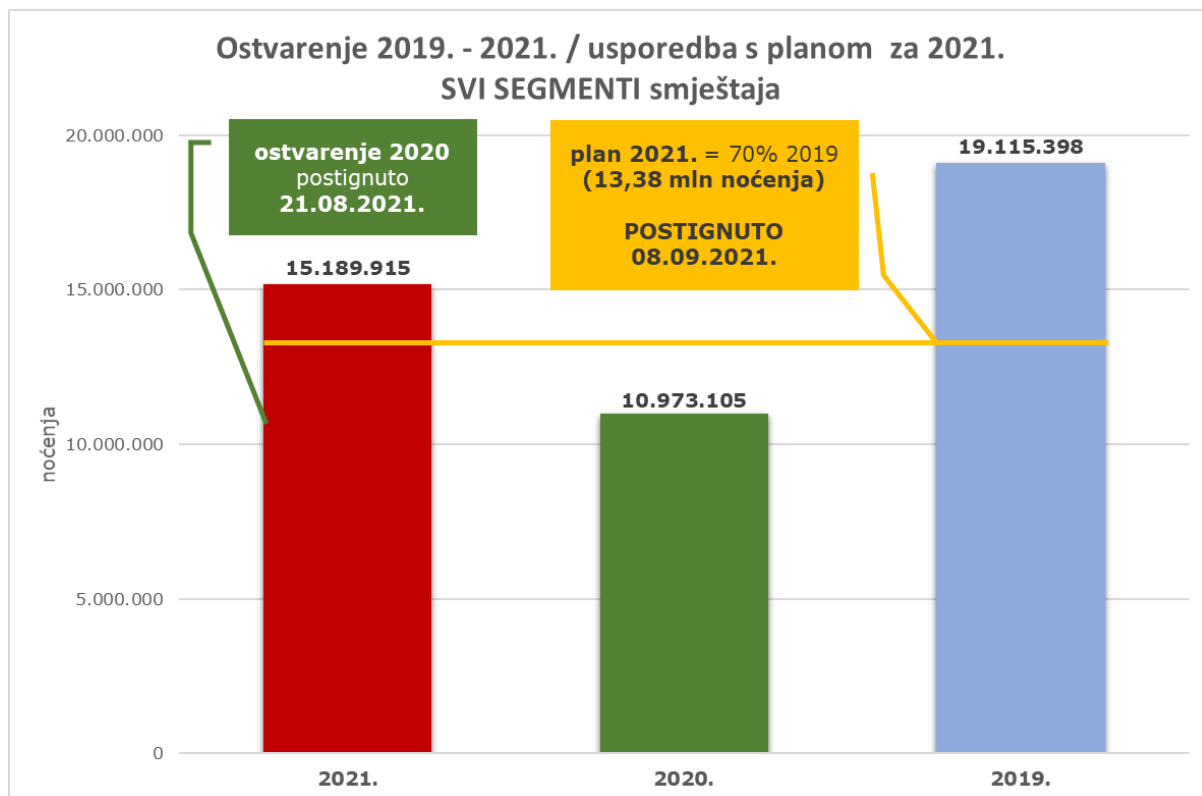
U 2021. godini na Kvarneru je ostvareno 2,35 milijuna dolazaka i 15,19 milijuna noćenja što predstavlja rast od 62% u dolascima i 38% u noćenjima u odnosu na isto razdoblje 2020. Iako su 2021. kumulativno ostvareni bolji rezultati nego 2020., kao mjerodavna za usporedbu se uzima 2019. koja je bila posljednja godina „prije Covida“, a za Kvarner ujedno i rekordna. U usporedbi s 2019., ostvareno je 76% dolazaka i 80% noćenja. Tablica prikazuje podatke po mjesecima i usporedbu s istim razdobljima za prethodnih pet godina.

Razdoblje	DOLASCI	NOĆENJA	Indeks									
			2021/20		2021/19		2021/18		2021/17		2021/16	
			DoI.	Noć.	DoI.	Noć.	DoI.	Noć.	DoI.	Noć.	DoI.	Noć.
I/2021	16.000	61.000	59	61	69	71	68	76	72	73	81	91
II/2021	18.000	57.000	48	51	56	60	62	66	60	66	60	70
III/2021	20.500	73.000	155	91	38	47	34	43	39	50	39	47
IV/2021	35.500	128.000	1962	186	22	26	24	28	25	30	34	43
V/2021	70.000	288.000	351	259	34	38	28	29	38	43	36	40
VI/2021	300.000	1.540.000	142	134	58	57	66	63	65	62	87	85
<b>PREDESEZONA</b>	<b>460.000</b>	<b>2.147.000</b>	<b>148</b>	<b>132</b>	<b>47</b>	<b>50</b>	<b>47</b>	<b>51</b>	<b>51</b>	<b>55</b>	<b>62</b>	<b>69</b>
VII/2021	670.000	4.700.000	134	120	90	83	88	82	85	82	92	89
VIII/2021	735.000	5.645.000	147	136	87	90	95	92	96	92	99	95
<b>SEZONA</b>	<b>1.405.000</b>	<b>10.345.000</b>	<b>141</b>	<b>128</b>	<b>89</b>	<b>87</b>	<b>91</b>	<b>87</b>	<b>90</b>	<b>87</b>	<b>95</b>	<b>92</b>
IX/2021	307.000	2.091.000	322	208	93	95	89	98	102	103	98	104
X/2021	105.000	390.000	340	199	76	73	84	81	87	86	94	102
XI/2021	33.000	105.000	220	134	77	74	78	79	85	74	81	88
XII/2021	40.000	112.000	356	219	92	82	93	88	100	82	107	96
<b>POSEZONA</b>	<b>485.000</b>	<b>2.698.000</b>	<b>320</b>	<b>204</b>	<b>88</b>	<b>90</b>	<b>88</b>	<b>94</b>	<b>98</b>	<b>98</b>	<b>97</b>	<b>103</b>
<b>2021</b>	<b>2.350.000</b>	<b>15.190.000</b>	<b>162</b>	<b>138</b>	<b>76</b>	<b>80</b>	<b>77</b>	<b>80</b>	<b>80</b>	<b>82</b>	<b>87</b>	<b>90</b>



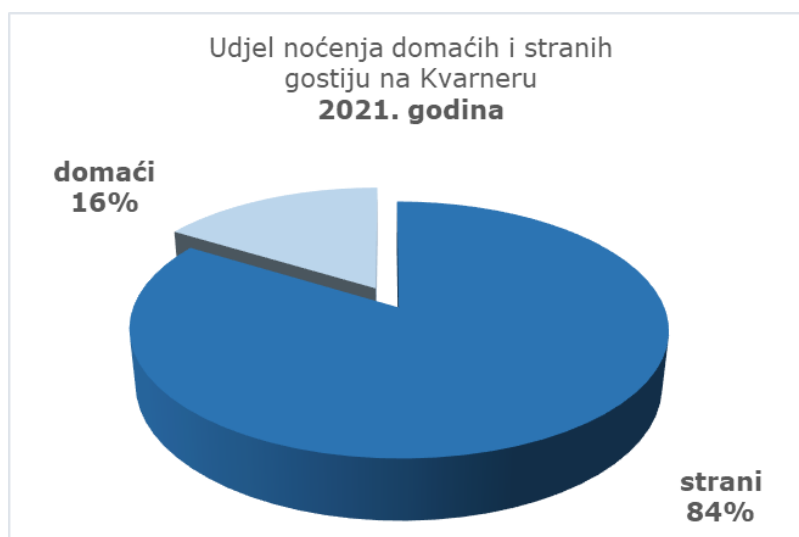
Izvor: eVisitor, stanje na 13.01.2022

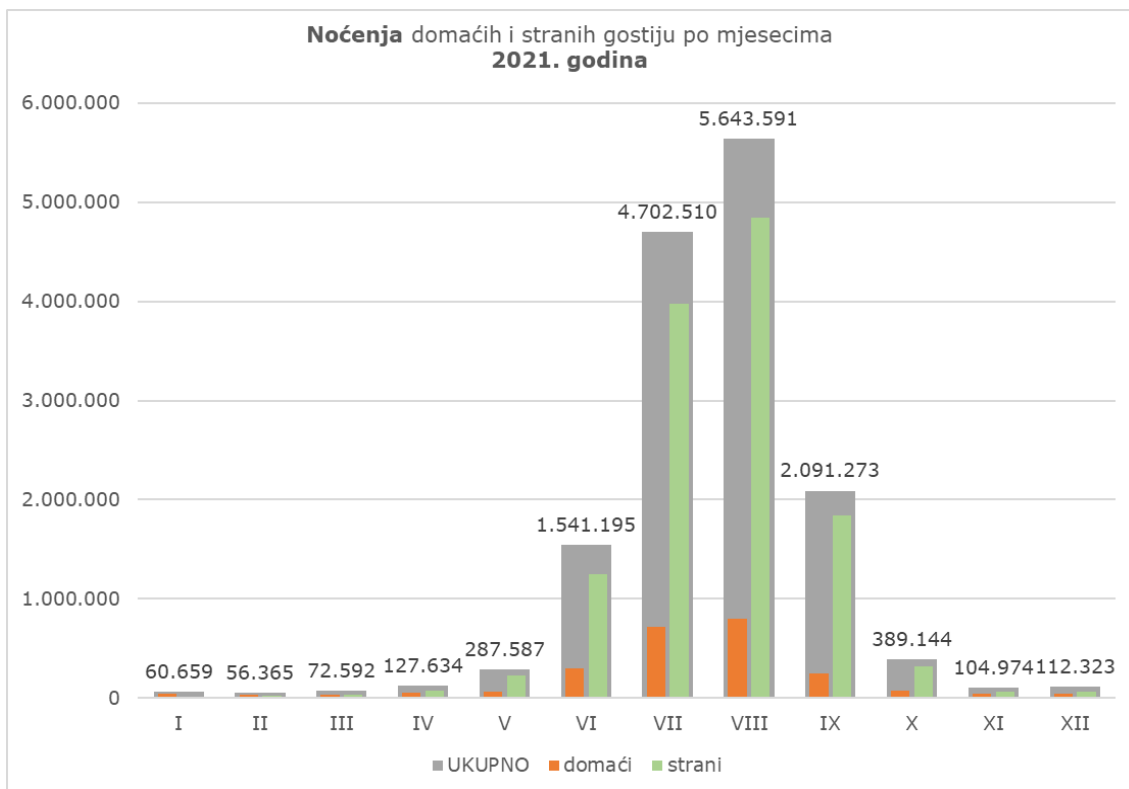
Do 21. kolovoza 2021. (15. kolovoza za komercijalne) godine ostvaren je isti broj noćenja kao tijekom cijele 2020. godine, a za 2021. planiranih 13,3 milijuna noćenja, što predstavlja 70% noćenja iz 2019. godine, ostvareno je do 8. rujna 2021. (6. rujna za komercijalne).



Izvor: eVisitor, stanje na 14.01.2022.

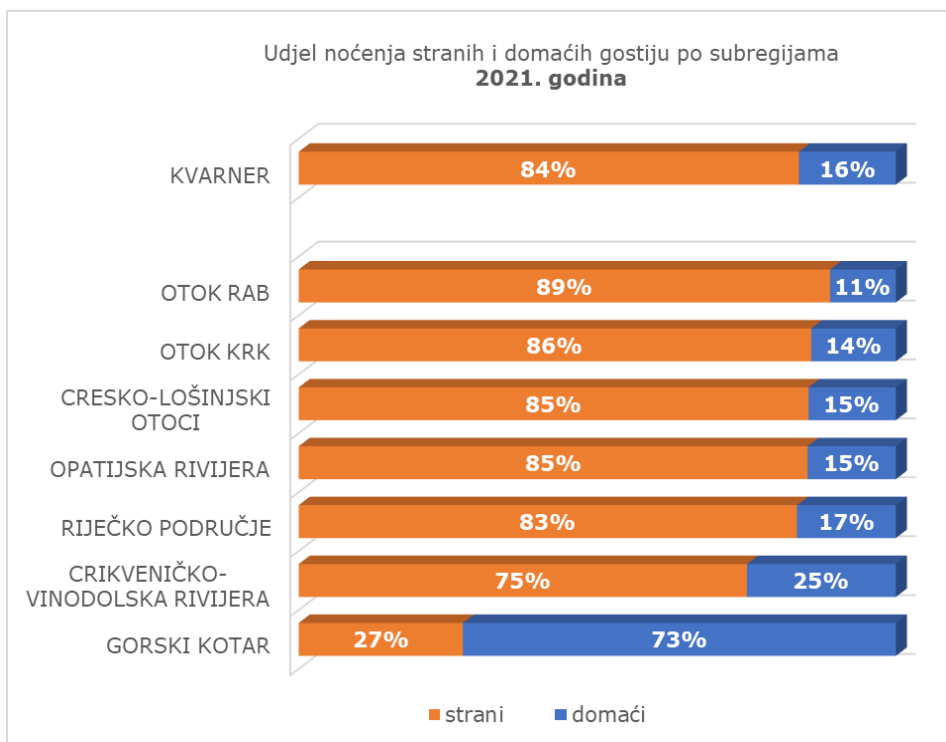
**Domaći** gosti su ostvarili 423.000 dolazaka i 2.467.000 noćenja (4% više u odnosu na 2020. i 83% noćenja u odnosu na 2019.), a **strani** 1.927.000 dolazaka i 12.723.000 noćenja (48% više u odnosu na 2020. i 79% noćenja u odnosu na calc2019.). Izraženo u postocima, na domaće goste otpada 16%, a na strane 84% od ukupnog broja noćenja.





Izvor: eVisitor, stanje na 13.01.2022.

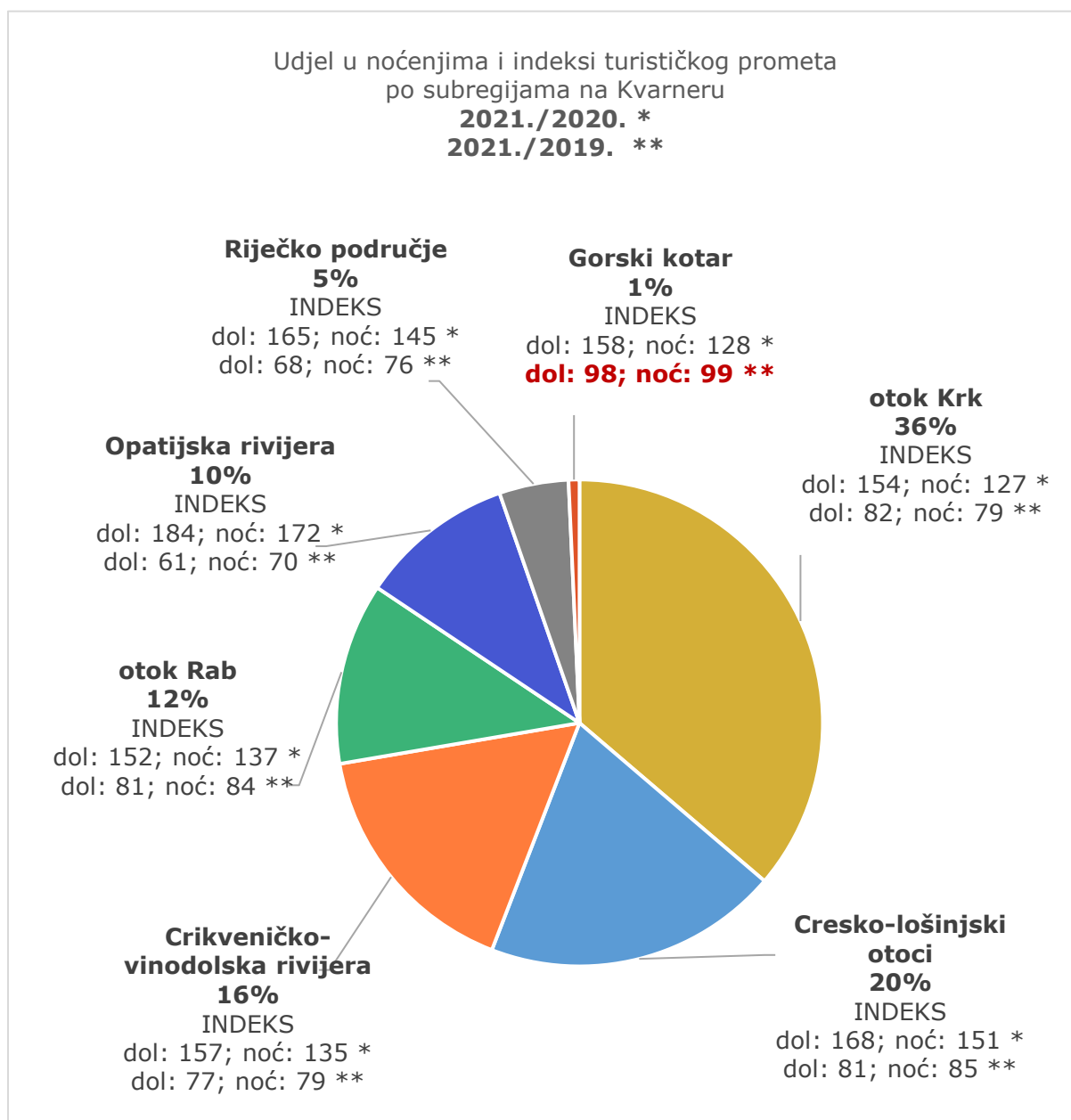
S obzirom na udjel noćenja u pojedinoj subregiji, domaći gosti su najzastupljeniji u Gorskom kotaru, a najmanje su zastupljeni na otoku Rabu.



Izvor: eVisitor, stanje na 13.01.2022.

### Po subregijama:

- otok Krk je ostvario najveći broj noćenja: 5,5 milijuna, što iznosi 36% ukupnog udjela u noćenjima ostvarenim na Kvarneru u 2021. godini
- Cresko-lošinjski otoci: 3 milijuna noćenja; udjel 20%
- Crikveničko-vinodolska rivijera: 2,5 milijuna noćenja; udjel 16%
- otok Rab: 1,8 milijuna noćenja; udjel 12%
- Opatijska rivijera: 1,6 milijuna noćenja; udjel 10%
- Riječko područje: 700.000 noćenja; udjel 5%
- te Gorski kotar: 110.000 noćenja; udjel od 1% u noćenjima

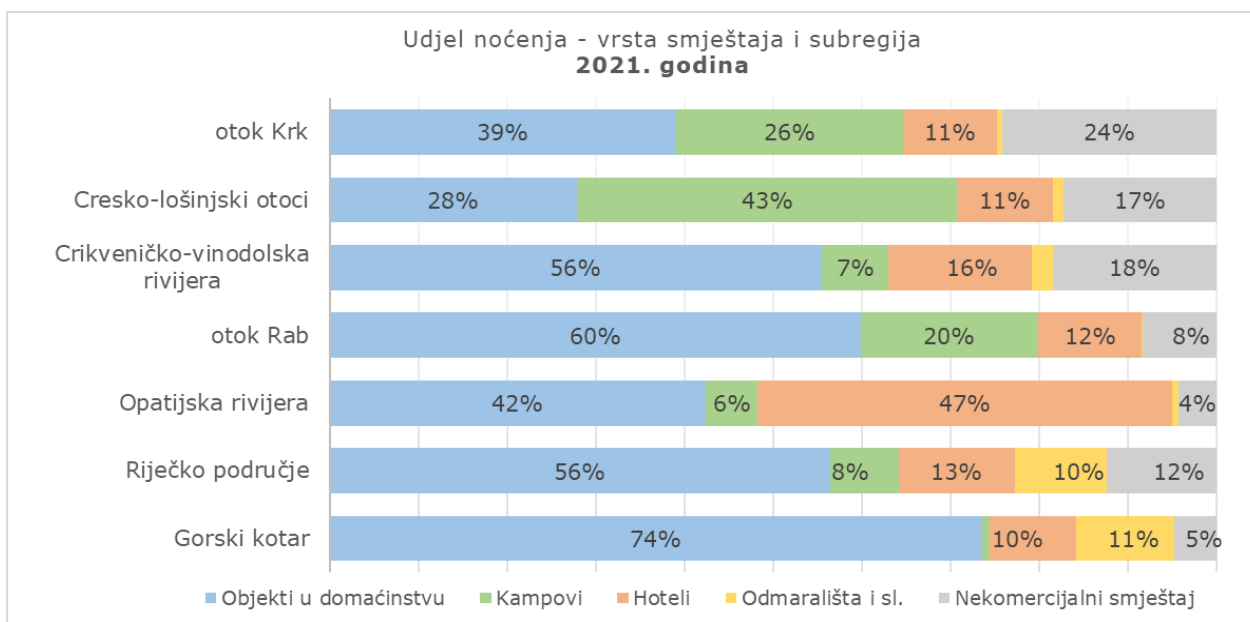


Izvor: eVisitor, stanje na 13.01.2022.

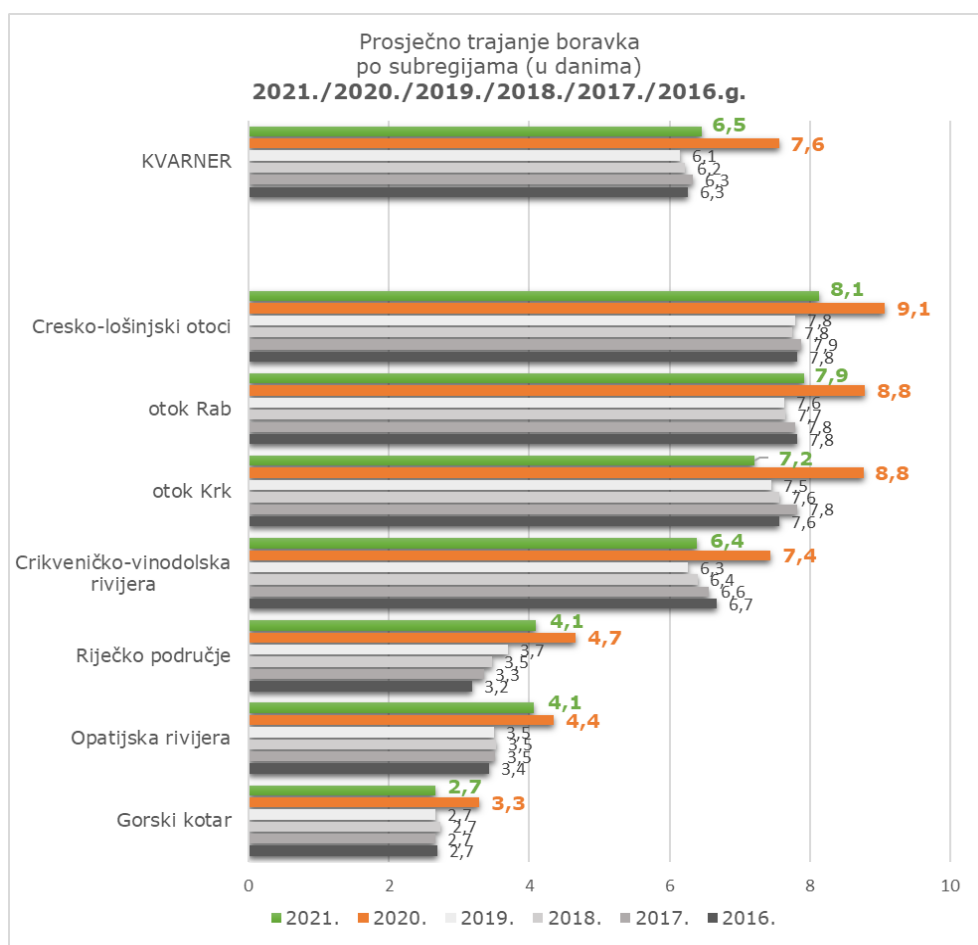


Vrijeme ažurnosti podataka: 14.1.2022. 8:13  
 Razdoblje: 01.01.2021. - 31.12.2021.

Kvarner - SUBREGIJE - noćenja po razdobljima (komercijalni i nekomercijalni smještaj)																									
RAZDOBLJE	OPATIJSKA RIVIJERA		RIJEČKO PODRUČJE		CRIKVA-VIN. RIVIJERA		OTOK KRK		CRESKO-LOŠINJSKI OTOCI		OTOK RAB		GORSKI KOTAR		UKUPNO										
	2021.	2021./2020.	2021.	2021./2020.	2021.	2021./2020.	2021.	2021./2020.	2021.	2021./2020.	2021.	2021./2020.	2021.	2021./2020.	2021.	2021./2020.									
I.	15.755	45	54	13.166	47	52	4.183	60	68	7.739	96	100	4.345	36	52	876	59	52	14.595	165	193	60.659	61	71	
I. (%)	26%	75	77	22%	78	73	7%	99	96	13%	158	142	7%	60	73	1%	98	73	24%	272	274				
II.	18.685	44	51	13.308	43	47	4.069	45	62	7.583	75	93	5.329	52	69	913	69	62	6.478	118	121	56.365	51	60	
II. (%)	33%	85	85	24%	84	79	7%	88	103	13%	147	156	9%	101	116	2%	135	105	11%	230	204				
III.	24.738	136	36	15.631	90	48	6.866	58	43	12.576	71	77	7.786	92	46	2.163	71	100	2.832	82	81	72.592	91	47	
III. (%)	34%	150	78	22%	99	104	9%	64	92	17%	78	164	11%	102	99	3%	78	214	4%	90	174				
IV.	30.516	306	23	16.717	152	36	14.063	128	28	32.485	139	23	24.466	410	27	6.063	216	25	3.324	75	59	127.634	186	26	
IV. (%)	24%	164	88	13%	82	139	11%	69	107	25%	75	89	19%	220	104	5%	116	94	3%	40	225				
V.	48.125	365	30	22.549	180	40	30.518	184	34	97.069	230	39	60.565	357	44	24.979	437	40	3.782	94	55	287.587	259	38	
V. (%)	17%	141	81	8%	70	106	11%	71	90	34%	89	103	21%	138	117	9%	169	106	1%	36	147				
VI.	152.528	179	54	53.565	138	52	219.868	148	52	610.090	123	60	320.241	135	62	176.921	132	54	7.982	111	71	1.541.195	134	57	
VI. (%)	10%	133	93	3%	103	91	14%	110	90	40%	91	104	21%	100	108	11%	98	94	1%	83	123				
I.-VI.	290.347	142	41	134.936	98	46	279.567	137	47	767.542	128	53	422.732	145	55	211.915	143	51	38.993	117	97	2.146.032	133	50	
I.-VI. (%)	14%	107	81	6%	74	92	13%	103	93	36%	97	106	20%	109	108	10%	108	101	2%	88	193				
VII.	378.731	141	82	170.849	140	81	825.740	122	81	1.771.933	114	83	923.907	127	88	615.055	117	85	16.295	129	79	4.702.510	121	84	
VII. (%)	8%	116	98	4%	116	97	18%	101	97	38%	94	99	20%	105	105	13%	97	101	0%	107	94				
VIII.	495.006	164	92	227.838	162	93	1.045.855	132	90	2.021.406	124	86	1.085.724	152	95	741.252	136	95	26.510	142	109	5.643.591	136	91	
VIII. (%)	9%	120	101	4%	119	103	19%	97	100	36%	91	95	19%	112	105	13%	100	105	0%	104	121				
VII.-VIII.	873.737	153	87	398.687	152	88	1.871.595	128	86	3.793.339	119	85	2.009.631	139	91	1.356.307	127	90	42.805	137	95	10.346.101	129	87	
VII.-VIII. (%)	8%	119	100	4%	118	100	18%	99	98	37%	92	97	19%	108	105	13%	98	103	0%	106	109				
IX.	222.243	310	88	81.503	247	103	282.990	186	89	799.876	180	94	453.445	241	103	242.929	235	103	8.287	142	95	2.091.273	210	96	
IX. (%)	11%	148	92	4%	118	108	14%	89	93	38%	86	98	22%	115	108	12%	112	108	0%	68	99				
X.	97.456	331	66	35.868	175	86	41.415	186	65	119.704	164	68	69.577	192	97	18.112	194	69	7.012	129	104	389.144	198	73	
X. (%)	2%	243	73	1%	128	95	1%	136	71	2%	120	76	1%	141	108	0%	142	76	0%	95	114				
XI.	38.110	228	71	24.576	152	82	13.155	160	80	12.385	66	56	10.552	93	74	1.617	58	71	4.579	109	108	104.974	134	73	
XI. (%)	36%	170	97	23%	113	112	13%	119	109	12%	49	76	10%	70	100	2%	43	97	4%	81	147				
XII.	40.801	327	76	24.656	197	87	9.963	223	90	13.436	141	103	13.301	249	67	2.420	163	52	7.814	147	123	112.391	220	82	
XII. (%)	36%	149	93	22%	90	106	9%	101	109	12%	64	126	12%	113	82	2%	74	63	7%	67	150				
IX.-XII.	398.610	306	79	166.603	202	93	347.523	185	85	945.401	173	89	546.875	227	100	265.078	227	99	27.692	133	106	2.697.782	204	90	
IX.-X. (%)	15%	150	87	6%	99	103	13%	91	94	35%	85	99	20%	111	111	10%	111	109	1%	65	118				
I.-XII.	1.562.694	172	70	700.226	145	76	2.498.685	135	79	5.506.282	127	79	2.979.238	151	85	1.833.300	137	84	109.490	128	99	15.189.915	138	80	
I.-XII. (%)	10%	125	89	5%	105	95	16%	97	99	36%	92	99	20%	109	107	12%	99	105	1%	92	124				



U 2020. godini je bilo osjetno produženo **prosječno trajanje boravka** gostiju i to na svim subregijama. Tijekom 2021. brojke su se velikim dijelom „vratile na staro“. Ako se u obzir ne uzima 2020ta možemo reći da su se nastavili trendovi iz prethodnih godina uz iznimku Opatijske rivijere na kojoj je trajanje boravka u 2021. za 0,6 dana duže nego 2019. godine.





**Po tržištima:** Najveći broj **inozemnih** noćenja na Kvarneru u 2021. godini ostvarili su gosti iz Njemačke (36%), slijede gosti iz Slovenije (18%), Austrije (11%), Češke i Mađarske (po 5%), Poljske i Italije (po 4%) te Slovačke (3%).

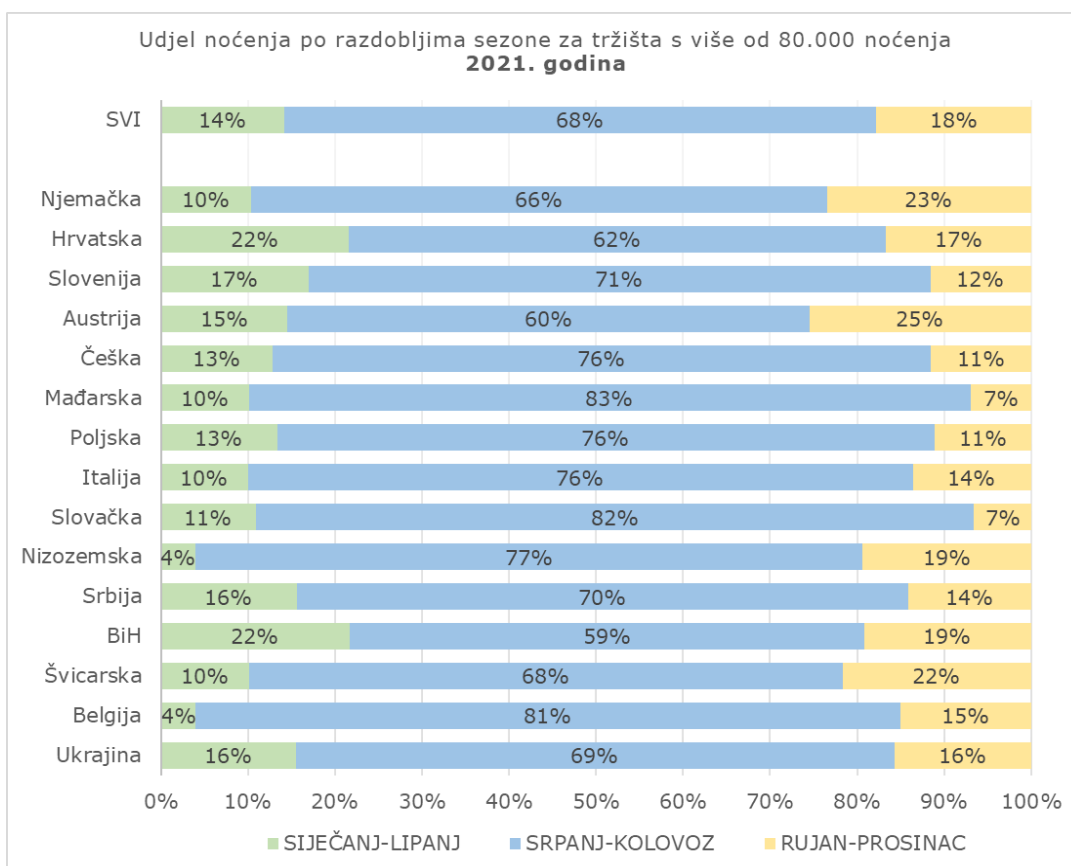
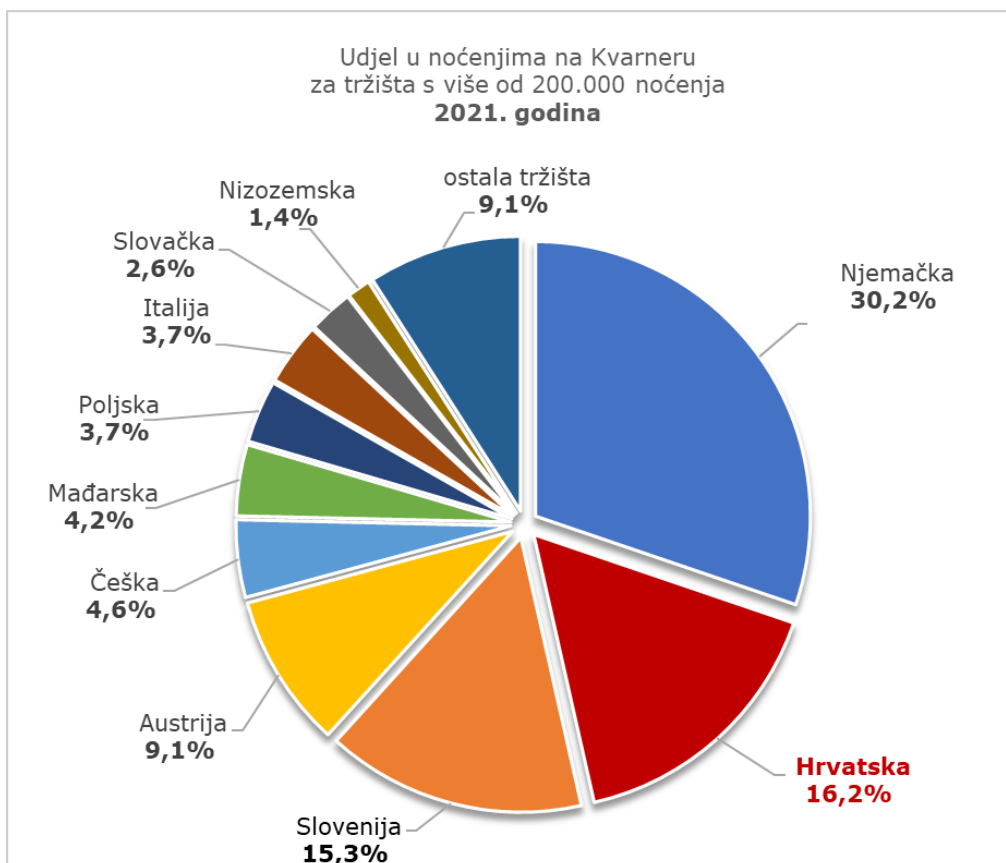
**Njemačka, Češka i Poljska** su tržište koja su u sezoni i posezoni ostvarila čak **više noćenja nego u istim razdobljima 2019. godine**, a kumulativno su se najviše približili rezultatu iz 2019. godine.

Vrijeme ažurnosti podataka: 14.1.2022. 8:13

**Razdoblje: 01.01.2021. - 31.12.2021.**

Kvarner - TOP TRŽIŠTA - noćenja po razdobljima (komercijalni i nekomercijalni smještaj)												
RAZDOBLJE	NJEMAČKA			SLOVENIJA			HRVATSKA			AUSTRIJA		
	2021.	INDEKS		2021.	INDEKS		2021.	INDEKS		2021.	INDEKS	
		2021./2020.	2021./2019.		2021./2020.	2021./2019.		2021./2020.	2021./2019.		2021./2020.	2021./2019.
I.	1.785	32	37	1.743	21	36	43.349	110	120	998	9	11
II.	2.130	54	94	2.251	18	23	37.110	83	90	1.153	13	17
III.	6.543	164	50	3.336	48	25	36.088	95	66	2.520	69	13
IV.	11.946	738	12	20.803	406	33	54.653	120	72	4.098	1.145	5
V.	104.821	1.120	52	38.026	127	37	63.784	116	62	20.362	1.099	17
VI.	346.921	112	44	327.532	98	83	296.647	133	81	171.278	189	55
I.-VI.	474.146	142	43	393.691	99	67	531.631	119	78	200.409	173	36
VII.	1.042.462	96	87	948.478	104	88	721.750	111	87	400.844	170	92
VIII.	1.999.192	163	134	708.880	96	76	802.801	96	87	425.167	243	90
VII.-VIII.	3.041.654	132	113	1.657.358	100	83	1.524.551	103	87	826.011	201	91
IX.	923.378	288	134	205.889	127	73	250.623	84	72	267.363	836	99
X.	132.515	327	82	40.140	103	64	73.280	95	70	59.210	792	87
XI.	8.555	169	109	8.657	87	46	43.501	119	87	8.586	346	44
XII.	10.331	361	78	13.963	472	87	43.404	152	119	15.383	1.563	55
IX.-XII.	1.074.779	291	123	268.649	126	71	410.808	93	76	350.542	817	91
I.-XII.	4.590.579	152	98	2.319.698	103	78	2.466.990	104	83	1.376.962	241	75

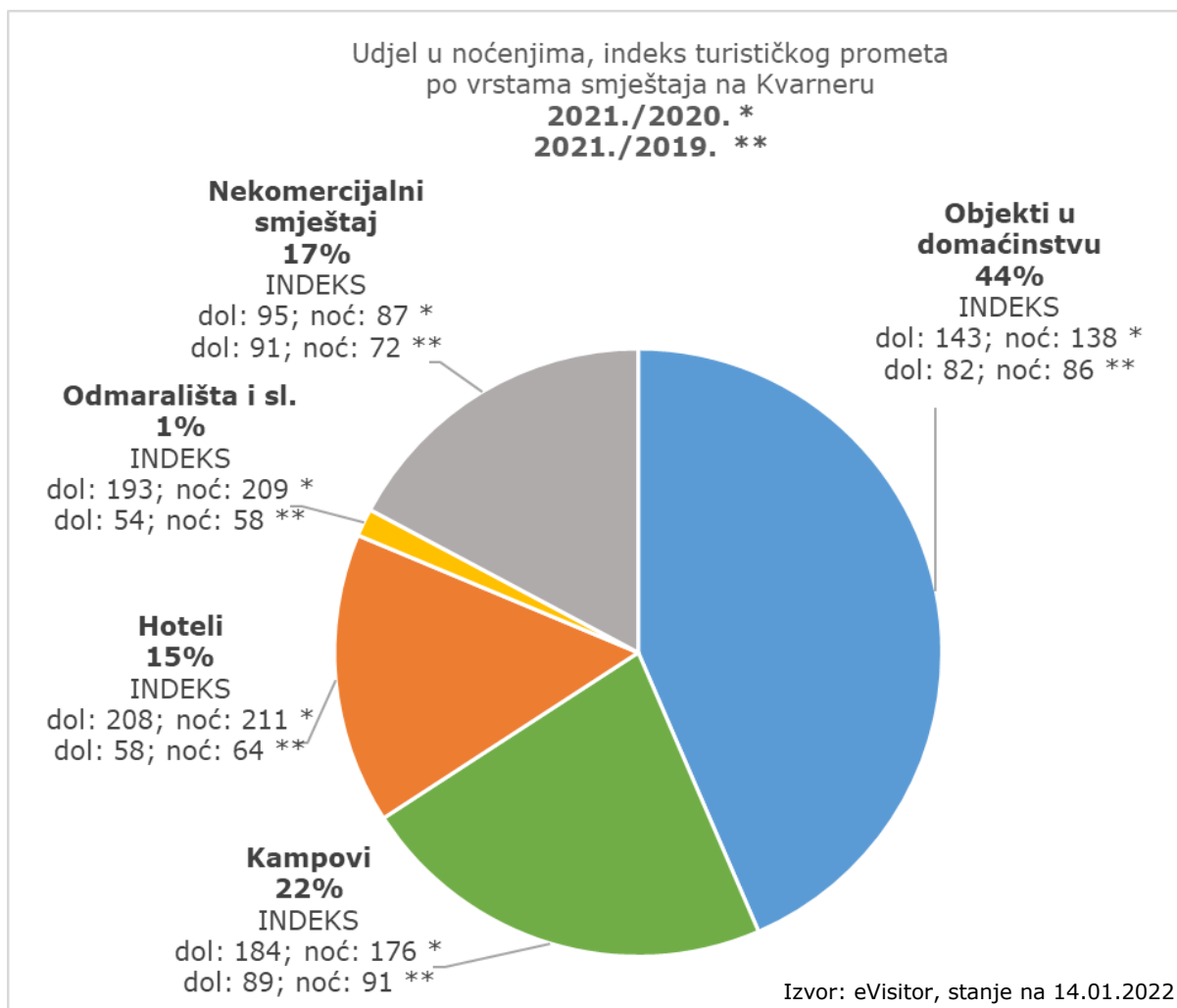
RAZDOBLJE	ČEŠKA			ITALIJA			POLJSKA			SVI		
	2021.	INDEKS		2021.	INDEKS		2021.	INDEKS		2021.	INDEKS	
		2021./2020.	2021./2019.		2021./2020.	2021./2019.		2021./2020.	2021./2019.		2021./2020.	2021./2019.
I.	327	127	239	1.355	20	23	296	54	61	60.659	61	71
II.	624	145	249	1.687	27	30	160	40	41	56.365	51	60
III.	1.580	488	271	2.326	167	26	366	117	42	72.592	91	47
IV.	2.499	2.173	73	3.283	412	8	1.677	1.386	17	127.634	186	26
V.	5.394	806	53	6.544	775	29	7.691	3.594	41	287.587	259	38
VI.	78.768	165	60	40.564	118	31	64.682	450	74	1.541.195	134	57
I.-VI.	89.192	180	61	55.759	110	26	74.872	469	63	2.146.032	133	50
VII.	288.840	136	107	125.037	113	44	221.694	142	108	4.702.510	121	84
VIII.	234.610	126	112	302.550	148	42	202.661	97	98	5.643.591	136	91
VII.-VIII.	523.450	131	109	427.587	136	43	424.355	117	103	10.346.101	129	87
IX.	73.751	165	107	54.480	326	56	56.683	135	107	2.091.273	210	96
X.	4.103	131	160	11.751	246	84	3.880	242	126	389.144	198	73
XI.	948	50	169	5.536	154	64	725	104	136	104.974	134	73
XII.	684	90	121	4.005	199	44	662	216	101	112.391	220	82
IX.-XII.	79.486	158	110	75.772	280	59	61.950	139	108	2.697.782	204	90
I.-XII.	692.128	139	99	559.118	143	42	561.177	132	95	15.189.915	138	80

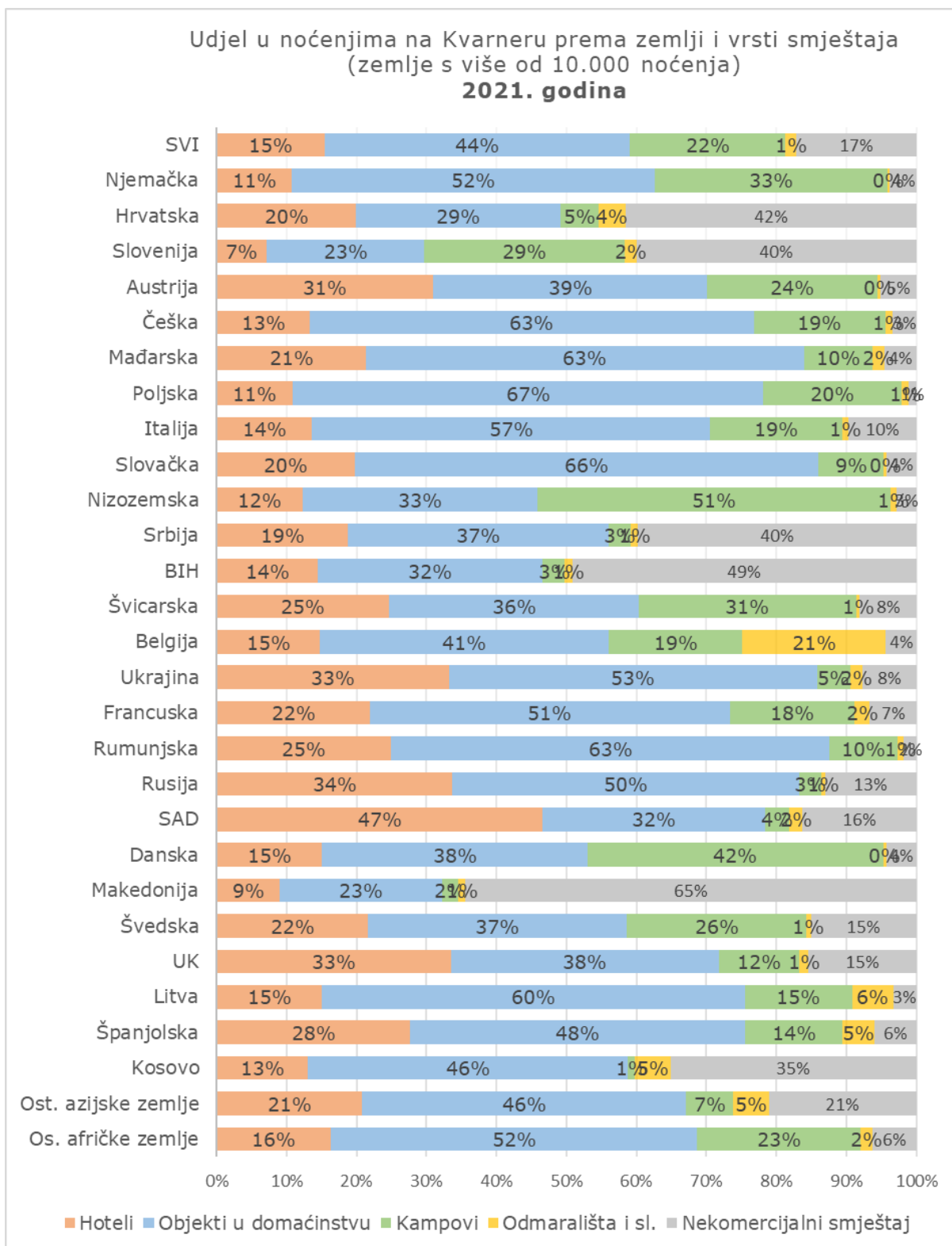


Izvor: eVisitor, stanje na 14.01.2022.

**Po smještajnim kapacitetima:** Od ukupnog broja ostvarenih noćenja 12,57 milijuna je ostvareno u komercijalnom (83% noćenja), a 2,62 milijuna u nekomercijalnom smještaju (17% noćenja). Gledajući po vrsti komercijalnog smještaju najviše noćenja, 6,61 milijuna ostvareno je u objektima u domaćinstvu, zatim 3,39 milijun noćenja u kampovima te 2,35 milijuna noćenja u hotelima.

SEGMENT/VRSTA SMJEŠTAJA	2021. godina		
	TURISTIČKI PROMET		
	dolasci	noćenja	UDJEL noćenja
KOMERCIJALNI SMJEŠTAJ	2.236.366	12.574.754	83%
Objekti u domaćinstvu	1.026.873	6.610.170	44%
Kampovi	539.728	3.389.115	22%
Hoteli	610.235	2.350.712	15%
Odmarališta i sl.	59.530	224.757	1%
NEKOMERCIJALNI SMJEŠTAJ	113.006	2.615.161	17%
<b>UKUPNO</b>	<b>2.349.372</b>	<b>15.189.915</b>	<b>100%</b>





Izvor: eVisitor, stanje na 14.01.2022.

Vrijeme ažurnosti podataka: 14.1.2022. 8:13

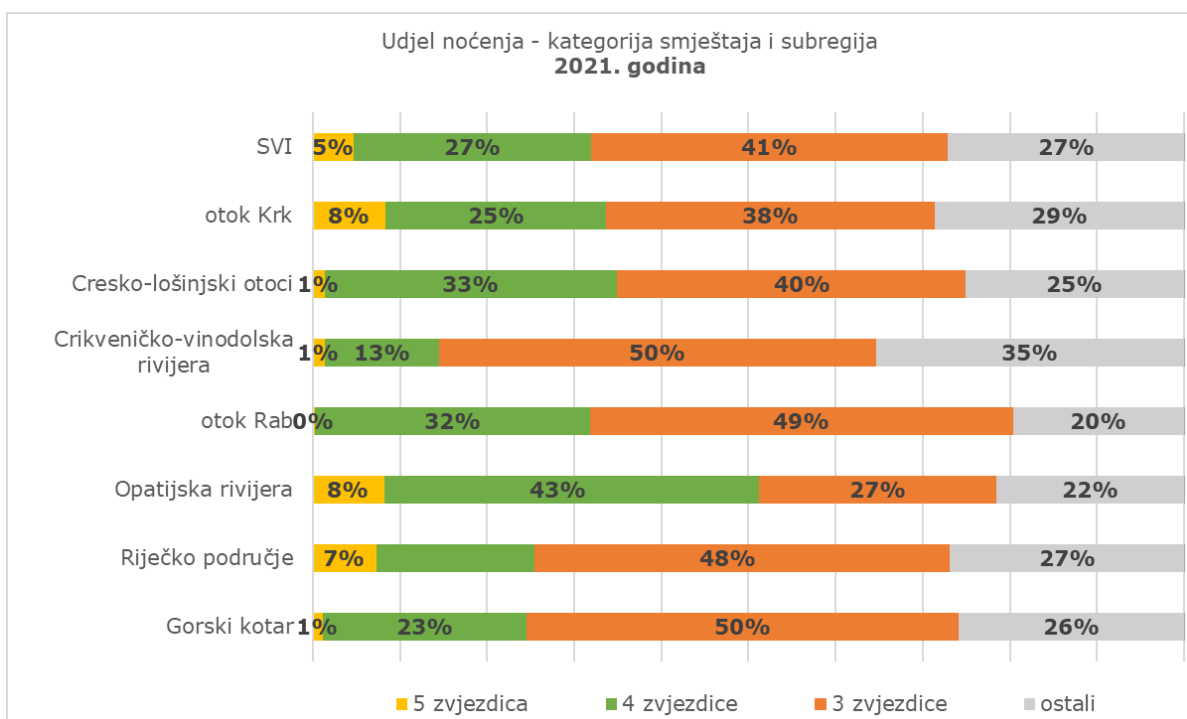
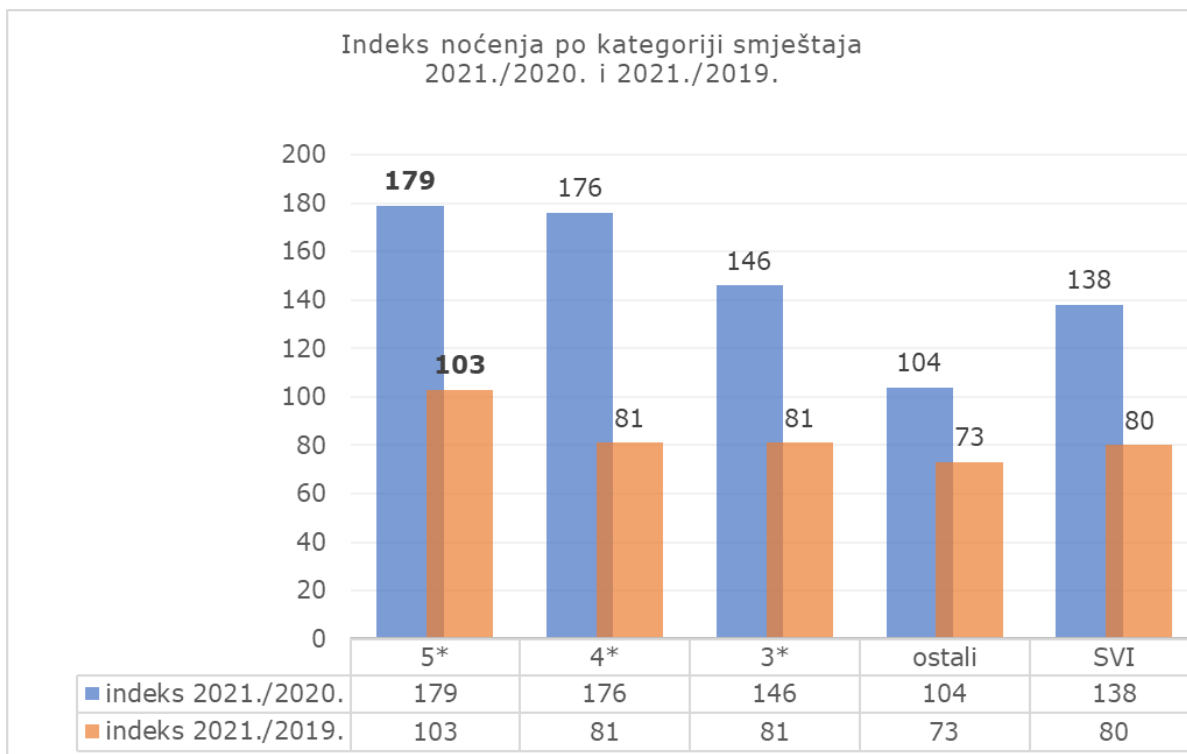
**Razdoblje: 01.01.2021. - 31.12.2021.**

Kvarner - VRSTE SMJEŠTAJA - noćenja po razdobljima									
RAZDOBLJE	HOTELI			OBITELJSKI SMJEŠTAJ			KAMPOVI		
	2021.	INDEKS		2021.	INDEKS		2021.	INDEKS	
		2021./2021.	2021./2019.		2021./2021.	2021./2019.		2021./2021.	2021./2019.
I.	14.344	35	38	29.841	84	100	3.188	96	154
II.	17.010	35	40	24.625	64	73	2.630	106	192
III.	22.148	147	26	29.040	94	67	6.437	571	151
IV.	45.471	37.271	18	37.460	158	34	23.535	25.582	28
V.	58.457	1.029	18	94.757	267	53	92.057	950	57
VI.	252.308	222	48	585.272	136	56	398.909	144	62
I.-VI.	409.738	183	32	800.995	135	56	526.756	180	59
VII.	565.651	166	82	2.168.375	121	85	985.367	132	92
VIII.	708.842	179	91	2.687.499	135	94	1.198.962	174	99
VII.-VIII.	1.274.493	173	87	4.855.874	128	90	2.184.329	152	96
IX.	396.127	407	77	789.630	249	116	580.038	331	126
X.	169.315	493	62	96.826	188	101	82.289	367	127
XI.	50.332	324	71	31.403	106	87	5.946	142	176
XII.	50.707	519	69	35.442	141	91	9.757	422	170
IX.-XII.	666.481	425	72	953.301	225	112	678.030	332	127
I.-XII.	2.350.712	211	64	6.610.170	138	86	3.389.115	176	91

RAZDOBLJE	ODMARALIŠTA i sl.			NEKOMERCIJALNI SMJEŠTAJ			UKUPNO		
	2021.	INDEKS		2021.	INDEKS		2021.	INDEKS	
		2021./2021.	2021./2019.		2021./2021.	2021./2019.		2021./2021.	2021./2019.
I.	2.966	40	45	10.320	80	104	60.659	61	71
II.	2.441	40	34	9.659	72	94	56.365	51	60
III.	1.953	73	20	13.014	43	94	72.592	91	47
IV.	2.379	605	17	18.789	43	67	127.634	186	26
V.	3.871	489	14	38.445	65	58	287.587	259	38
VI.	26.573	336	43	278.133	87	69	1.541.195	134	57
I.-VI.	40.183	159	32	368.360	77	69	2.146.032	133	50
VII.	71.125	205	69	911.992	93	75	4.702.510	121	84
VIII.	73.851	202	74	974.437	94	76	5.643.591	136	91
VII.-VIII.	144.976	203	71	1.886.429	94	75	10.346.101	129	87
IX.	23.136	464	62	302.342	75	63	2.091.273	210	96
X.	8.637	272	76	32.077	38	36	389.144	198	73
XI.	3.639	204	69	13.654	50	51	104.974	134	73
XII.	4.186	364	101	12.299	95	83	112.391	220	82
IX.-XII.	39.598	357	68	360.372	68	59	2.697.782	204	90
I.-XII.	224.757	209	58	2.615.161	87	72	15.189.915	138	80

**Prema kategoriji smještaja:** Neovisno o vrsti smještaja, smještaj više kategorije zabilježio je više indekse noćenja.

Grafovi prikazuju indekse prema kategorijama smještaja za 2021. godinu u usporedbi s 2020. i 2019. godinom. U drugom grafu je prikazan udjel zastupljenosti noćenja po kategoriji smještaja po subregijama.

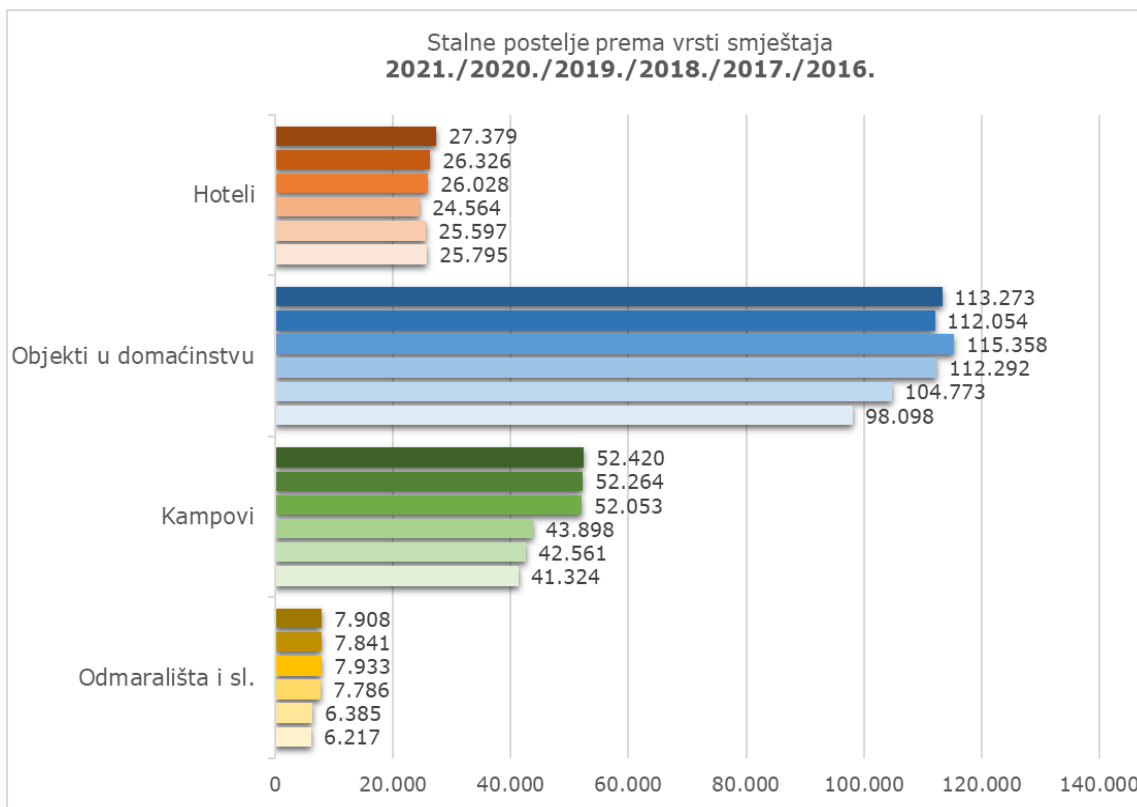
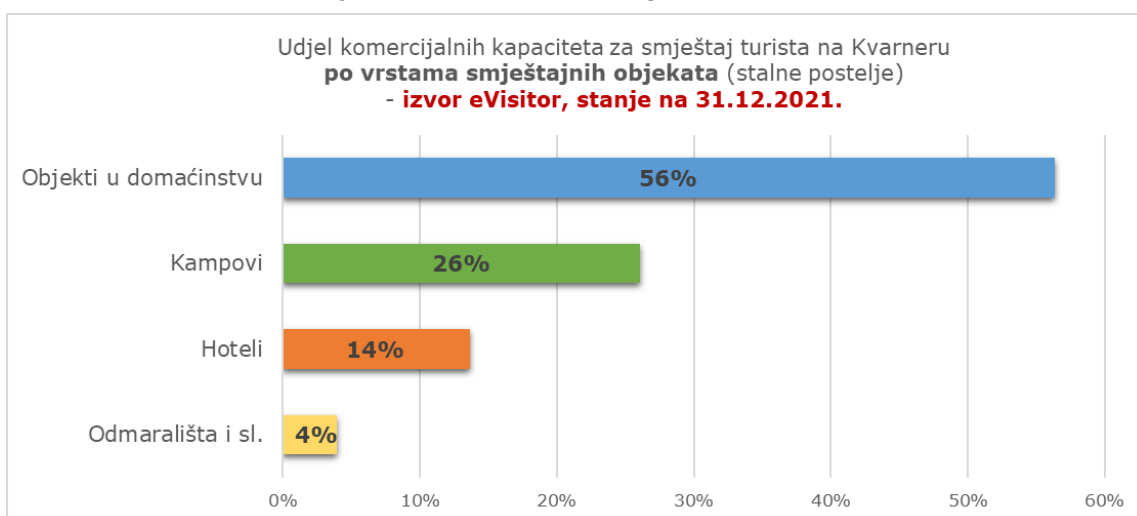


Izvor: eVisitor, stanje na 14.01.2022.

## KAPACITETI ZA SMJEŠTAJ TURISTA NA KVARNERU

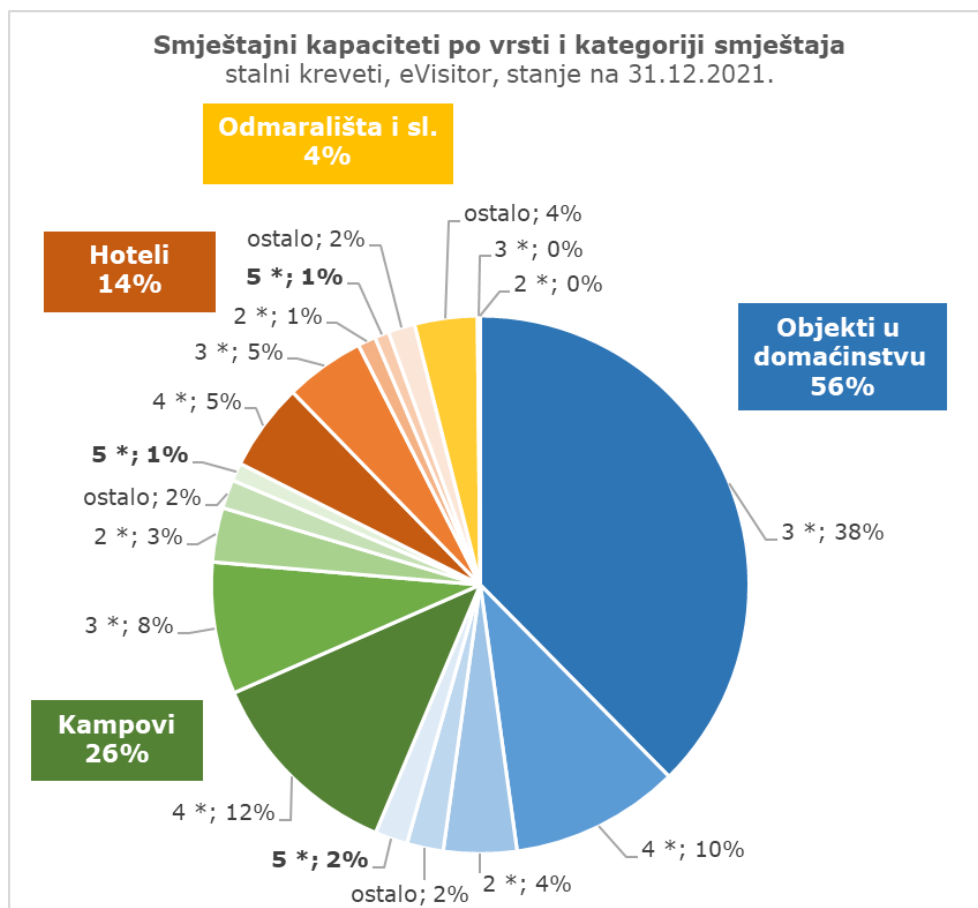
Prema podacima iz eVisitora Kvarner na 31.12.2021. godine raspolaže s 200.980 stalnih kreveta u komercijalnom smještaju.

Iako je kumulativ gotovo isti kao 2019. godine (2021.: 400 kreveta manje nego 2019.), po vrstama smještaja i kategorijama promjena ipak ima: u **privatnom smještaju** ima **2.100 kreveta manje** nego 2019. godine, a broj kreveta je porastao u **hotelima za 1.300** i u **kampovima za 400**. Broj kreveta u smještaju visoke kategorije (**4 i 5\***) se **povećao za 2.600**, a u objektima s **2 i 3\*** **smanjio za 4.200**.



Izvor: eVisitor, stanje na 14.01.2022. za 31.12.2021./2020./2019./2018./2017./2016.

Vrsta / kategorija	Broj kreveta	% u vrsti	% u cjelokupnom smještaju
<b>Objekti u domaćinstvu</b>	113.273		<b>56%</b>
3 *	75.604	67%	38%
4 *	20.484	18%	10%
2 *	8.843	8%	4%
ostalo	4.411	4%	2%
5 *	3.931	3%	2%
<b>Kampovi</b>	52.420		<b>26%</b>
4 *	24.235	46%	12%
3 *	15.961	30%	8%
2 *	6.565	13%	3%
ostalo	3.479	7%	2%
5 *	2.180	4%	1%
<b>Hoteli</b>	27.379		<b>14%</b>
4 *	10.588	39%	5%
3 *	9.661	35%	5%
2 *	2.171	8%	1%
5 *	1.726	6%	1%
ostalo	3.233	12%	2%
<b>Odmarališta i sl.</b>	7.908		<b>4%</b>
ostalo	7.581	96%	4%
3 *	216	3%	0%
2 *	111	1%	0%
<b>SVEUKUPNO</b>	<b>200.980</b>		





## 1. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE

### 1.1. IZRADA STRATEŠKIH / OPERATIVNIH / KOMUNIKACIJSKIH / AKCIJSKIH DOKUMENATA

#### Opis aktivnosti:

Krajem 2021. godine PGŽ i TZ Kvarnera pokrenule su postupak izrade novih strateških dokumenata za područje Primorsko-goranske županije tj. Kvarnera: Strategija razvoja turizma Kvarnera do 2030. godine s Akcijskim planom razvoja turizma 2021. – 2027. godine.

Novi strateški dokument vodit će se novom nacionalnom Strategijom razvoja održivog turizma do 2030. godine i Nacionalnim planom razvoja održivog turizma Hrvatske od 2021. do 2027. godine. Kroz Strategiju razvoja turizma Kvarnera do 2030. godine definirat će se dugoročni strateški razvojni okvir turizma na Kvarneru. PGŽ je provela postupak Javne nabave za usluge izrade Plana razvoja turizma Kvarnera do 2030. godine, a izvođač je Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu iz Opatije.

S obzirom na promijenjene poslovne okolnosti uzrokovane nastavkom pandemije, bilo je vrlo teško planirati tijek izrade dokumenata, a upravo zato je i vađenje Strateškog plana razvoja turizma Kvarnera sa Strateškim i operativnim marketing planom 2016. – 2020. bilo je produženo do kraja 2021. godine. Kako bi se dobio uvid u ostvarene rezultate zacrtanih ciljeva prethodne Strategije, u 2021. godini se pristupilo izradi Monitoringa Strateškog plana razvoja turizma Kvarnera sa Strateškim i operativnim marketing planom 2016. - 2020./2021. godine.

#### Ostvareni ciljevi aktivnosti:

Sukladno zakonski definiranim zadaćama strateškog planiranja i razvoja, izrađen je monitoring Strateškog plana razvoja turizma Kvarnera sa Strateškim i operativnim marketing planom 2016. - 2020./2021. godine, te je pokrenuta izrada strateških dokumenata kojima se uspostavlja dugoročni strateški razvojni okvir turizma na Kvarneru.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri:</b>	TZ Kvarnera i PGŽ
<b>Realizacija aktivnosti:</b>	<b>67.500,00 kn</b>

#### 1.1.1. IZMJENE I DOPUNE STRATEŠKOG PLANA RAZVOJA TURIZMA KVARNERA SA STRATEŠKIM I OPERATIVNIM MARKETING PLANOM 2016. – 2020. GODINE

S obzirom na nastavak pandemije, važenje Strateškog plana razvoja turizma Kvarnera sa Strateškim i operativnim marketing planom 2016. – 2020. bilo je produženo do kraja 2021. godine.

---

#### 1.1.2. AKCIJSKI / OPERATIVNI PLAN ZA RAZVOJ GASTRONOMIJE NA PODRUČJU KVARNERA

Planirana izrada akcijskog / operativnog plana razvoja gastronomije na području Kvarnera u 2021. godini nije realizirana, budući se akcijski plan većim dijelom treba oslanjati na strateške dokumente razvoja turizma kako na regionalnoj, tako i na nacionalnoj razini (svojevrsna izvedenica tih dokumenata, nadograđena projektnim potrebama i razvojnim idejama regije Kvarner). S obzirom na nastavak pandemije, Strateški plan razvoja turizma Kvarnera sa Strateškim i operativnim marketing planom 2016. – 2020. godine bio je produžen do kraja 2021. godine, te je koncem 2021. godine pokrenut postupak izrade novih strateških dokumenata za područje Primorsko-goranske županije tj. Kvarnera.

Stoga, zbog ograničavajućih okolnosti uslijed nastavka pandemije te činjenice da su i tijekom 2021. godine okolnosti poslovanja bile zahtjevne, neizvjesne i nestabilne ali i da su ih karakterizirale promjene trendova i ponuđača i potrošača, odnosno gostiju, nije se pristupilo izradi i realizaciji akcijskog plana gastronomije.

Više pod 1.1.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri:</b>	TZ Kvarnera
<b>Realizacija aktivnosti:</b>	/

---

#### 1.1.3. AKCIJSKI / OPERATIVNI PLAN RAZVOJA KULTURNOG TURIZMA NA PODRUČJU KVARNERA

Planirana izrada akcijskog / operativnog plana razvoja kulturnog turizma na području Kvarnera u 2021. godini nije realizirana, budući se akcijski plan većim dijelom treba oslanjati na strateške dokumente razvoja turizma kako na regionalnoj, tako i na nacionalnoj razini (svojevrsna izvedenica tih dokumenata, nadograđena projektnim potrebama i razvojnim idejama regije Kvarner). S obzirom na nastavak pandemije, Strateški plan razvoja turizma Kvarnera sa Strateškim i operativnim marketing planom 2016. – 2020. godine bio je produžen do kraja 2021. godine, te je koncem 2021. godine pokrenut postupak izrade novih strateških dokumenata za područje Primorsko-goranske županije tj. Kvarnera.

Stoga, zbog ograničavajućih okolnosti uslijed nastavka pandemije te činjenice da su i tijekom 2021. godine okolnosti poslovanja bile zahtjevne, neizvjesne i nestabilne ali i da

su ih karakterizirale promjene trendova i ponuđača i potrošača, odnosno gostiju, nije se pristupilo izradi i realizaciji akcijskog plana kulturnog turizma.

Više pod 1.1.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri:</b>	TZ Kvarnera
<b>Realizacija aktivnosti:</b>	/

## 1.2. ISTRAŽIVANJE I ANALIZA TRŽIŠTA

### 1.2.1. ANKETIRANJE AVIO GOSTIJU NA ZRAČNOJ LUCI RIJEKA

Zbog ograničavajućih okolnosti uslijed nastavka pandemije te epidemioloških mjera i ograničenja, aktivnost nije bilo moguće provesti.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri:</b>	TZ Kvarnera
<b>Realizacija aktivnosti:</b>	/

### 1.2.2. PROVOĐENJE ISTRAŽIVANJA O ZADOVOLJSTVU POSJETITELJA I DRUGA TRŽIŠNA ISTRAŽIVANJA S RAZNIM PARTNERIMA

Opis aktivnosti:

TZ Kvarnera i FMTU i u 2021. godini nastavili su suradnju na projektu istraživanja Benchmarking poslovanja subjekata u turizmu. FMTU je na mjesečnoj bazi dostavljao izvještaje nastale analizom podatka prikupljenih od 118 hotela, 23 kampa, 33 marine, 12 lječilišta i 16 hostela koji posluju u Hrvatskoj, odnosno 27 hotela, 11 kampova, 10 marina, 3 lječilišta i 5 hostela s područja Kvarnera koji sudjeluju u projektu istraživanja.

Državni zavod za statistiku jednom godišnje dostavi podatke o stanju smještajnih kapaciteta razvrstane prema vrsti i kategoriji smještaja te jedinicama lokalne samouprave na području Kvarnera.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Istraživanja tržišta provode se kako bi se dobio uvid u stvarno stanje proizvođača/destinacije onako kako ga/ju gost ocjenjuje. Dobiveni podaci analiziraju se zasebno ili s drugim podacima kojima TZ Kvarnera raspolaže. Pomoću Benchmarking izvještaja analiziraju se podaci o gospodarskim subjektima na Kvarneru. S obzirom na to da su izvještajima bili pokriveni gospodarski subjekti iz cijele Hrvatske dobile su se povratne informacije na nacionalnoj razini. Praćenje stanja smještajnih kapaciteta je neophodno za analiziranje i

planiranje poslovanja. Podaci o smještajnim kapacitetima dostupni su i kroz eVisitor no podaci kojima raspolaže DZS su službeni. Gore navedenim istraživanjima i analizama podataka ujedno su i ispunjene zakonske zadaće TZ Kvarnera, a koje se odnose na praćenje podataka o ponudi i potražnji smještajnih kapaciteta te provođenje tržišnih istraživanja.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri:</b>	TZ Kvarnera, FMTU, Državni zavod za statistiku
<b>Realizacija aktivnosti:</b>	/

### 1.3. MJERENJE UČINKOVITOSTI PROMOTIVNIH AKTIVNOSTI

Provodile su se prema potrebama i bez troškova.

## 2. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA

### 2.1. IDENTIFIKACIJA I VREDNOVANJE RESURSA TE STRUKTURIRANJE TURISTIČKIH PROIZVODA

### 2.2. SUSTAVI OZNAČAVANJA KVALITETE TURISTIČKOG PROIZVODA

Kreiranjem novih marketing brendova i nastavkom razvoja postojećih radi se i potiče stvaranje turističkih proizvoda i doživljaja, i to kroz selektivne oblike turizma kojim se prije svega ističu 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.

Tijekom 2021. godine aktivnosti na razvoju marketing brendova uključivale su sljedeće aktivnosti:

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

Zbog ograničavajućih okolnosti uslijed nastavka pandemije, slijedom preporuka tijela TZ Kvarnera, općih epidemioloških mjera i ograničenja te neizvjesne turističke godine i nedefiniranih prihoda, neke od aktivnosti u sklopu postojećih i novih marketing brendova bile su dinamički usporene ili tek djelomično odrađene.

---

#### 2.2.1. 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 uključuje preko 560 objekata koji nude smještaj standardizirane kvalitete, od toga 70-tak ih nosi oznaku Pet Friendly kao znak da su dobrodošli i kućni ljubimci, a 60-tak objekata prilagođeno je potrebama ljubitelja aktivnog odmora te nose oznaku Bike Friendly i Hike Friendly što znači da su prilagođeni za smještaj i udovoljavaju specifičnim potrebama cikloturista i gostiju koji pješčače ili planinare.

Kroz projekt uključeno je i 30-tak turističkih agencija koje u svojoj ponudi naglasak stavljaju na promociju i popunjavanje kapaciteta s oznakama Kvarner Family. Iza oznake kvalitete Kvarner Family stoji preporuka TZ Kvarnera za provjerenu turističku kvalitetu,

standard i prepoznatljivost brendiranih apartmana, kuća za odmor, kampova i soba privatnih iznajmljivača u ovoj regiji.

Tijekom 2021. godine ukupna realizacija aktivnosti na projektu Kvarner Family iznosila je 115.836,00 kn, detaljna razrada aktivnosti i troškova po pojedinim aktivnostima bila je kako slijedi:

---

#### **2.2.1.1. Daljnji razvoj projekta**

Opis aktivnosti:

TZ Kvarnera sustavno je radila na razvoju projekta i to kroz sljedeće aktivnosti:

##### **Podbrend projekta „Kvarner Family - Pet Friendly“**

TZ Kvarnera nastavila je 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](http://www.kvarnerfamily.hr) i u brošuri Kvarner Family označeni su posebnom Pet Friendly ikonom.

U suradnji s PGŽ-om objavljen je Pet friendly vodič „Šapicama po Primorsko-goranskoj županiji“. To je vodič namijenjen vlasnicima pasa koji nudi korisne savjete i ideje, kao što su preporuke za izlete ili šetnje sa psom, uz informacije o smještaju koji prima kućne ljubimce te lokacije plaža za pse na području Primorsko-goranske županije, odnosno Kvarnera. U vodiču se nalaze i brojni drugi korisni detalji vezano uz ponašanje sa psom, propise za ulazak u Hrvatsku, zdravlje pasa i slično. Vodič objedinjuje sve što turisti koji putuju sa svojim ljubimcima moraju znati kada dolaze na Kvarner, a dostupan u digitalnom izdanju na hrvatskom i engleskom jeziku. turistički kontekst vodiča ukazavši na što veću potražnju sadržaja i lokacija na kojima gosti mogu boraviti sa svojim ljubimcima.

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

TZ Kvarnera s podbrendom Bike Friendly i Hike Friendly nastavila je s brendiranjem Kvarnera kao outdoor destinacije. Značenje outdoor aktivnosti podrazumijeva sve aktivnosti koje se odvijaju u prirodi, a odnose se na aktivni odmor. Najveći obim aktivnosti u ovome segmentu bilježi se upravo kroz cikloturizam i pješaćenje. 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 pješaače ili planinare. Kvarner Family iznajmljivači, koji su nosioci ovih dodatnih oznaka kvalitete, na web portalu [www.kvarnerfamily.hr](http://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 koju nose turističke agencije 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.

### **Izrada Programa za evidenciju Kvarner Family objekata**

Kako se projekt Kvarner Family razvijao i rastao pokazala se potreba za jedinstvenom evidencijom koja bi objedinila sve dostupne podatke o Kvarner Family objektima. TZ Kvarnera je tijekom 2020. godine započela s izradom programa koji bi na jednom mjestu objedinio podatke TZ Kvarnera o Kvarner Family iznajmljivačima, podatke o njihovom turističkom prometu i ostale informacije dostupne kroz informacijski sustav eVisitor. Tijekom 2021. razrađena je struktura programa, napravljeni su algoritmi za analizu podataka, obrasci za ručni i automatski unos podataka te obrasci za izvješćavanje. U tijeku je popunjavanje baze i prijenos postojećih podataka. Radi se o dinamičnom sustavu koji podatke prati u realnom vremenu.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Sukladno strateškim dokumentima, TZ Kvarnera je u 2021. godini nastavila na brendiranju obiteljskog smještaja koji čini 44% ukupnih noćenja. Na Kvarneru je više od 50% smještajnih kapaciteta u obiteljskom smještaju, i upravo zbog toga kroz projekt Kvarner Family kojim TZ Kvarnera brendira obiteljski smještaj te uz pomoć PGŽ-a i kreditnog programa Kvarner Family gdje se subvencionirala kamatnu stopa iznajmljivačima, podigla se razina kvalitete u obiteljskom smještaju. Kroz par godina provođenja, mjera je vidno doprinijela rezultatima, pa se tako broj privatnih objekata s 5 zvjezdica udvostručio. Objekti u domaćinstvu u 2021. godini ukupno su ostvarili 86% noćenja iz 2019. godine - a objekti u domaćinstvu s 5 zvjezdica ostvarili su 32% više noćenja u odnosu na 2019. godinu.

---

#### **2.2.1.2. Edukativna studijska putovanja za Kvarner Family iznajmljivače**

Opis aktivnosti:

TZ Kvarnera je u 2021. godini održala edukacije za sve uključene u projekt i to kroz sljedeće aktivnosti:

#### **Ciklus online edukacija za domaćine u travnju 2021. godine**

TZ Kvarnera je tijekom travnja 2021. godine održala niz online edukacija namijenjenih iznajmljivačima obiteljskog smještaja, na kojima su obrađene najvažnije teme u aspektu

poslovanja obiteljskog smještaja. Cilj svih edukacija bio je pomoći i usmjeriti iznajmljivače u njihovom poslovanju u okolnostima pandemije te im pružiti adekvatnu pripremu i informacije za nadolazeću turističku sezonu. Na online edukacijama sudjelovalo je više od 600 iznajmljivača, vlasnika obiteljskog smještaja s područja Kvarnera, koji su pratili predavanja. Na radionicama su bile predstavljene one teme koje su bile od najvećeg interesa za iznajmljivače: od uvjeta pod kojima je stranim državljanima omogućen ulazak u Hrvatsku, punktova za testiranje, provođenje higijene objekta prije i nakon dolaska gostiju i nacionalnog projekta "Safe Stay in Croatia", pa do oglašavanja na društvenim mrežama, digitalizacija prodaje, unapređenje kvalitete te rekategorizacija objekta ali i porezne obveze u poslovanju i vođenju obiteljskog smještaja. Kako bi našim iznajmljivačima pružili informacije "iz prve ruke", na radionice smo pozvali i uključili predstavnike Ministarstva turizma i sporta RH, zatim Policijske uprave Primorsko-goranske, Nastavnog zavoda za javno zdravstvo PGŽ, Doma zdravlja PGŽ, stručnjake iz domene digitalnog marketinga poput predstavnika platforme Booking.com, predstavnike Ureda državne uprave i Državnog inspektorata, ali i same Kvarner Family iznajmljivače koji su predstavili svoja iskustva u poslovanju. Svi predavači kroz edukacije pružili su kvalitetne informacije, smjernice i preporuke za prilagodbu poslovanja u uvjetima pandemije COVID-19. Sve navedene edukacije su organizirane u suradnji s Fakultetom za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu iz Ike.

### **Edukacije za agente**

Edukacija domaćina i agenata kroz organizaciju izleta u suradnji s lokalnim OPG-ima, malim poduzetnicima i proizvođačima suvenira bila je planirana za 2021. godinu, međutim zbog otežanih uvjeta organizacije uslijed nastavka pandemije i propisanih epidemioloških mjera i ograničenja, izleti se nisu organizirati ali su svakako predviđeni za sljedeću godinu. Edukacija domaćina je izuzetno važna kako bismo održali korak s novim tržišnim trendovima i zahtjevima modernog gosta.

Ostvareni cilj aktivnosti:

TZ Kvarnera je održala niz online edukacija namijenjenih iznajmljivačima, na kojima su obrađene najvažnije teme u aspektu poslovanja obiteljskog smještaja. Na online edukacijama sudjelovalo je više od 600 iznajmljivača, vlasnika obiteljskog smještaja s područja Kvarnera, koji su pratili predavanja. Edukacija domaćina je izuzetno važna kako bismo održali korak s novim tržišnim trendovima i zahtjevima modernog gosta. Cilj svih edukacija bio je pomoći i usmjeriti iznajmljivače u njihovom poslovanju u okolnostima pandemije te im pružiti adekvatnu pripremu i informacije za nadolazeću turističku sezonu.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri:</b>	TZ Kvarnera i FMTU
<b>Realizacija aktivnosti:</b>	<b>43.478,50 kn</b>



### 2.2.1.3. Promocija / Facebook i web stranice

Opis aktivnosti:

TZ Kvarnera je sustavno odrađivala promociju projekta kroz slijedeće aktivnosti:

- aktivnosti na društvenoj mreži Facebook: fan stranica Kvarner Family i grupa Pet Friendly – oko 300 objava, doseg 24.000 FB korisnika: od kojih je najviše dobne starosti 45-54 godina, 56% žene pratitelji, Top 5 država iz kojih dolaze pratitelji: Hrvatska, Italija, BiH, Srbija, Njemačka, bilježi se porast doseg objava i FB pratitelja; Facebook stranica ima interaktivnu Google kartu na kojoj su vidljivi svi Kvarner Family iznajmljivači; 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; podbrendovi Pet Friendly, Bike Friendly, Hike Friendly,.. 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,
- ažuriranje web portala Kvarner Family [www.kvarnerfamily.hr](http://www.kvarnerfamily.hr) - web portal dostupan je 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). Oglašavanje portala [www.kvarnerfamily.hr](http://www.kvarnerfamily.hr) odrađivalo se putem online oglašavanja i to preko Facebook i Google AdWords alata; najveći broj posjeta bilježi se s talijanskog, slovenskog, njemačkog i austrijskog tržišta,
- portal Pet Friendly - namijenjen vlasnicima kućnih ljubimaca i iznajmljivačima koji primaju goste s kućnim ljubimcima te objedinjuje sve korisne informacije na hrvatskom i engleskom jeziku,

- aplikacija Visit Kvarner - kroz aplikaciju predstavljeni su i promoviraju se svi Kvarner Family iznajmljivači na hrvatskom i engleskom jeziku.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Nastavno na propisane zadaće iz Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, stvaraju se, održavaju i redovito kreiraju sadržaji na profilima društvenih mreža tj. nastavlja se s jačanjem svjesnosti o brendu Kvarner odnosno Kvarner Family, kako u lokalnoj zajednici tako i među domaćim i stranim gostima. Uspješnost realiziranih kampanja i objava na domaćem i stranom tržištu, potvrđuje i porast broja pratitelja, dosega objava među FB korisnicima i porastu broja feedback-ova. Isto tako, oglašavanje web portala odrađivalo se putem online oglašavanja i to preko Facebook i Google AdWords alata. U 2021. godini digitalna aktivnost bila je od iznimne važnosti, pa tako portal [www.kvarnerfamily.hr](http://www.kvarnerfamily.hr) ima za cilj dodatno promovirati brend Kvarner Family te doprinijeti još većoj vidljivosti. Praćenjem analitike potvrđen je rast broja korisnika s njemačkog, engleskog, talijanskog i hrvatskog tržišta, što odgovara i trendu u porastu broja noćenja s obzirom da su gosti iz Njemačke ove godine ostvarili 52% više noćenja u odnosu na prethodnu godinu.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri:</b>	TZ Kvarnera i partneri
<b>Realizacija aktivnosti:</b>	/

#### 2.2.1.4. Marketing projekta

Opis aktivnosti:

TZ Kvarnera sustavno je odrađivala marketing promociju projekta kroz sljedeće aktivnosti:

##### **Promocijski alati i oglašavanje**

- oglašavanje se provodilo u okviru godišnjeg media plana TZ Kvarnera
- prihvataj novinarima, profesionalnih putnika i influencera i organizacija boravka u objektima s oznakom kvalitete Kvarner Family
- TZ Kvarnera je u sklopu svih odrađenih sajamskih nastupa i virtualnih prezentacija promovirala ponudu obiteljskog smještaja s posebnim naglaskom na kapacitete s oznakom kvalitete Kvarner Family
- tiskovne konferencije, newsletter-i i priopćenja/press informacije
- redovito obavještavanje Kvarner Family iznajmljivača o novostima i aktualnostima

##### **Promotivni materijali**

Brošura „Kvarner Family“ - 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). Ažuriranje svih podataka i

fotografija Kvarner Family iznajmljivača je u tijeku i u 2022. godini slijedi tisak nove Kvarner Family brošure koja će sadržavati 70-tak novih iznajmljivača,

Kvarner Family razglednica - tiskana u 8.000 komada na 4 strana jezika: njemački, engleski, talijanski i slovenski jezik (svaki jezik u 2.000 komada). Svakom Kvarner Family iznajmljivaču je dostavljeno ukupno 12 razglednica na sva 4 jezika kako bi ih mogli poslati svojim gostima u vidu poziva da su dobrodošli na Kvarner,

Kvarner Family mapa - mape su zajedno s Kvarner Family razglednicama i ostalim promotivnim brošurama u izdanju TZ Kvarnera dostavljene na adrese svih Kvarner Family iznajmljivača, a njena namjena bila je da ju svaki Kvarner Family iznajmljivač izloži u svom smještajnom objektu,

Pet Friendly vodič "Šapicama po Primorsko-goranskoj županiji" - u suradnji s PGŽ-om objavljen je Pet friendly vodič koji je namijenjen vlasnicima pasa te nudi korisne savjete i ideje, kao što su preporuke za izlete ili šetnje sa psom, uz informacije o smještaju koji prima kućne ljubimce te lokacije plaža za pse na području Primorsko-goranske županije, odnosno Kvarnera. U vodiču se nalaze i brojni drugi korisni detalji vezano uz ponašanje sa psom, propise za ulazak u Hrvatsku, zdravlje pasa i slično. Vodič objedinjuje sve što turisti koji putuju sa svojim ljubimcima moraju znati kada dolaze na Kvarner, a dostupan u digitalnom izdanju na hrvatskom i engleskom jeziku.

Ostvareni cilj aktivnosti:

TZ Kvarnera tijekom 2021. godine nastavila je promovirati i nadograđivati projekt. Cilj je bio dodatno promovirati turistički brend Kvarner Family te doprinijeti još većoj vidljivosti i dostupnosti. Promocija koja je ove godine bila važnija nego ikad, pravodobna kampanja na stranim tržištima kao i plasirane informacije o stvaranju sigurnih uvjeta za boravak turista na Kvarneru, komuniciranje propisanih mjera kako za domaće stanovništvo tako i za goste, rezultiralo je povećanjem turističkog prometa u obiteljskom smještaju: tijekom 2021. godine obiteljski smještaj ostvario je 86% noćenja iz 2019. godine te 38% više noćenja u odnosu na 2020. godinu.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri:</b>	TZ Kvarnera
<b>Realizacija aktivnosti:</b>	<b>76.920,00 kn</b>

---

## 2.2.2. 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.

Slijedom brend oznaka, TZ Kvarnera fokusirala se na promociju vrijednosti kvalitete kroz razne PR aktivnosti, tematske prezentacije te studijska putovanja (prihvat na Kvarneru i stručni posjeti dionika drugim primjerima dobre prakse) i tako se isticala kao destinacija gastronomije i vinskog turizma.

Tijekom 2021. godine ukupna realizacija aktivnosti na projektu Kvarner Gourmet i Kvarner Food iznosila je 207.972,85 kn, detaljna razrada aktivnosti i troškova po pojedinim aktivnostima bila je kako slijedi:

---

### 2.2.2.1. Daljnji razvoj projekta

Opis aktivnosti:

TZ Kvarnera sustavno je radila na razvoju projekta i to kroz sljedeće aktivnosti:

#### **Brend „Kvarner Gourmet i Kvarner Food“**

U okolnostima pandemije i neizvjesne poslovne situacije, u 2021. godini TZ Kvarnera je zadržale vrijednost oznake kvalitete Kvarner Gourmet i Kvarner Food Plus, te Kvarner Food, a koje su bile dodijeljene onim ugostiteljskim objektima, koji su zadovoljili propisane kriterije u tri kategorije: ponuda, opremljenost odnosno uređenje, te osoblje. Unutar postojećih oznaka kvalitete Kvarner Gourmet i Kvarner Food implementirane su, također u prethodnom razdoblju, brojne dodatne oznake kvalitete „Dog Friendly“.

Oznaku kvalitete nose samo oni ugostiteljski objekti koji su se sami, dobrovoljno uključili temeljem prethodnog javnog poziva, te 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 2021. godini važeći kriteriji bili 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.

### **Podbrend „Kvarner Wines“ – nova oznaka kvalitete**

Godinu 2021. obilježilo je dodavanje još jednog brenda u cilju promocije autohtonih vinskih sorti i kvarnerskih vina, pod nazivom Kvarner Wines, u suradnji s udruženjem Vina Kvarnera, koje obuhvaća 10 lokalnih vinarija.

Naime, na početku 2021. godine TZ Kvarnera pristupila je kreiranju zasebnog brenda Kvarner Wines u cilju promocije autohtonih vina i jačanja turističke ponude Kvarnera. Naime, nakon dugogodišnje suradnje s proizvođačima vina na Kvarneru i nakon što se promocija kvarnerskih vina provodila kroz promociju gastronomije, gdje se uvijek isticalo vino kao važan dio gastro ponude, definirana je suradnja s Udruženjem vina Kvarnera, odnosno s 10 vinarija / proizvođača s našeg područja, te je intenzivirana zajednička promocija.

Kreiran je novi logotip, izrađene su i na svečanosti 18.03.2021. godine dodijeljene oznake kvalitete – table s oznakom brenda koje označavaju vinarije kao točke od interesa za goste, a te su lokacije potom uključene u aplikaciju Visit Kvarner. Prateći markacijske oznake „Kvarner Wines“ posjetitelji mogu formirati vinsku turu prema svojim željama i lokacijama. Sustavno se primjenjuje oznaka brenda u svim tematskim oglasima, na digitalnim platformama, u prigodi održavanja poslovnih i promo-događanja, poticale su se manifestacije i svi događaji koji su u fokusu imali eno-gastronomiju. To uključuje komunikaciju prema predstavnicima domaćih i stranih medijima.

Također, u cilju promocije kreiran je „Kvarnerski pjenušac“ s etiketom TZ Kvarnera, a vina kvarnerskih proizvođača koriste se kao suvenir za ciljane skupine predstavnika medija, turističkih agenata i partnera.

TZ Kvarnera bila je uključena kao suradnik u radionicama o vinskom turizmu pod nazivom „Od baštine do brenda“ u sklopu EU projekta BEST MED - BEYOND EUROPEAN SUSTAINABLE TOURISM MED PATH (programa Interreg Mediterranean) u kojem je HGK ŽK Rijeka partner i koji se bavi s ITER VITIS, hrvatskom vinskom kulturnom rutom Vijeća Europe u Primorsko-goranskoj županiji. U sklopu toga TZ Kvarnera doprinijela je kreiranju prijedloga vinskih puteva i potencijalnom uključivanju u međunarodne kulturno-turističke rute enološke baštine te promicanju odgovornog, iskustvenog, kreativnog i održivog turizma.

Dogovorom TZ Kvarnera i Udruženja Vina Kvarnera oko zajedničkih aktivnosti u području razvoja proizvoda, promocije autohtonih kvarnerskih vina, edukacije, znanstvenih skupova, manifestacija i drugih aktivnosti u cilju promocije regije Kvarnera tijekom 2021. godine odrađeno je mnogo različitih promocijskih evenata, kao što su:

- vinski festivali (Wine RI, Salon pjenušavih vina - Zagreb, VINart - Zagreb, Pink Day - Zagreb, WOW Zagreb, Vino s okusom soli - Crikvenica, Vinski grad - Rijeka, CrekVINA - Kastav, Regionala - Beograd, Advent Novi Vinodolski),
- stručne radionice; restoran Nebo /Hilton - Rijeka, Adventska vinska škola - Crikvenica,
- cross-marketing aktivnosti; promocija pjenušaca na automotodromu Grobnik na Nasscar Whelen svjetskoj utrci, promocija na svjetskom kongresu kemičara u Velom Lošinj, na stručnoj turističkoj burzi Best Stay, na manifestaciji Talent&Passion od JRE, na poslovnim događanjima velikih kompanija (Orbico, Jadran hoteli, Terme Selce),
- stručni posjet i razmjena iskustava članova udruženja Vina Kvarnera i vinara Plešivice i Baranje, a snimljen je i spot za pobjedničku pjesmu „Da bimo i k letu“ glazbenog festivala MIK 2021, koji je ujedno promocija Vina Kvarnera,
- održani su tečajevi za sommeliere, kao i državno natjecanje sommeliera.

Na razini stručne problematike kvarnerski proizvođači vina sudjeluju u postupku u vezi zaštite imena PROŠEK koji se tradicionalno proizvodio i proizvodi se na Kvarneru, a sam postupak zaštite imena prošek inicirao je pri Europskoj uniji Tonino Picula, hrvatski zastupnik u Europskom parlamentu i zamjenski član Odbora za poljoprivredu i ruralni razvoj. Polemika se vodi oko naziva tradicionalnog proizvoda, hrvatskog prošeka i talijanskog prosecca, a gospodin Picula je iznio argumente vezane za ispunjenje uvjeta propisanih specifikacijama Europske unije.

Godinu 2021. obilježile su i brojne nagrade koje su kvarnerski proizvođači osvojili na izložbama i natjecanjima (Vinistra, Vina od davnina, International Wine Challenge, Salon pjenušavih vina, itd.), a najvažnija je prva brončana Decanter medalja koju je na Decanter World Wine Awards dobila vinarija Estate Winery Katunar iz Vrbnika za žlahtinu Sv. Lucija 2020. Svakako je to veliko ohrabrenje za nastavak sudjelovanja kvarnerskih vina na Decanter World Wine Awards u 2022. godini.

I, nipošto manje važno, najperspektivnije kvarnerske vinarije ulažu u obnavljanje starih i u nove nasade sorti, u kušaonice i podrume, te u kvalitetetu vina i pjenušaca, čime se doprinosi snažnom pozicioniranju vinske destinacije Kvarner.

### **Ostale snage gastronomije na Kvarneru**

Na Kvarneru djeluju centri kompetencije vezani uz enogastronomiju, s kojima TZ Kvarnera surađuje, 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. Naime, „Primorska kašetica“, smještena u Primorskoj kući u Starom gradu u Rijeci, centar je autohtonih proizvoda zamišljen je kao edukacijski, izložbeni i prodajni prostor za proizvode lokalnih OPG-ova. Također, „Kašetica“ je mjesto koje služi za organizaciju raznih događanja i aktivnosti vezanih uz domaću proizvodnju hrane, pića, suvenira i sličnih proizvoda.

### **Pozicioniranje Kvarnera kao regije gastronomije na međunarodnom tržištu Kvarner – Europska regija gastronomije**

Na tragu trendova u gastronomiji i u skladu s idejom „od polja do stola“ i „iz mora do stola“, TZ Kvarnera zalaže se i podržava lokalnu proizvodnju namirnica i ribarstvo, upotrebu lokalnih namirnica koje garantiraju izvornost, autohtonost, originalnost i doživljaj u kvarnerskoj kuhinji. Brend oznake, kako internacionalne, tako i oznaka 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.

Tijekom 2021. godine TZ Kvarnera započela je pripremu niza aktivnosti koje su potrebne za uključivanje na platformu i za isticanje kandidature sukladno opsežnom protokolu koju propisuje IGCAT (International Institute of Gastronomy, Culture, Arts and Tourism) kao institucija koja dodjeljuje titulu.

Ostvareni cilj aktivnosti:

U skladu sa strateškim dokumentima, gastronomija je jedan od navažnijih segmenata turističke ponude, te je TZ Kvarnera i u 2021. godini provodila promociju brenda, u cilju povećanja vidljivosti, prepoznatljivosti i privlačenja pažnje gostiju na gastronomsku ponudu, što rezultira povećanim brojem upita, interesa te na kraju i realizaciji turističkog prometa. Također, kroz zadaću upravljanja razvojem turističkog proizvoda, ocjenjuje se da je lansiranje brenda Kvarner Wines vremenski pogodeno, jer upravo prati trend na regionalnoj i međunarodnoj vinskoj sceni, te trend potražnje s turističkog tržišta za

lokalnim vinima i autohtonim sortama, za vinima koja se ne mogu piti nigdje drugdje te tako povećavaju autentičan doživljaj destinacije. Paralelno s tim, raste broj poznavatelja vina, gostiju koji znaju sto žele probati, sve više je i medija koji pokazuju interes svojih čitatelja/pratitelja za enogastronomijom turističke destinacije, a sve skupa doprinosi povećanju ugleda destinacije kao regije eno-gastronomije. Napravljan je iskorak za cijelu destinaciju, te će poslužiti kao izvrsna osnova za kreiranje novih turističkih programa, kako za turističke agencije i grupe turista, tako i za turiste individualce.

Suradnja, povezivanje i sinergija sa srodnim organizacijama radi zajedničkog doprinosa razvoju proizvoda i promociji gastronomije na Kvarneru. Primjerice, učenici Ugostiteljske škole sudjelovali su u manifestaciji „Hodaj, slušaj, kušaj Mošćenice“, što im je bilo iznimno veliko, pozitivno iskustvo i poticaj za daljnje školovanje. Također, primjerice, Primorsko-goransku kašeticu su u organizaciji TZ Kvarnera posjetili chefovi ovjenčani Michelin zvjezdicom, kako bi se i na taj način upoznali s lokalnim proizvodima. Aktivnosti su u skladu sa strateškim dokumentima.

Kandidatura i osvajanje titule „Kvarner – Europska regija gastronomije“ podrazumijeva višegodišnje razdoblje u razvoju i promociji gastronomije na Kvarneru. Naime, cilj je isticanje kandidature i krajnje osvajanje titule, koje osigurava međunarodnu, nacionalnu i regionalnu vidljivost. Dugoročno se radi o pozicioniranju Kvarnera kao destinacije gastronomije na tržištu, zatim o osiguranju održivog razvoja temeljenog na kulturnoj i prehrambenoj raznolikosti, te korištenju platforme European Region of Gastronomy za promociju Kvarnera. Aktivnost pripreme projekta u skladu je sa strateškim dokumentima.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri:</b>	TZ Kvarnera
<b>Realizacija aktivnosti:</b>	<b>6.700,00 kn</b>

#### **2.2.2.2. Suradnja s partnerima - međunarodne gastro brend oznake i suradnja**

Opis aktivnosti:

Regija Kvarner oduvijek je bila destinacija gastronomije, destinacija hrane i vina, a u svjetlu turističkih kretanja i trendova, upravo je taj segment ponude ono što gosti traže i u čemu uživaju svi, bez obzira na njihove, možda i drugačije motive dolazaka.

Snagu kvarnerske gastro scene možemo opisati kroz međunarodne i regionalne gastronomske oznake, pa tako u 2021. godini na Kvarneru imamo:

- ⇒ **Michelin** – na Kvarneru su 3 restorana s Michelinovim zvjezdicama: Draga di Lovrana, Nebo (Rijeka Hilton Costabella Beach Resort&Spa) i Alfred Keller (hotel Alhambra, Mali Lošinj) – osobni je to uspjeh primarno chefova i njihovih timova, ali je i dugogodišnje ulaganje u isticanje važnosti gastronomije, ulaganja u kadrove i



usmjeravanja turističke potražnje u konzumaciju vrhunske gastronomije doprinijelo tome da je Kvarner jedina regija u Hrvatskoj s 3 Michelin restorana.

TZ Kvarnera je informaciju o tome plasirala u mnoge medije, kroz digitalne mreže i platforme, a u sjedištu PGŽ-a je župan i predsjednik TZ Kvarnera, Zlatko Komadina, priredio svečanost za Michelinove chefove, gdje im je dano do znanja da su ponos regije i da mogu računati na podršku regionalnog sektora.

- ⇒ **Gault&Millau** - čak 32 restorana su uvrštena u međunarodni gastronomski vodič, koji je za 2021. godinu objavljen u tiskanom i digitalnom izdanju, uz brojne objave na društvenim mrežama i web stranici, a TZ Kvarnera ističe ih u promociji na domaćem, te inozemnim tržištima.
- ⇒ **JRE (Jeunes Restaurateurs d'Europe)** - udruženje najkreativnijih chefova iz 16 zemalja Europe; iz Hrvatske uključeno je ukupno 16 restorana, a od toga 5 ih je na Kvarneru. U 2021. godini uz postojeće nositelje oznake JRE na Kvarneru (Plavi podrum, Villa Ariston, Draga di Lovrana), oznaku JRE ponijela su još 2 kvarnerska restorana: Navis i konoba Zijavica. Objavljen je godišnji vodič JRE na engleskom i hrvatskom jeziku, te u digitalnom izdanju, u kojem je predstavljena regija Kvarner i restorani nositelji oznake JRE, za austrijsko i hrvatsko tržište.

Također, u skladu s epidemiološkim mjerama i mogućnostima organizirane su 3 promocijske radionice u Mielle centru u Zagrebu, uz sudjelovanje restorana Draga di Lovrana (30.06.2021.), Navis (07.07.2021.), te konobe Zijavica (26.10.2021.).

- ⇒ **Hrvatski sommelier klub** je uz potporu TZ Kvarnera organizirao državno natjecanje sommeliera u Opatiji, gdje je TZ Kvarnera bila domaćinom večere pobjednika, partnera i medija.
- ⇒ **UNWTO** - započeta je komunikacija kako bi regija Kvarner bila domaćinom godišnjeg svjetskog UNWTO foruma o gastronomiji, a koji je vrlo važan svjetski događaj i doprinosi ugledu destinacije.

Ostvareni cilj aktivnosti:

U skladu s zadaćom upravljanja kvalitetom razvoja proizvoda gastronomije na Kvarneru, TZ Kvarnera ostvaruje suradnju s uglednim udruženjima i brendovima, čije kanale promocije koristi na domaćem, europskom i svjetskom tržištu. Eno-gastronomija svakako je u fokusu svjetskih medija. Aktivnosti su u skladu sa strateškim dokumentima i nužnošću upravljanja razvojem turističkog proizvoda.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri:</b>	TZ Kvarnera
<b>Realizacija aktivnosti:</b>	<b>52.690,56 kn</b>

### 2.2.2.3. Poticanje eno i gastro manifestacija / festivala

Opis aktivnosti:

#### 5. JRE Talent & Passion događanje - „Hodaj, slušaj, kušaj Mošćenice“, 26.09.2021.

TZ Kvarnera bila je suorganizator i partner JRE u organizaciji najspektakularnijeg eventa godine. Naime, nakon uspješno odrađenog svečanog godišnjeg događanja JRE-a Talent & Passion „Pick your fish and dish“ održanog u jedinstvenom okruženju riječke Ribarnice u studenom 2019. godine, spektakularno 5. po redu JRE Talent & Passion događanje priređeno je 26.09.2021. godine u Mošćenicama i Mošćeničkoj Dragi, gdje je pod nazivom „Hodaj, slušaj, kušaj Mošćenice“, 15 JRE restorana pripremila prezentacijska jela na bazi 6 važnih namirnica za život na Kvarneru, a to su maslina, plava riba, hobotnica, žitarice i mahunarke, češnjak, broskva i jednogodišnje životinje. Pripremalo se uživo i nudilo na 6 gastro-punktova u starom gradu Mošćenice. Sam naziv „Hodaj, slušaj, kušaj Mošćenice“ govori o kompleksnosti cijelog događaja, koji se širio izvan samog fokusa gastronomije, i donio priču s temom interpretacije baštine kroz gastronomiju, glazbu, čakavštinu te kazališne, scenske prikaze. Po završetku događaja u samim Mošćenicama, uz zalaz sunca događanje se preselilo na more, na mošćeničku plažu ispred restorana Zijavica, gdje se nastavio gastro program uz prezentaciju lokalnih vina pod brendom „Vina Kvarnera“ iz vrbničkih vinarija Šipun i Kuće vina Ivan Katunar, zatim Vinske kuće Pavlomir iz Novog Vinodolskog, te Plovanić vina iz Kastva. Događaj je završio glazbenim spektaklom u izvedbi Zvezdana Ružića, proslavljenog pijaniste.

Uslijed nastavka okolnosti uzrokovanih pandemijom, manifestacija je dugo i pomno planirana, a sam termin održavanja odgađan do datuma mogućeg održavanja. TZ Kvarnera od samog početka sudjelovala je u svim sastancima, dogovorima i odlučivanjima, kako bi se sinergijom svih sudionika došlo do vrhunskog rezultata.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Manifestaciju je pratila velika marketinška kampanja u svim medijima, društvenim mrežama, kako u Hrvatskoj, tako i u inozemstvu, tijekom događanja producirana je niz promotivnih fotografija, te film. Vizual manifestacije komuniciran je putem JRE-ovih globalnih social media kanala, te u newsletteru JRE-a koji ide na 15.000 adresa internacionalno, tako da je kampanja obuhvatila i nacionalno, i globalno tržište. Može se reći da se radilo o zaista zahtjevnom i spektakularnom događaju, koji je pokazao da je gastronomija dio kulture. Aktivnosti su u skladu sa strateškim dokumentima i nužnošću upravljanja razvojem turističkog proizvoda.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri:</b>	TZ Kvarnera i partneri
<b>Realizacija aktivnosti:</b>	<b>18.327,40 kn</b>

#### 2.2.2.4. Marketing projekta

Opis aktivnosti:

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

Za istaknuti su sljedeće aktivnosti:

⇒ **Virtualna gastro prezentacija pod nazivom „Valentinovo s Kvarnerom kod Vas doma“, 11.02.2021.**

Putem Youtube kanala gostima je bilo priređeno iznenađenje pred Valentinovo - virtualnim putem dočaran doživljaj Kvarnera odnosno jedinstveno virtualno gastronomsko putovanje po Kvarneru i kvarnerskim okusima. U restoranu „Kukuriku“ prethodno je bila snimljena priprema jela pod nazivom „Kvarnerski zaljev“ i podijeljen recept chefa Ognjena Novkovića, a Nenad Kukurin dao je preporuku za 3 kvarnerska vina. Uz to, dodatno je bio snimljen i prikazan trominutni video na riječkoj tržnici i ribarnici uz stručno vođenje na slovenskom jeziku. Prikazan je bio i trominutni film „Kvarner Raznolikost je lijepa“ i video s manifestacije održane na riječkoj ribarnici JRE Passion & Talent (06.11.2019.)

⇒ **Virtualna eno radionica pod nazivom „Vina Kvarnera u Sloveniji“, 25.02.2021.**

Putem Zoom platforme bila je organizirana virtualna degustacija i promocija kvarnerskih vina za slovenske medije. Na eno radionici sudjelovali su predstavnici raznih slovenskih medija, kao i onih specijaliziranih za vino, gastronomiju, lifestyle: Revija VINO, Dober tek, Pet zvezdic, Media24, portal Ovinu.si, portal e-morje, Delo, Večer, i Novi list, te predstavnici partnera „Salon pjenušavih vina Ljubljana“. Svima nazočnima bio je poslan paket s vinima kako bi mogli pratiti degustaciju koju je iz Ljubljane, uz podršku vinara s Kvarnera, vodila poznata sommelierka Mira Šemić, autoritet europske vinske scene – koja je prezentirala vina i mogućnosti sljubljivanja s kvarnerskim specijalitetima. Na radionici bilo je predstavljeno 5 vina od 5 vinarija iz udruženja Vina Kvarnera: iz Vrbnika - Poljoprivredna zadruga „Gospoja“, Vinarija „Šipun“ i „Kuća vina Ivan Katunar“, iz Kastva - „Plovanić vina“, iz Novog Vinodolskog - Vinska kuća „Pavlo mir“. Uz to, bio je prikazan i trominutni film „Kvarner - Raznolikost je lijepa“.

#### **Promotivni materijali**

Tematska brošura Kvarner Gourmet & Food - na hrvatskom i engleskom jeziku, dostupna je i na službenoj web stranici TZ Kvarnera, s mogućnošću preuzimanja, odnosno dostupna je u digitalnom izdanju.

#### **Promocijski alati i oglašavanje**

Produkcija promocijskih alata - TZ Kvarnera je tijekom 2021. godine u sklopu organiziranih događanja prikupila fotografije s motivima eno-gastro turizma, kao i video uradak koji se koristio na društvenim mrežama i u svrhu promocije Kvarnera.

Tematsko oglašavanje - tijekom 2021. godine fokus je bio na oglašavanju u tematskim magazinima i digitalnim platformama, pa su uz JRE, Gault&Millau, teme o gastronomiji bile prezentirane u TU magazinu (Srbija), magazinu Restaurant&Hotel, UT magazinu, Jutarnjem listu – prilog „Dobra hrana“ i drugim medijima.

Aplikacija Visit Kvarner - kroz aplikaciju predstavljeni su i promoviraju se svi nositelji oznaka kvalitete Kvarner Gourmet, Kvarner Food Plus, Kvarner Food te Vina Kvarnera hrvatskom i engleskom jeziku.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Prisustvo na tržištu u vrijeme nemogućnosti komuniciranja uživo, velika medijska pažnja i vidljivost kroz društvene mreže, kako u Hrvatskoj, tako i u inozemstvu. Aktivnosti su u skladu sa strateškim dokumentima i nužnošću upravljanja razvojem turističkog proizvoda.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri:</b>	TZ Kvarnera
<b>Realizacija aktivnosti:</b>	<b>127.254,89 kn</b>

### 2.2.3. KVARNER OUTDOOR – RAZVOJ I BRENDIRANJE AKTIVNOG ODMORA

#### **2.2.3.1. Daljnji razvoj projekta sukladno Operativnom planu razvoja cikloturizma na području Kvarnera**

Opis aktivnosti:

I u 2021. godini nastavilo se s praćenjem postavljenih ciljeva iz Operativnog plana razvoja cikloturizma na području PGŽ, ali i iz Strategije razvoja turizma Kvarnera, dokumenti koji su dali smjernice daljnjeg razvoja. Glavna odrednica je promocija proizvoda, a jedan od kanala promocije je zasigurno organizacija manifestacija i događanja, raznih natjecanja, cobrending s poznatim i značajnim organizatorima manifestacija, nositelja licenci, proizvođača opreme i sl. Baš tim slijedom i na tragu ovih odrednica, u 2021. godini je regija Kvarner ponovno bila domaćinom velikih događanja i manifestacija, koje su polučile odlične rezultate.

#### **Edukacija za biciklističke vodiče, svibanj 2021. godine**

Također, u tom smjeru, radi velikog interesa gospodarskih subjekata s područja Kvarnera s jedne strane, ali i mladih zaljubljenika u turizam i biciklizam, TZ otoka Krka i TZ Kvarnera u razdoblju od 21.05. do 23.05.2021. i 29.05. do 30.05.2021. godine u Malinskoj, organizirala edukaciju za biciklističke vodiče, u suradnji s agencijom IRTA. Cca 30-ak polaznika je po završetku edukacije i položenom ispitu dobilo Uvjerenje o položenom stručnom osposobljavanju na osnovi kojega će se pri Hrvatskom biciklističkom savezu svim uspješnim polaznicima izraditi licenca biciklističkog vodiča. Glavni ciljevi edukacije su

razvijanje ponude cikloturizma, koji je konstantno jedan od rastućih selektivnih oblika turizma na području Kvarnera, te podizanju kvalitete u segmentu cikloturizma.

### **Obilježavanje bike i hike staza**

Koncem 2021. godine, TZ Kvarnera je ponovno pokrenula aktivnosti oko sustavnog obilježavanja bike i hike staza. Ne radi se o markaciji koja se postavlja na stazama, već o signalizaciji koja se postavlja na početku trase i na važnijim, većim raskrižjima. U suradnji s lokalnim turističkim zajednicama s područja Kvarnera, TZ Kvarnera je izradila vizualni standard za bike i hike signalizaciju. Radi se o jedinstvenom grafičkom rješenju za postavljanje bike i hike signalizacije uz numeraciju staza. Osnovana je radna skupina koju uz predstavnice turističkih zajednica po subregijama, čine vanjski suradnici koji su već angažirani na projektima outdoora za područje Kvarnera i to: Martin Čotar (IRTA), Elvir Sulić (Adnatura) i Bojan Šenkinc (Promotiv).

Ostvareni cilj aktivnosti:

Jedan od ciljeva Operativnog plana razvoja cikloturizma na području PGŽ je edukacija, te je 30-ak polaznika po završetku edukacije i položenom ispitu dobilo Uvjerenje o položenom stručnom osposobljavanju na osnovi kojega će se pri Hrvatskom biciklističkom savezu svim uspješnim polaznicima izraditi licenca biciklističkog vođiča, što će dodatno unaprijediti ponudu cikloturizma na destinaciji.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri:</b>	TZ Kvarnera
<b>Realizacija aktivnosti:</b>	<b>55.147,26 kn</b>

### **2.2.3.2. Međunarodna biciklistička utrka "CroRace", 28.09.-03.10.2021.**

Opis aktivnosti:

TZ Kvarnera podržala je međunarodnu biciklističku utrku "CroRace", koja se od 28.09. do 03.10.2021. godine, vozila u šest etapa kroz cijelu Hrvatsku (Osijek – Varaždin; Jastrebarsko – Gospić; Primošten – Makarska; Zadar – Crikvenica; Rabac – Opatija; Samobor/Sveta Nedelja – Zagreb), kao završnu pripremu za svjetsko prvenstvo. Sudjelovalo je 20-ak svjetskih timova iz kategorija natjecanja World Tour-a, Pro Continental i Continental sudjelovalo, a Kvarner je bio domaćinom dva cilja i to četvrte etape u Crikvenici (01.10.2021.) i pete u Opatiji (02.10.2021.). Televizijska distribucija odvijala se u 190 zemalja u svijetu, od toga 130 je imalo izravan prijenos utrke, a dodana vrijednost su i interesne točke za Kvarner, koje su se po preporuci TZ Kvarnera helikopterom snimale iz zraka, te ih je spiker/voditelj opisivao i time pozivao u destinaciju.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Ovakvi projekti doprinose promociji regije i cikloturističkog proizvoda, jer je ukupno ostvarena komercijalna vrijednost (WMC) objava dostigla 1.373.192.929,63 kn dok je

ukupno ostvarena CWMC vrijednost (Corrected Weighted Media Cost) s uključenim oglasnim vrijednostima dostigla 5.459.706.083,60 kn, gotovo jednako kao i 2019. godine. Time se nastavilo s praćenjem postavljenih ciljeva iz Operativnog plana razvoja cikloturizma na području PGŽ, ali i iz Strategije razvoja turizma Kvarnera, što je uskladu s daljnjim razvojem Kvarnera kao outdoor destinacije. Naime, jedan od kanala promocije proizvoda koji je definiran kroz strateške dokumente je i podrška organizaciji manifestacija i događanja, raznih natjecanja, cobrending s poznatim i značajnim organizatorima manifestacija, nositelja licenci, proizvođača opreme i slično.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri:</b>	TZ Kvarnera
<b>Realizacija aktivnosti:</b>	<b>250.000,00 kn</b>

### 2.2.3.3. Biciklistička utrka „4 islands - MTB stage race“

Opis aktivnosti:

TZ Kvarnera podržala je i vrlo zahtjevnu, atraktivnu i svjetski poznatu brdsku biciklističku utrku „4 islands - MTB stage race“, koja se već dugi niz godina održava na četiri kvarnerska otoka - Krku, Cresu, Lošinju i Rabu. Natjecatelji su stigli iz 27 različitih zemalja, bez obzira na to što ih je većinu čekala karantena nakon povratka iz Hrvatske. Svi natjecatelji su bili obavezni doći s negativnim PCR testom, te je od top 10 natjecatelja po trenutnoj ljestvici svjetske biciklističke federacije sudjelovalo njih 6. Prema istraživanju i anketi koju je proveo organizator, 30% natjecatelja je odlučilo ostati u Hrvatskoj ili na Kvarneru minimalno 5 dana nakon utrke, a njih 50% planira se vratiti ove godine sa svojim prijateljima ili obitelji. O utrci je izvještavalo preko 30 novinara.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Procijenjen promocijski učinak iznosio je preko 1 milijun eura, a zbog višegodišnje odlične organizacije i jedinstvenog krajolika, utrka je dobila licencu od strane Epic Serious IRONMAN grupe kao LEGEND race. Ironman je jedna od najbrže rastućih sportskih licenci u svijetu, što automatski sa sobom dovodi veću medijsku vidljivost, te porast timova koji sudjeluju u utrci, a samim time i benefite destinaciji. Ironman Grupa službeno je objavila tu informaciju, te predstavila kvarnersku utrku „4 islands MTB“ u svojem serijalu, zajedno s ostalih 7 utrka, kojih je u serijalu ukupno 8. Tako će Hrvatska, odnosno Kvarner biti uz bok Švicarskoj, Australiji, Novom Zelandu, Walesu, Andori i Južnoafričkoj Republici (2). Time se nastavilo s praćenjem postavljenih ciljeva iz Operativnog plana razvoja cikloturizma na području PGŽ, ali i iz Strategije razvoja turizma Kvarnera, što je uskladu s daljnjim razvojem Kvarnera kao outdoor destinacije. Naime, jedan od kanala promocije proizvoda koji je definiran kroz strateške dokumente je i podrška organizaciji manifestacija i događanja, raznih natjecanja, cobrending s poznatim i značajnim organizatorima manifestacija, nositelja licenci, proizvođača opreme i slično.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri:</b>	TZ Kvarnera
<b>Realizacija aktivnosti:</b>	<b>70.000,00 kn</b>

#### 2.2.3.4. Croatia Adventure Race

Pustolovna utrka svjetskog karaktera koja se u svibnju trebala održati u Hrvatskoj i na području Kvarnera, je zbog ograničavajućih okolnosti uslijed nastavka pandemije te općih epidemioloških mjera i ograničenja bila otkazana.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri:</b>	TZ Kvarnera
<b>Realizacija aktivnosti:</b>	/

#### 2.2.3.5. Gorski kotar Bike Tour, srpanj 2021

Opis aktivnosti:

TZ Kvarnera je podržala manifestaciju Gorski kotar Bike Tour koja je bila održana u srpnju 2021. godine, a tijekom koje su svim sudionicima kroz dvodnevni obilazak predstavljene brojne cikloturističke i gastronomske mogućnosti Gorskog kotara.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Kroz cikloturističku ponudu Gorskog kotara odrađena je promocija ukupnog proizvoda – od staza koje su na području, gastronomske ponude i smještajnih kapaciteta. Time se nastavilo s praćenjem postavljenih ciljeva iz Operativnog plana razvoja cikloturizma na području PGŽ te smjernica iz Master plana turističkog razvoja Gorskog kotara za razdoblje od 2020. do 2026. godine

<b>Nositelji aktivnosti i partneri:</b>	TZ Kvarnera
<b>Realizacija aktivnosti:</b>	<b>30.000,00 kn</b>

#### 2.2.3.6. Tenis turniri

Opis aktivnosti:

Mogućnosti održavanja tenis turnira i tenis kampova se već duži niz godina promoviraju i razvijaju na području Kvarnera. Tako je tijekom 2021. godine TZ Kvarnera podržala dva iznimno značajna međunarodna teniska turnira za natjecatelje u konkurenciji do 16 i 18 godina starosti. Natjecanja se već dugi niz godina uspješno održavaju u teniskom centru „Punta“ u Velom Lošinj u nadležnosti najviše svjetske teniske juniorske organizacije (ETA

Tennis Europe Junior Tour i ITF Junior Circuit), a na oba turnira je prisustvovalo oko 300-tinjak natjecatelja iz ukupno 22 nacije.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Tijekom turnira, koji su održani u lipnju i rujnu, ostvareno je cca 3.000 noćenja, uz dodatnu medijsku kampanju i promociju regije u segmentu tenisa.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri:</b>	TZ Kvarnera
<b>Realizacija aktivnosti:</b>	<b>20.000,00 kn</b>

### 2.2.3.7. Kvarner Trails

Opis aktivnosti:

TZ Kvarnera u 2021. godini podržala je ukupno četiri trail running utrke iz serijala Kvarner Trails, a to su bile Učka Trail (rujan), Risnjak Trail (srpanj), Hahlić Trail (lipanj) i Malinska Trail (studeni). Trkači iz 20-ak zemalja već dugi niz godina sudjeluju u ovim utrkama, a renomirani brend Salomon je u 2021. godini po prvi puta u svoj serijal utrka uvrstio Hrvatsku i to dvije utrke iz serijala Kvarner Trails. Od ukupno četiri utrke Kvarner Trails-a, Salomon je prepoznao vrijednost evenata, a kroz licencu osigurava se veći broj natjecatelja pogotovo stranih, te naravno veću medijsku vidljivost kroz svoje promocijske kanale.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Na utrkama je sudjelovalo preko 1.100 natjecatelja, koji su ostvarili cca 3.000 noćenja, a kroz medijske reportaže, najave i izvještaje je promovirana regija Kvarner kao outdoor destinacija.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri:</b>	TZ Kvarnera
<b>Realizacija aktivnosti:</b>	<b>50.000,00 kn</b>

### 2.2.3.8. Ostala sportska važnija događanja

Opis aktivnosti:

Uz sva iznimno atraktivna i poznata natjecanja, održano je i niz drugih natjecanja koja su mogla zadovoljiti uvjete epidemioloških mjera i ograničenja - od manjih tenis turnira, plivačkih maratona i podvodnih natjecanja do nogometnih i košarkaških turnira, rekreativnih utrka i biciklijada, kružnih putovanja s naglaskom na aktivni odmor - koja su kroz svoja održavanja doprinosila u velikoj mjeri daljnjem razvoju, popularizaciji i samoj



promociji tih sportova, ali i regije Kvarner kao destinacije pogodne za outdoor događanja i aktivni odmor.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Kroz organizaciju i/ili domaćinstvo raznim sportskim natjecanjima, promovirana je regija Kvarner kao outdoor destinacija.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri:</b>	TZ Kvarnera i partneri
<b>Realizacija aktivnosti:</b>	<b>30.000,00 kn</b>

#### 2.2.3.9. Brendiranje Kvarnera kao „diving“ destinacije

Ops aktivnosti:

TZ Kvarnera u 2021. godini podržala je održavanje kongresa ronilačkih centara u sklopu kojeg su održane radionice, čišćenje podmorja, te prijedlozi unapređenja tog segmenta turizma na Kvarneru.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Promovirana je regija Kvarner kao destinacija ronilačkog turizma, te je kroz ekološke akcije očišćeno podmorje, čime se doprinosi i očuvanju i zaštiti kvarnerskog podmorja.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri:</b>	TZ Kvarnera
<b>Realizacija aktivnosti:</b>	<b>13.750,00 kn</b>

#### 2.2.3.10. Razvoj golf turizma na Kvarneru

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.

Opis aktivnosti:

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 2021-te godine nisu održane značajnije aktivnosti, niti je započela promocija novog proizvoda na Kvarneru, zbog nastavka pandemije i potpuno promijenjenih poslovnih okolnosti. Ponovno pokretanje aktivnosti očekuje se tijekom 2022. godine.

Ostvareni cilj aktivnosti:

U skladu sa strateškim dokumentima i zadaćama TZ Kvarnera, pratio se razvoj proizvoda i trendova na tržištu, te se značajnije aktivnosti očekuju sukladno dinamici razvoja proizvoda.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri:</b>	TZ Kvarnera i partneri
<b>Realizacija aktivnosti:</b>	/

### **2.2.3.11. Razvoj i valorizacija auto-moto sportova na Kvarneru - Automotodrom Grobnik; motociklizam i automobilizam - promocija**

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.

Opis aktivnosti:

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 2021. godine održana su natjecanja i treninzi, odnosno manifestacije koje su dopuštale epidemiološke mjere.

Za istaknuti je Nascar Whelen Euro Series (NWES) - po drugi put je na Automotodromu Grobnik održano svjetski poznato bodovno natjecanje Nascar Whelen Euro Series, i to utrka „Fracasso Nascar GP Croatia 2021.“; program je ukupno trajao tri dana. Regija Kvarner ugostila veliki broj svjetski poznatih vozača - natjecatelja, timova i posjetitelja, koji su od 17.09. do 19.09.2021. godine mogli upoznati i druge kvarnerske atrakcije i turističku ponudu, a cijeli događaj imao je veliku pažnju svjetskih medija.

#### **Marketing i priprema promocije za 2022. godinu**

TZ Kvarnera surađuje na promotivnim i marketinškim aktivnostima s motoklubovima i Automotodromom Grobnik u cilju isticanja ovog segmenta turističke ponude, koji ujedno umrežava kompletnu turističku ponudu, od smještaja, gastronomije, kulture i konzumiranja drugih resursa na Kvarneru.

U suradnji sa specijaliziranom tvrtkom za promociju mototurizma, kreirano je i pripremljeno oglašavanje u motociklističkom vodiču, te u cestovnoj karti / mapi za 2022. godinu, na njemačkom jeziku, za tržišta Njemačke, Austrije, Francuske, Švicarske, Italije, Španjolske, Luxemburga, Belgije, Poljske, Irske i Hrvatske. Distribuirat će se na sajmovima i promo aktivnostima tijekom 2022. godine.

Također, u tijeku su aktivnosti na pripremi promocije World Rally Championship, koji će se održati u travnju 2022. godine (u planu su 4 brzinska ispita (tzv. brzinci) na području Platka i Gorskog kotara).

Ostvareni cilj aktivnosti:

U skladu sa strateškim dokumentima zadržavala se pažnja i informirala se specijalizirana niša turističke potražnje, a to su gosti koji putuju motociklima, gosti ljubitelji auto-moto sportova i gosti željni adrenalinskih manifestacija. TZ Kvarnera ističe Automotodrom Grobnik kao prednost u infastrukturalnom smislu, budući da nadaleko nema automotodroma na takvoj vrhunskoj razini, koji može organizirati manifestacije svjetskog ranga. To svakako doprinosi ugledu regije i raznovrsnosti turističke ponude.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri:</b>	TZ Kvarnera i partneri
<b>Realizacija aktivnosti:</b>	<b>3.000,00 kn</b>

#### 2.2.4. KVARNER HEALTH AND WELLBEING – RAZVOJ I BRENDIRANJE ZDRAVSTVENOG TURIZMA

Opis aktivnosti:

Nakon višegodišnjeg, kontinuiranog djelovanja u segmentu zdravstvenog turizma, Kvarner je pozicioniran na turističkom tržištu i u konkurentnom okruženju kao regija zdravstvenog turizma, s jakim destinacijama tradicionalno prepoznatim po klimatsko-lječilišnim efektima, a to su Mali Lošinj, Opatijska rivijera i Rivijera Crikvenica. Ni ostale kvarnerske destinacije koje na svom području imaju dentalne, dijagnostičke, ortopedske, fizikalno-terapijske, rehabilitacijske i druge klinike i institucije, ne zaostaju u ponudi zdravstvenog turizma, koji je u fokusu svjetske turističke scene posljednjih nekoliko godina.

Uslijed nezapamćenih izazova za zdravstveni sustav zbog pandemije, koji su doveli do vrlo ozbiljne socioekonomske krize u Europi i cijelom svijetu, potpuno je jasno da je potreba za zdravstvenim turizmom veća nego ikada, da sintagma „Zdravlje je najvažnije“ dobiva na punom značenju, a povratak i održavanje fizičkog i mentalnog zdravlja od esencijalne važnosti za svakog čovjeka. Uz to, trendovi starenja stanovništva u europskim zemljama, pozicioniraju regiju Kvarner kao poželjnu za klimatski, zdravstveno i društveno ugodnu za boravak, rehabilitaciju, rekreaciju i „wellbeing“.

Primarno se može reći da je cijela 2021. godina (kao i 2020-ta) bila obilježena suradnjom s zdravstvenim sektorom u vidu osiguravanja epidemioloških uvjeta i uvjeta za omogućavanje putovanja. Također, može se reći da je cijeli, ostvareni turistički promet u 2021. godini realiziran upravo zahvaljujući sigurnosti sanitarno-zdravstveno-epidemioloških uvjeta.

Tijekom 2021. godine ukupna realizacija aktivnosti na projektu Kvarner Health and Wellbeing iznosila je 52.966,80 kn, detaljna razrada aktivnosti i troškova po pojedinim aktivnostima bila je kako slijedi:

Od početka 2021. godine TZ Kvarnera je u stalnoj suradnji i komunikaciji s NZZJZ PGŽ, Stožerom civilne zaštite PGŽ i Domom zdravlja PGŽ koordinirala niz operativnih aktivnosti vezano uz postupanja, informacije i aktualnosti vezano uz okolnosti nastavka pandemije.

### **Informiranje**

TZ Kvarnera je redovito, na dnevnoj bazi, prikupljala, prevodila, objavljivala, ažurirala i komunicirala putem svojeg web portala i profila na društvenim mrežama sve informacije koje su bile važne za goste ali i domaćine:

- *uvjeti ulaska u Republiku Hrvatsku (građani EU, državljani trećih zemalja, izdavanje turističkih viza, putovanje s djecom, države na koje se primjenjuju posebne epidemiološke mjere, itd),*
- *online obrazac za ulazak u RH <https://entercroatia.mup.hr>,*
- *infografike HTZ-a,*
- *izdavanje EU digitalnih COVID potvrda za državljane RH i EU državljane,*
- *popis lokacija za testiranje COVID-19 za građane i goste/turiste na Kvarneru ali i čitavoj Hrvatskoj (PCR, BAT i serološka testiranja uz radna vremena, način naručivanja, cijene, rok u kojem se izdaju nalazi te mogućnost prijevoda nalaza),*
- *informacije o aktualnim mjerama za putnike koji iz Hrvatske putuju u druge zemlje,*
- *trenutne epidemiološke mjere za područje Kvarnera,*
- *nacionalna oznaka sigurnosti Safe stay in Croatia*
- *dodatne zdravstvene i sigurnosne mjere na snazi, važne poveznice, brojevi telefona i napomene;*
- *redovito praćenje, koordinacija i obavještanje turističkog sektora o novim uvjetima za ulazak u RH, novim epidemiološkim mjerama i slično*

Sve gore navedene informacije na web portalu [www.kvarner.hr](http://www.kvarner.hr) bile su objavljene na hrvatskom, engleskom, njemačkom i talijanskom jeziku.

### **Operativne aktivnosti**

U 2021. godini TZ Kvarnera je sudjelovala i provodila niz operativnih aktivnosti koje su uključivale:

- *sastanci kriznih stožera - TZ Kvarnera sudjelovala je na sastancima u organizaciji NZZJZ PGŽ i Stožera civilne zaštite PGŽ i preuzimala zadatke iz domene turističkog sektora*
- *dostava tjednih i dnevnih izvješta o turističkom prometu Stožeru civilne zaštite PGŽ, NZZJZ PGŽ i Domu zdravlja PGŽ (više pod 4.3.3.)*
- *tijekom travnja 2021. godine održan ciklus edukativnih radionica za iznajmljivače (više pod 2.2.1.2.)*

### **Testiranja na COVID-19**

TZ Kvarnera je kontinuirano s županijskim zdravstvenim institucijama koordinirala testiranja na COVID-19, na što više lokacija, budući se to pokazalo i kao uvjet povratka gostiju u domicilne zemlje, ali i kod dolaska te kod sumnji na zarazu, kao i za domaće stanovništvo:

- tijekom ljeta aktivno je bilo više od 60 lokacija na kojima su se provodila testiranja na COVID-19 (javne i privatne ustanove)
- koordinacija i redovito obavješćavanje turističkog sektora o PCR i BAT testiranjima koja su se provodila na regiji (promjene radnih vremena, lokacija i slično)
- u suradnji s Domom zdravlja PGŽ u ožujku 2021. godine TZ Kvarnera poslala je prema MINTS-u prijedlog dodatnih lokacija testiranja gostiju za turističku sezonu
- 01.05.2021. (povodom Praznika rada) bili su organizirani dodatni mobilni medicinski timovi za PCR i BAT testiranja na svim kvarnerskim subregijama; u suradnji s NZZJZ PGŽ i Domom zdravlja PGŽ organizirano je bilo oko 20-ak lokacija, a mobilna testiranja bila su organizirana na način da su se uzorci na svim lokacijama uzimali u subotu prema točno određenoj satnici
- od kolovoza 2021. godine - NZZJZ PGŽ krenuo je s provođenjem BAT testiranja po cijeni od 40,00 kn za goste koji su boravili duže od 3 dana (sufinancirano od strane MINTS-a)

### **Cijepljenje turističkih djelatnika**

TZ Kvarnera sudjelovala je u provođenju kampanje cijepljenja turističkih djelatnika, i to:

- prikupljane su prijave za dobrovoljno cijepljenje djelatnika u sustavu turističkih zajednica s područja Kvarnera (prioritet 1 ili 2)
- prikupljane su prijave privatnih iznajmljivača za dobrovoljno cijepljenje; najveći interes za cijepljenje trajao je od svibnja do srpnja 2021. godine, kada je u suradnji s lokalnim turističkim zajednicama TZ Kvarnera prema NZZJZ PGŽ dostavila oko 2.000 prijava.

### **Safe stay in Croatia - implementacija nacionalne oznaka sigurnosti**

Opis aktivnosti:

TZ Kvarnera aktivno je tijekom 2021. godine promovirala nacionalnu oznaku sigurnosti „Safe stay in Croatia“, kojom su se osiguravali sanitarno-epidemiološki i sigurnosni protokoli u određenom objektu, te tako gostima jamčili provođenje aktualnih epidemioloških mjera propisanih od strane Hrvatskog zavoda za javno zdravstvo, i to ne samo u smještajnom objektu, već i šire, primjerice u sadržajima i na lokacijama koje gosti uobičajeno posjećuju. Pitanje povjerenja gostiju u zdravstvenu sigurnost tijekom 2021. godine bilo je „pitanje svih pitanja“, a TZ Kvarnera u tome se istaknula angažiranošću i slijedom toga odazivom na terenu, odnosno velikim interesom pružatelja turističkih usluga na Kvarneru. Tako je Kvarner na samom početku provođenja projekta bio od strane MINTS-a istican kao destinacija s najviše dodijeljenih oznaka u Hrvatskoj:

- tijekom 2021. godine gotovo 3.000 objekata na području Kvarnera nosilo je oznaku Safe stay in Croatia,
- web stranici [www.safestayincroatia.hr](http://www.safestayincroatia.hr) moglo se pristupiti i direktnom poveznicom s naslovne stranice web portala [www.kvarner.hr](http://www.kvarner.hr) i kroz aplikaciju Visit Kvarner,
- TZ Kvarnera je redovito turističkom sektoru dostavljala informacije vezano uz protokol dobivanja i izdavanja oznake Safe stay in Croatia; dostava i Priručnika za siguran boravak u Hrvatskoj u kojem su bili detaljno razrađeni protokoli, kao i postupanje u slučaju sumnje na zarazu,
- prijave za dobivanje oznake Safe stay in Croatia bile su moguće isključivo putem stranice [www.safestayincroatia.hr](http://www.safestayincroatia.hr),
- po uvrštenju na popis nositelja oznake Safe stay in Croatia objekt je naljepnicu preuzimao u uredu lokalne turističke zajednice i/ili turističkom informativnom centru, a dobivenu naljepnicu je u objektu bilo potrebno istaknuti na vidljivom mjestu,
- TZ Kvarnera je tijekom godine vodila evidenciju o potrebnim količinama naljepnica na terenu (prema potrebama i zahtjevima lokalnih turističkih zajednica),
- naljepnice za distribuciju je TZ Kvarnera naručivala od MINTS-a te su zatim od strane TZ Kvarnera bile dostavljane na adrese lokalnih turističkih zajednica.

### **Predsezonska konferencija za medije na temu „aktualnosti u zdravstvenom turizmu“, 23.02.2021.**

Opis aktivnosti:

Na samom početku turističke 2021. godine TZ Kvarnera sazvala je konferenciju za medije na temu „AKTUALNOSTI U ZDRAVSTVENOM TURIZMU KVARNERA“, koja je bila održana u Specijalnoj bolnici za medicinsku rehabilitaciju bolesti srca, pluća i reumatizma Thalassotherapia Opatija.

Tema zdravstvenog turizma i u 2021. godini bila je iznimno aktualna s obzirom na nastavak pandemije koja je diktirala gotovo sve aktivnosti.

- fokus: zdravstvena ponuda i zdravstvena infrastruktura temelj su vraćanja povjerenja naših gostiju, koje će dobiti kroz informaciju br. 1 koju traže, a to je pitanje epidemioloških standarda i zdravstvene sigurnosti na destinaciji
- komunicirano je da će tijekom cijele 2021. godine turizam ovisiti i konstantno se prilagođavati aktualnoj epidemiološkoj situaciji
- s obzirom na potrebu vraćanja povjerenja gostiju u sigurnost destinacije, a to se odnosi prvenstveno na zdravstveno – sanitarno – epidemiološku sigurnost, TZ Kvarnera sudjeluje u nacionalnom programu – kampanji koju vodi Ministarstvo turizma i sporta, pod nazivom „Safe Stay in Croatia“, u kojoj će se diljem Hrvatske obilježiti objekti i sadržaji koji zadovoljavaju standarde i protokole prema preporukama Hrvatskog zavoda za javno zdravstvo
- direktorica dr.sc. Irena Peršić Živadinov, naglasila je kako su temelj zdravstvenog turizma na Kvarneru vrhunske ustanove i medicinski timovi predvođeni

renomiranim, iskusnim liječnicima, te kompletan kvarnerski turistički sektor, u kojem hoteli i drugi smještajni objekti te putničke agencije zajednički s turističkim zajednicama i drugim subjektima kreiraju i promoviraju proizvod koji zovemo zdravstveni turizam; nezaobilazan je čimbenik niz klimatoloških prednosti regije Kvarner, koji uz tradiciju i poznati životni stil Kvarner svrstavaju u top destinacije

- TZ Kvarnera u svojim aktivnostima, zajedno s gospodarstvom i uz potporu Primorsko-goranske županije, potiče optimizam i vjeru da će se posljedice pandemije virusa COVID-19 „izliječiti“, te smo sigurni da će oporavak donijeti nove impulse u putovanjima bez ograničenja, ali uz poštivanje sanitarno-sigurnosno-zdravstvenih standarda, koji će ostati imperativ u putovanjima i boravcima na destinacijama širom svijeta
- najavljeni su novi post-covid programi namijenjeni onima koji su preboljeli koronavirus, a pripremile su ih članice Klastera zdravstvenog turizma, te primjena marketinškog izraza Kvarner Efekt kojim se promovira utjecaj „wellbeing i health“ faktora na Kvarneru
- na konferenciji su na poziv TZ Kvarnera nazočili prof.dr.sc. Viktor Peršić, dr.med. - predsjednik Skupštine Klastera zdravstvenog turizma Kvarnera i ravnatelj Thalassotherapie Opatija, doc.dr.sc. Vladimir Mozetič, dr.med. - predsjednik Klastera zdravstvenog turizma Kvarnera i ravnatelj Doma zdravlja PGŽ, Nataša Rubeša - članica Upravnog odbora Klastera zdravstvenog turizma Kvarnera, zamjenica ravnatelja poliklinika Rident

Ostvareni cilj aktivnosti:

Osiguravanje zdravstvenih, sanitarnih i epidemioloških uvjeta za dolazak na Kvarner u skladu s nacionalnim protokolima, zatim informiranje turističkog sektora – pružatelja raznih usluga, te informiranje gostiju i vraćanje njihovo povjerenja u sigurnost destinacije bio je glavni cilj svih navedenih zajedničkih aktivnosti, a što je u konačnici rezultiralo vrlo dobrim turističkim rezultatima dolazaka i noćenja na Kvarneru tijekom 2021. godine. Kvarner je zadržao status sigurne destinacije te je tijekom 2021. godine Kvarner ostvario 80% noćenja iz rekordne 2019. godine te 38% više u odnosu na 2020. godinu.

---

#### **2.2.4.1. Suradnja s Klasterom zdravstvenog turizma Kvarnera**

Opis aktivnosti:

Tijekom cijele 2021. godine nastavljena je uska suradnja s Klasterom zdravstvenog turizma Kvarnera, u kojem je direktorica TZ Kvarnera dr.sc. Irena Peršić Živadinov na funkciji predsjednice Upravnog odbora. Na sastancima Upravnog odbora teme su bile od značaja za upravljanje krizom uzrokovanom nastavkom pandemije, za upravljanje razvojem zdravstvenog turizma na Kvarneru, kao i koordinacija s drugim tijelima u zdravstvu i zdravstvenom turizmu, od Ministarstva zdravlja, MINTS-a, itd.

U suradnji s Klasterom zdravstvenog turizma Kvarnera pokrenuto je certificiranje Kvarnera kao destinacije zdravlja. Organizirane su bile zajedničke prezentacije, prihvat studijskih grupa specijaliziranih za zdravstveni turizam, press i specijalizirane konferencije i drugo.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Kroz Klaster zdravstvenog turizma Kvarnera i u 2021. godini nastavila se suradnja svih dionika u zdravstvenom turizmu Kvarnera na način da se sustavno i aktivno radilo na kreiranju, upravljanju razvojem i promociji Kvarnera kao destinacije zdravlja. Zahvaljujući umreženosti, svi dionici pravodobno su bili informirani o svim temama važnim za segment zdravstvenog turizma, a sukladno strateškim dokumentima i akcijskih planovima, jedan od zadataka Klastera zdravstvenog turizma Kvarnera koji je posebice bio naglašen u okolnostima pandemije je i promicanje zaštite i zdravlja ljudi i kvalitete života.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri:</b>	TZ Kvarnera i Klaster zdravstvenog turizma Kvarnera
<b>Realizacija aktivnosti:</b>	<b>10.500,00 kn</b>

#### 2.2.4.2. Forum zdravstvenog turizma u Crikvenici

Opis aktivnosti:

Za istaknuti je podrška međunarodnim događanjima na Kvarneru, koji kako po temama, tako i po sudjelovanju svjetski renomiranih predavača i sudionika, značajno doprinose ugledu destinacije kao destinacije zdravlja:

⇒ **CIHT - 9. Crikvenica International Health Tourism konferencija, 04.09.-05.11.2021.**

TZ Kvarnera tradicionalno je, nakon višegodišnje suradnje od samog početka i inicijative za organizaciju konferencije, podržala i devetu po redu Crikvenica International Health Tourism (CIHT) konferenciju. Konferencija je bila održana od 04.11. do 05.11.2021. godine, po prvi puta u hibridnom obliku, a već drugu godinu zaredom u potpunosti na engleskom jeziku. Organizatori konferencije bili su TZG Crikvenice i Klaster zdravstvenog turizma Kvarnera, uz potporu TZ Kvarnera, a suorganizatori su bili Thalassoherapia Crikvenica i Poliklinika Terme Selce. Već tradicionalno, program 9. CIHT konferencije održao se tijekom dva uzastopna dana kroz četiri bloka predavanja, u kojima je ove godine sudjelovalo 17 predavača iz devet zemalja. U cilju razmatranja najnovijih trendova u zdravstvenom turizmu i razmjenu znanja i iskustva, CIHT konferencija ponovno je bila okupila svjetski priznate stručnjake s područja zdravstva, turizma, marketinga i obrazovanja, koji su govorili o sljedećim temama: povezivanje američkog i hrvatskog tržišta zdravstvenog turizma, benefiti raznolikosti turističke ponude, dovođenje internacionalnih pacijenata u Hrvatsku te najnoviji trendovi u zdravstvenom turizmu. Predavači iz devet različitih zemalja



dali su svoj obol navedenim temama: Mario Škugor endokrinolog iz najpoznatije američke Klinike Cleveland, Steven Pavletic, onkolog i predsjednik Udruženja hrvatsko-američkih profesionalaca, Jan de Jong, su-osnivač Webpower Adria te Udruge digitalnih nomada Hrvatske, Vladimir Miholjević, direktor utrke CRO Race, Maria Princivalle, direktorica online platforme BookingsMed za rezervaciju liječenja te Jean-Guy de Gabriac, osnivač World Wellness Weekenda, međunarodno dvodnevnog događanja koje promovira zdrav život.

Za sudionike koji su bili prisutni u Selcu organizirano je i nekoliko dodatnih aktivnosti. Na kraju predavanja prvoga dana, bila je organizirana poslovna radionica pod nazivom „Razvoj destinacije u zdravstvenom turizmu“ koju je vodio gosp. Christian Fadi El-Khoury, suvlasnik najstarije njemačke facilitatorske agencije. Istoga dana, bilo je organizirano i druženje sudionika i večera, dok su sljedećeg dana konferencije sudionici dobili mogućnost održati B2B sastanke s agentima iz šest talijanskih agencija. Predstavnicima 12 institucija održali su sastanke s talijanskim agentima. Istoga dana, organiziran je bio i obilazak Crikveničko-vinodolske rivijere s kušanjem vina u kušaonici Pavlomir.

Na 9. CIHT konferenciju bilo je prijavljeno 350 sudionika koji su konferenciju mogli pratiti online - putem YouTube kanala, a promocija CIHT konferencije provodila se putem službenog Facebook profila konferencije, kao i putem LinkedIn profila Klastera zdravstvenog turizma Kvarnera te mnogobrojnih *newslettera*. Iz epidemioloških razloga i mjera broj sudionika uživo bio je limitiran na 120 osoba. Zaključno, zabilježeno je da su online sudionici, koji su pratili program 9. CIHT konferencije, bili iz čak 55 zemalja svijeta i sa šest kontinenata. CIHT konferencija i ove je godine svim svojim partnerima osigurala veliku vidljivost, a kontinuitet rasta potvrđuje i činjenica kako je doseg porastao za više od 60% u odnosu na 8. CIHT konferenciju, koju su pratili sudionici iz 35 zemalja. Uzimajući u obzir da je snimka programa konferencije objavljene na službenom YouTube kanalu CIHT konferencije, pregledi se nastavljaju povećavati.

⇒ **Food Revolution Day – Internacionalni kongres zdravlja, 27.11.-28.11.2021.**

Kongres je bio održan od 27.11. do 28.11.2021. godine online putem prijenosa uživo na službenoj Facebook stranici Food Revolution Otok Krk. Teme je predstavilo 25 predavača iz cijele Hrvatske, zatim Slovenije, Bosne i Hercegovine te Srbije – stručnjaka iz područja medicine, farmacije, nutricionizma, prehrambene tehnologije, psihologije, kineziologije i srodnih područja. Organizatori ovog zanimljivog događanja bili su studenti iz Udruge Prehrambeno-biotehnološkog fakulteta Probion, lokalna udruga Termen, Hrvatski akademski centar primijenjenog nutricionizma, Hrvatski Zbor Nutricionista, Međunarodna udruga studenata medicine Hrvatska, te brojni partneri.

⇒ **„SCIENCE 4 HEALTH“, 17.09.-18.09.2021.**

1. hrvatski kongres preventivne i sportske medicine te kardiološke rehabilitacije s međunarodnim sudjelovanjem bio je održan u Opatiji od 17.09. do 18.09.2021. godine u organizaciji Thalassotherapie Opatija. Sadržaj simpozija odnosio se na ključna znanja o

medicini životnog stila, preventivskoj i sportskoj medicini i kardiološkoj rehabilitaciji. Predstavljanje poslijediplomskog specijalističkog studija „Sportska i rehabilitacijska medicina“ i novog tematskog udžbenika također su kvalitativni zalag za budućnost zdravstvenog turizma na Kvarneru. Posebna atrakcija kongresa bilo je obaranje Guinnessovog rekorda u najdužem podvodnom hodu u jednom dahu u izvedbi našeg sportaša, svjetski poznatog ronioca na dah, Vitomira Maričića.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Stručne konferencije i znanstvena događanja koja spajaju struku s medicinske/zdravstvene i turističke strane od iznimnog su značaja za doprinos razvoju zdravstvenog turizma Kvarnera i pozicioniranju Kvarnera kao destinacije zdravlja na međunarodnom tržištu. Provedne aktivnosti su u skladu sa strateškim dokumentima.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri:</b>	TZ Kvarnera i partneri
<b>Realizacija aktivnosti:</b>	<b>7.274,00 kn</b>

#### 2.2.4.3. Marketing projekta

Uz rješavanje kriznih i pandemijom nametnutih aktivnosti u cilju osiguravanja uvjeta za boravak i putovanje gostiju, TZ Kvarnera je nastavila s aktivnostima brendiranja zdravstvenog turizma na Kvarneru, i to kroz:

– sudjelovanje na tematskim prezentacijama i poslovnim radionicama:

⇒ **Berlin, ITB - virtualna prezentacija zdravstvenog turizma Kvarnera tijekom održavanja „online izdanja“ najveće svjetske turističke burze, 12.03.2021.**

TZ Kvarnera ponovno se predstavila na najvećoj svjetskoj turističkoj burzi ITB Berlin NOW, koja se ove godine nakon tradicije duge 50 godina po prvi put održala u online izdanju. Nakon 7 godina uzastopnog samostalnog predstavljanja na ovom najvećem i najjačem turističkom sajmu, Kvarner je ove godine bio jedina hrvatska destinacija koja je iskoristila mogućnost virtualne prezentacije za vrijeme trajanja ITB-a. Zadnje dvije godine zdravlje i sve vezano uz njegovo očuvanje definitivno je „top tema“ i upravo zbog toga TZ Kvarnera odlučila je tijekom svog virtualnog trenutka na ITB-u predstaviti ono u čemu smo najbolji. Budući da je za razvoj turizma na Kvarneru zaslužan upravo zdravstveni turizam, htjeli smo naglasak staviti na taj naš jedinstveni dvostruki potencijal - zdravlje i turizam u „paketu“. TZ Kvarnera je prezentirala i predstavila prednosti naše regije kao zdravstvene i lječilišne destinacije koja pruža izvrsne zdravstvene usluge zahvaljujući vrhunskim ustanovama i klinikama, medicinskim timovima predvođenim renomiranim, iskusnim liječnicima koji u svojim praksama koriste moderne medicinske tehnologije. Sve to potvrđuju i brojni vrhunski, svjetski poznati sportaši i natjecatelji iz cijelog svijeta dolaze se dolaze rehabilitirati upravo na Kvarner. Uz zdravstveni turizam predstavljene su i ostale prednosti i raznolika ponuda Kvarnera.

⇒ **Virtualna prezentacija zdravstvenog turizma Kvarnera za njemačke prodajne agente turističkih agencija, touroperatore i predstavnike medija, 13.04.2021.**

U suradnji s predstavništvom HTZ-a u Njemačkoj i njemačkim turističkim medijem FVW dana 13.04.2021. godine Kvarner se kroz virtualnu prezentaciju predstavio prodajnim agentima turističkih agencija, touroperatorima te predstavnicima medija iz Njemačke. TZ Kvarnera kao partner iz Hrvatske predstavila je ponudu zdravstvenog turizma, nastavak je to aktivnosti brojnih općih i specijaliziranih prezentacija koje su se kontinuirano u prethodnim godinama održavale na sajmovima i radionicama u Njemačkoj. Ova virtualna prezentacija održana je na platformi njemačkog stručnog medija iz domene turizma FVW. Ukupno 66 sudionika prezentaciju je pratilo preko službene web stranice FVW-a te službene Facebook stranice. FVW Medien dio je dfv media grupe (Deutscher Fachverlag GmbH), koja je jedna od najvećih neovisnih specijaliziranih medijskih tvrtki u Europi te objavljuje preko 90 specijaliziranih časopisa koji su ciljano namijenjeni trenutnim i budućim „decision maker-ima“, poduzetnicima i prodajnim stručnjacima kroz relevantne B2B naslove i teme. Sudionike je pozdravio i direktor predstavništva HTZ-a u Njemačkoj, gospodin Romeo Dragicchio i voditeljica predstavništva HTZ-a u Münchenu, gospođa Nera Miličić. Oni su zajednički predstavili sveukupnu turističku ponudu Hrvatske i projekt „Safe Stay in Croatia“ budući su dosadašnji kontakti s agentima, ali i istraživanja općenito pokazala da su potencijalnim gostima ipak jedini konačni kriteriji za odluku gdje će provesti svoje godišnje odmore – dobra epidemiološka slika destinacije i sigurnost u smislu provedbe propisanih zdravstveno-higijenskih mjera. Također, istraživanja platforme za obiteljski smještaj Home To Go, pokazala su da je gostima iz Njemačke Hrvatska bila na prvom mjestu kao željena destinacija u kojoj bi proveli svoj odmor, a Kvarner je i dalje bio pri vrhu najomiljenijih destinacija za goste iz Njemačke. To su već ranije potvrdili i podaci o ostvarenom turističkom prometu tijekom Uskrsa, kada su gosti iz Njemačke zauzeli prvo mjesto među inozemnim gostima. Gostima iz Njemačke, jedna smo od najbližih auto destinacija za odmor, kod nas se osjećaju sigurno i dobro poznaju regiju te usprkos svim okolnostima i dalje nas rado posjećuju. Uz zdravstveni turizam, kroz virtualnu prezentaciju predstavili su se i drugi turistički proizvodi koji nadopunjuju zdravstvene programe, poput aktivnosti na otvorenom koje su usko povezane s očuvanjem zdravlja, kao i kvalitetna i zdrava prehrana koju naši gosti mogu lako pronaći u ugostiteljskim objektima „Kvarner Gourmet & Food“ i vinarijama „Kvarner Wines“. Sudjelovanje i ovakva vrsta suradnje s predstavnicima medija iz Njemačke uvelike doprinosi održavanju vidljivosti i imidža regije Kvarner na njemačkom tržištu. Tako je informacija o održanoj virtualnoj prezentaciji Kvarnera došla do velikog broja ljudi u njemačkoj turističkoj branši zahvaljujući objavama koje su uslijedile, a prezentacija je dobila i dodatnu medijsku vrijednost.

⇒ **Abano Terme, European Medical Tourism - prezentacija zdravstvenog turizma Kvarnera, 29.06.-30.06.2021.**

U suradnji s TZ Kvarnera, Klaster zdravstvenog turizma Kvarnera, Poliklinika Rident i Liburnia Riviera Hoteli predstavljali su se na vodećem talijanskom B2B događaju za zdravstveni turizam – EMT (European Medical Tourism) u Abano Termama te su tijekom

trajanja susreta održali niz poslovnih sastanaka "licem-u-lice" s potencijalnim partnerima iz raznih dijelova svijeta. Klaster zdravstvenog turizma Kvarnera je održao prezentaciju pod nazivom "Kvarner – izvor zdravlja Europe", a kroz prezentaciju bila je predstavljena zdravstveno-turistička ponuda Kvarnera i usluge članica Klastera te je poseban naglasak bio stavljen i na "Kvarner Efekt" te post-COVID zdravstvene programe oporavka.

- aktivnost organizacije i prihvata studijskih grupa novinara i agenata specijaliziranih za područje ponude zdravstvenog turizma:
  - ⇒ studijska grupa iz Italije - u 2021. godini izdvajamo studijsku grupu 6 agenata specijaliziranih za zdravstveni turizam iz Italije, koji su u organizaciji Klastera zdravstvenog turizma Kvarnera boravili na Kvarneru od 03.11. do 06.11.2021. godine, te sudjelovali na CIHT konferenciji. Dovođenje navedenih agenata je nastavak suradnje s platformom BookingsMed i njihovom radionicom koja je ove godine održana u Abano Termama u Italiji. Agenti su tijekom studijskog posjeta posjetili klinike, a upoznali su se i sa širom turističkom ponudom, od smještajnih kapaciteta do gastronomske ponude,
  - ⇒ studijska grupa iz Rusije - od značaja za suradnju na tržištu Ruske Federacije bila je grupa od 16 predstavnika zdravstvenog sektora, medicinskih ustanova, voditelja državnih medicinskih ustanova i privatnih klinika u Rusiji te predstavnika Sveučilište Vlade Moskve, koji su se u četverodnevnom boravku na Kvarneru upoznali s ponudom zdravstvenog turizma, obišli klinike Terme Selce, Thalassotherapia Crikvenica, Thalassotherapia Opatija, Specijalnu bolnicu Dr. Nemeč, NZZJZ PGŽ, Dom zdravlja PGŽ, Jadran Galenski laboratorij, te Fakultet za hotelski i turistički menadžment u Iki. Susreli su se s predstavnicima institucija i upoznali se s najboljim upravljačkim praksama zdravstva na Kvarneru
- specijalizirano oglašavanje:
  - ⇒ European HTI News Magazin - u suradnji s Klasterom Zdravstvenog turizma Kvarnera objavljeno je oglašavanje u međunarodnom HTI News Magazinu specijaliziranom za ponudu zdravstvenog turizma, a namijenjeno europskom tržištu,
  - ⇒ Lust auf Kroatien - magazin namijenjen tržištima njemačkog govornog područja - u suradnji s Klasterom zdravstvenog turizma Kvarnera pripremljeno i izvršeno tematsko oglašavanje za 2021. godinu u tiskanom i digitalnom izdanju,
- kreiran novi logotip „Kvarner destinacija zdravlja“ - za potrebe specijaliziranog oglašavanja, isticanja i promocije zdravstvenog turizma na Kvarneru u 2021. godini kreiran je bio logotip „Kvarner destinacija zdravlja / Kvarner Health Destination“ koji se primjenjivao po potrebi
- aplikacija Visit Kvarner - ponuda zdravstvenog turizma na Kvarneru uvrštena u mobilnu aplikaciju koja korisnicima služi kao vodič kroz destinaciju i potiče ih na istraživanje i upoznavanje regije. S obzirom na okolnosti uzrokovane nastavkom pandemije, aplikacija uz informacije o ponudi zdravstvenog turizma na Kvarneru tj. članicama

Klastera zdravstvenog turizma Kvarnera nudi i informacije o nacionalnoj oznaci sigurnosti „Safe Stay in Croatia“

Ostvareni cilj aktivnosti:

U skladu sa strateškim dokumentima i tijekom 2021. godine nastavilo se s promocijom i predstavljanjem ponude zdravstvenog turizma Kvarnera agentima i predstavnicima srodnih institucija i turističkog sektora, radi potencijalne suradnje gospodarskih subjekata s Kvarnera i inozemnih partnera. Prisutnost na tržištu i poticanje interesa za dolazak na Kvarner, u konačnici je i rezultiralo vrlo dobrim turističkim prometom dolazaka i noćenja u 2021. godini. Uz to, promocija brenda, ponude zdravstvenog turizma i prepoznatljivosti regije kroz KVARNER EFEKT tj. isticanjem svih „wellbeing i health“ faktora, doprinijelo je povećanju vidljivosti te povećanim brojem upita, interesa te na kraju i realizaciji turističkog prometa motiviranim na dolazak zahvaljujući upravo ponudi zdravstvenog turizma. Informacije o održanim virtualnim prezentacijama Kvarnera dosegle su do velikog broja ljudi u turističkoj branši zahvaljujući medijskim objavama koje su uslijedile

<b>Nositelji aktivnosti i partneri:</b>	TZ Kvarnera, Klaster zdravstvenog turizma Kvarnera, HGK-predstavništvo Moskva, TZG Crikvenice
<b>Realizacija aktivnosti:</b>	<b>35.192,80 kn</b>

#### 2.2.5. KVARNER CULTURE - RAZVOJ I BRENDIRANJE KULTURNE PONUDE

TZ Kvarnera u 2021. godini provodila je aktivnosti brendiranja kulturnog turizma na Kvarneru. Predstavljanje kulturne ponude Kvarnera bilo je dijelom svih promidžbenih aktivnosti. Promocija uključuje i oglašavanje u tiskanim i elektronskim medijima.

2021. godina bila je i dalje obilježena poslovnim okolnostima koje su definirale okvire aktivnosti u smislu načina realizacije i odabira aktivnosti. TZ Kvarnera je ipak realizirala aktivnosti iz domene kulturnog turizma, u mjeri koliko god je to bilo moguće.

Tematska brošura „Lica kulturnog identiteta“ u izdanju TZ Kvarnera nalazi se na web portal TZ Kvarnera, odnosno dostupna je u digitalnom izdanju u više jezičnih varijanti.

Brend Kvarner Culture primjenjuje se još od 2018. godine, a u 2021-toj godini podbrend Kvarner Maritime Heritage apliciran je kao dio obilježavanja markacija u projektu zaštite pomorske, ribarske i brodograđevne baštine Arca Adriatica.

Tijekom 2021. godine ukupna realizacija aktivnosti na projektu Kvarner Health and Wellbeing iznosila je 140.206,17 kn, detaljna razrada aktivnosti i troškova po pojedinim aktivnostima bila je kako slijedi:

---

### 2.2.5.1. Razvoj i brendiranje kulturne ponude

Opis aktivnosti:

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. Glavnina aktivnosti u 2021. godini provedena je kroz zadane pravce EU projekata na kojima je TZ Kvarnera partner.

Aktivni projekti iz domene kulturnog turizma tijekom 2021. godine bili su:

- „Arca Adriatica“ – zaštita, promocija i turistička valorizacija jadranske pomorske baštine,
- Kulturno-turistička ruta „Putovima Frankopana“

Više o EU projektima pod 2.5.

### Ostali završeni/odrađeni projekti – nastavak aktivnosti i implementacija realiziranih vrijednosti

TZ Kvarnera je i u 2021. godini nastavila s promocijom novostvorenih turističkih proizvoda te je sudjelovala u izradi dodatnih izvješćaja i sadržaja. Naime, 2021. godina bila je godina „kapitalizacije“ ponude kulturnog turizma, stvorene kroz EU projekte završene u prethodnim godinama, a rezultirali su novim turističkim sadržajima (61 tinerary, rute, markacije) na području Kvarnera. TZ Kvarnera je bila partner na projektima, te kao partner ima obavezu osigurati trajanje novostečenih vrijednosti.

Operativno to znači da 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, a projekt **Claustra+** (Prekogranična destinacija kulturnog i zelenog turizma Claustra Alpium Iuliarum) početkom 2020. godine, time nisu stale aktivnosti, kako operativne, tako i financijske prirode, jer je refundacija 85% uloženi sredstava pritjecala tijekom 2021-e godine.

Opis aktivnosti:

**Mala barka 2** (Turistička valorizacija pomorske, ribarske i brodograđevne baštine sjevernog Jadrana kroz stvaranje novih turističkih proizvoda)

U 2021. godini TZ Kvarnera je na razne načine promovirala projekt Malu barku 2:

1. Tijekom studijskih putovanja i sajmova prezentirani su rezultati i atrakcije projekta Mala barka 2
2. Priprema promidžbenih tekstova na temu kvarnerske pomorske baštine
3. Kroz aplikaciju Visit Kvarner napravljen je mini vodič kroz Interpretacijske centre oformljene u sklopu projekta Mala barka 2
4. Itinerari Male barke 2 prijavljeni na globalnu ETC digitalnu kampanju

**ArTVision+** (Očuvanje, zaštita, promocija i razvoj prirodne i kulturne baštine u cilju održivog razvoja)

Također, u sklopu projekta **ArTVision+** TZ Kvarnera je u 2021. godini odradila sljedeće aktivnosti:

1. Sudjelovanje u fokus grupi na temu „Razvoj platforme ArTVision+“
2. Kontinuirano slanje informacija za IT platformu (npr. datumi održavanja manifestacija na području Kvarnera, prijedlog maritimnih itinerara, ...)

**Claustra+** (Prekogranična destinacija kulturnog i zelenog turizma Claustra Alpium Iuliarum)

U sklopu projekta Claustra+ TZ Kvarnera je tijekom 2021. godine odradila sljedeće aktivnosti

1. Priprema dokumentacije za završno izvješće projekta, koje je poslano Ministarstvu regionalnog razvoja i fondova Europske unije
2. Sudjelovanje na sastancima konzorcija Claustra+
3. Nastavak promicanja pješačko-biciklističkih manifestacija
4. Kroz aplikaciju Visit Kvarner napravljen je mini vodič kroz 6 lokacija kasnorimskih ostataka zaštićenih i obnovljenih u sklopu projekta Claustra+

TZ Kvarnera je za vrijeme trajanja projekta Claustra+ bila zadužena za osmišljavanje novih itinerara i organizaciju pješačko-biciklističkih manifestacija, a za naglasiti je da je tada odabrani izvođač, u suradnji s lokalnim turističkim zajednicama na čijem se području nalaze kasnorimski ostaci, prepoznao potencijal lokaliteta Claustre+ i nastavio razvijati itinerare, pa je tako u 2021. godini, unatoč neizvjesnoj situaciji uzrokovanoj nastavkom pandemije, održano nekoliko pješačko-biciklističkih manifestacija na temu Claustre+:

- u svibnju 2021. godine održana je biciklistička tura „Claustra s okusom soli“ Kostrena: tematska vođena tura uz obilazak arheološkog lokaliteta Solin (ruta: Kostrena – Urinj – Sopalj – Solin – Kostrena)
- u studenom 2021. godine održana je pješačka tura „Claustra“, Kostrena
- pješačko-planinarski izlet „Riječka Claustra“, ruta: Municipij – Kalvarija – kanjon Rječine – Hartera; kreiran, ali je odgođen za realizaciju tijekom 2022. godine

Navedeni lokaliteti su izuzetno zanimljivi sudionicima izleta, radi čega izlet dobiva dodatni značaj i sadržaj. Provlačenje povijesnih priča o rimskom obrambenom sustavu doprinosi privlačenju posjetitelja i stvara poseban doživljaj.

Također, za potrebe nadogradnje ponude pješačkih i biciklističkih staza, osmišljene su sljedeće rute:

- Ruta „*Rimskih obrambenih utvrda*“: Dražice – Martinovo Selo – Trnovica – Globići – Studena – Ravno – Radovanj – Podkilavac – Dražice; uključuje obilazak obrambenih zidova Claustra u Studeni i Dražicama
- Rute koje povezuju lokalitete Frankopanskih gradina i kaštela te lokalitete kasnorimskih obrambenih utvrda Claustra+

### **Nagrade i priznanja projektima**

Potvrda uspješnosti projekata su i brojna priznanja koja pristižu i nakon službenih završetaka EU projekata, pa je tako nakon prošlogodišnje pobjede projekta Mala barka 2 u kategoriji za najbolji EU projekt hrvatskih županija, ove godine projekt Claustra+ zaslužno ponio titulu drugog najboljeg EU projekta hrvatskih županija. Projekt Claustra+ se istaknuo među 32 EU projekta koji su bili u konkurenciji za titulu najboljeg u ovogodišnjem izboru. Natječaj su zajednički organizirali Jutarnji list, Hrvatska zajednica županija, portal župan.hr i Ured Europskog parlamenta u Hrvatskoj, uz pokroviteljstvo Ministarstva regionalnog razvoja i fondova EU.

Ostvareni cilj aktivnosti:

TZ Kvarnera nastavila je promovirati i nadograđivati novostvorene turističke proizvode, koji su postali dijelom identiteta uključenih destinacija. Svaki od realiziranih EU projekata je obogatio destinaciju te je stvorena podloga za daljnji razvoj kulturne baštine Kvarnera. Aktivnosti su se provodile sukladno Akcijskim planovima, Planovima promocije, Marketinškim planovima, Smjernicama razvoja destinacije, Krovnim interpretacijskim planovima i ostalim strateškim dokumentima kreiranim posebno za svaki od navedenih EU projekata.

Implementacija novih itinerara u turističke programe dokaz je da EU projekti nedvojbeno obogaćuju destinaciju novim turističkim proizvodima i ponudom od koje svi dionici imaju koristi. Posebno su uspješni programi koji povezuju nekoliko projekata i posjetiteljima pružaju potpuni doživljaj, kao što je to primjerice povezivanje lokacija Frankopanskih kaštela i kasnorimskih obrambenih utvrda Claustra+ u jednoj pješačkoj turi.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri:</b>	TZ Kvarnera, partneri na projektu i lokalne TZ
<b>Realizacija aktivnosti:</b>	<b>47.026,17 kn</b>

*TZ Kvarnera u sklopu vlastitog redovnog poslovanja i vlastitih sredstava vrši dodatnu promociju EU projekata koji su službeno završili.*

#### **2.2.5.2. Filmski festival - Rab Film Festival i History Film Festival**

Poticanje festivala i manifestacija iz domene kulturnog, kao i eventualna domaćinstva produkcijskim projektima u suradnji s drugim sudionicima iz turističkog i umjetničkog sektora važan je dio kulturnog turizma na Kvarneru, čime se postiže pozicioniranje destinacije kao atraktivne pozornice za kulturna događanja.



Opis aktivnosti:

Filmski festivali značajno doprinose etabliranju Kvarnera kao destinacije kulturnog turizma s respektabilnim i jedinstvenim filmskim festivalima, od kojih izdvajamo:

- **RAFF - Rab Film Festival** - na Rabu je od 20.08. do 22.08.2021. godine održano treće izdanje Rab Film Festivala u organizaciji Pučkog otvorenog učilišta Rab i Grada Raba. RAFF je festival istraživačkog filma, partner je eminentnog Sarajevo Film Festivala. Tijekom festivala bili su prikazivani dokumentarni i igrani filmovi, no ono što ovom festivalu dodatno daje mediteranski, tj. morski „štih“, je kino na barkama SEAPLEX KAICH program, u Uvali I. Padova. TZ Kvarnera podržala je organizaciju i promociju RAFF-a.
- **History Film Festival** - 5. History Film Festival održan je od 14.09. do 18.09.2021. godine na pozornicama u Rijeci, Matuljima, Crikvenici i Novom Vinodolskom uz sudjelovanje 23 gosta, autora i urednika nacionalnih televizijskih kuća iz više zemalja, a uz potporu TZ Kvarnera. Uz glavni program prikazivanja povijesnih, dokumentarnih i igranih filmova, snimljene su reportaže i odaslani brojni izvještaji o događanju na Kvarneru, budući su se sudionici u bogatom pratećem sadržaju upoznali s turističkom destinacijom bogate povijesti.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Oba festivala su specifična i jedinstvena po tematici koju niti jedna destinaciju u širem okruženju nema. RAFF Festival je na Rab doveo brojne posjetitelje i predstavnike medija i imao ogromnu vidljivost, a isto tako je History Film Festival bio specifičan, vrhunski događaj koji je okupio profesionalce i medije iz cijelog svijeta. Svi su se u prilici boravka na Kvarneru upoznali s turističkom ponudom Kvarnera i potencijalni su „ambasadori“ destinacije. Filmski festivali popularan su motiv dolaska gostiju i utječu na povećanje turističkog prometa, a Kvarner se ističe kao destinacija kulturnog turizma.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri:</b>	TZ Kvarnera i partneri
<b>Realizacija aktivnosti:</b>	<b>38.180,00 kn</b>

### 2.2.5.3. Aplikacija za prikaz kulturnih atrakcija (Osor)

Opis aktivnosti:

Projektom Osorski vremeplov (eng. Osor Time Machine) zahvaljujući tehnologiji virtualne i proširene stvarnosti, korisnici kroz 11 priča na zanimljiv i uzbudljiv način imaju priliku upoznati Osor kakav je nekada bio, od antike, srednjeg vijeka pa do danas. Rekonstrukcije mogućih situacija i prostora koje se prikazuju kroz projekt temeljene su na arheološkim i drugim stručnim istraživanjima. Šetajući Osorom kroz 45 minuta, kombinacijom naočala virtualne stvarnosti i posjeta lokacijama „uživo“ istovremeno se uči o povijesti Osora i uživa u prirodnim ljepotama mjesta.

Kupovina karata te preuzimanje naočala i slušalica organizirana je u Arheološkoj zbirci Osor, Lošinjski muzej. Cijeli projekt osmišljen je na otvorenom, gdje će korisnici na označenim lokacijama aktivirati svoje naočale i tako uroniti u prošlost. Korisnici mogu birati između 5 jezika, te narator zatim kroz dvije do pet minuta (ovisno o priči) vodi korisnika kroz šetnju po odabranim lokacijama

#### Predstavljanje projekta

Projekt je bio predstavljen 21.06.2021. godine u 10:18 sati u Osoru. Satnica je simbolizirala godinu 1018. kada je kuna prvi puta korištena kao platežno sredstvo, upravo u Osoru.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Cilj projekta bio je valorizirati prirodnu baštinu i bogatu povijest Osora, stvoriti dodatnu vrijednost i atraktivan turistički doživljaj, te na poučan i zanimljiv način uz pomoć virtualne tehnologije razvijati smjer kulturnog turizma. Sukladno zakonskim zadaćama te smjernicama kroz Strategiju razvoja turizma Kvarnera, TZ Kvarnera prepoznala je projekt kao iskorak u kulturnoj ponudi otoka Lošinja i Kvarnera te je kroz sufinanciranje pomogla njegovu realizaciju.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri:</b>	TZ Kvarnera i TZG Malog Lošinja
<b>Realizacija aktivnosti:</b>	<b>50.000,00 kn</b>

---

#### **2.2.5.4. Griffon Friendly – oznaka kvalitete**

TZ Kvarnera je i tijekom 2021. godine nastavila sudjelovati u zaštiti bjeloglavih supova, koji se često koriste u promociji destinacije kao dokaz održivog razvoja i zelenog turizma.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri:</b>	TZ Kvarnera i partneri
<b>Realizacija aktivnosti:</b>	<b>5.000,00 kn</b>

---

#### **2.2.6. RAZVOJ CRUISING-A**

Opis aktivnosti:

Iako su koncem 2020. godine post COVID-19 najave za dolazak cruiser-a u Rijeku bile dobre, nažalost broj dolazaka se mijenjao, odnosno otkazivao. U 2021. godini u Rijeku je uplovio brod Eurodam, kompanije Holland America Line s 952 putnika i 844 članova posade. Brod je bio na sidrištu, putnici su prebačeni brodskim čamcima na obalu, a ovlaštena

agencija je organizirala desetak izleta na različite destinacije na Kvarneru i u Istri. Naime, brodari su u suradnji sa strukom izrađivali svoje planove, donosili mjere i postupke daljnjeg poslovanja u uvjetima nastavka pandemije, međutim i dalje je u cruising industriji planiranje putovanja bilo vrlo neizvjesna. Uz to, razne države Mediterana, imale su na snazi vlastita epidemiološka ograničenja i mjere.

Uz cruising, welcome servis tj. doček dobrodošlice je tijekom godine bio organiziran za dolaske vlakovima, manjim kružnim brodovima i dr.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Cruising industrija bio je još jedan od segmenata turizma koji se u okolnostima nastavka pandemije sporije oporavljao. Usprkos tome što su najave za broj uplovljavanja cruiser-a u Rijeku tijekom 2021. godine bile nešto bolje nego tijekom 2020. godine, nažalost broj dolazaka se neprestano mijenjao tj. došlo je do brojnih otkazivanja.

S obzirom na situaciju, TZ Kvarnera je sredstva predviđena za organizaciju dočeka dobrodošlice gostima s cruiser-a, koja se tradicionalno provodila, prenamijenila za organizaciju dočeka dobrodošlice gostima s vlakova i kružnih krstarenja jedrenjacima, tj. oblicima organiziranih putovanja za kojima je tijekom 2021. godine postajao interes gostiju i koja su u uvjetima nastavka pandemije realizirala dolaske i odlaske.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri:</b>	TZ Kvarnera
<b>Realizacija aktivnosti:</b>	<b>7.134,37 kn</b>

#### 2.2.7. BRENDIRANJE KVARNERA / GREEN DESTINATION

Opis aktivnosti:

TZ Kvarnera je tijekom 2021. godine provela nekoliko aktivnosti vezano uz brendiranje Kvarnera kao održive destinacije:

⇒ **Okrugli stol na temu „Kvarner - održiva turistička destinacija“, 19.10.2021.**

Stručni susret u obliku Okruglog stola kojeg su zajednički organizirali TZ Kvarnera i FMTU iz Opatije obradio je jednu od trenutačno najaktualnijih tema u turističkom sektoru - održivi razvoj turizma u smislu energetske učinkovitosti u velikim hotelskim kućama i što po tome pitanju rade kvarnerski hotelijeri. Glavni cilj ovog susreta bio je okupiti predstavnike kvarnerskih hotelijera i javnih institucija s regionalne i državne razine, kako bi ih povezali i pružili im odgovore na sva pitanja vezano uz natječaje, bespovratna sredstva ili mogućnost prijave na projekte iz domene održivog gospodarenja energijom, energetska učinkovitost i obnovu te zaštitu okoliša. Okruglim stolom moderirala je direktorica TZ Kvarnera dr.sc. Irena Peršić Živadinov, kojoj je tema održivog razvoja u turizmu i energetska učinkovitost u hotelima posebno bliska budući da je svoj znanstveno-

istraživački rad posvetila upravo proučavanju utjecaja turističkih aktivnosti na ekonomiju, ekologiju i društvo. Na Okruglom stolu sudjelovali su predstavnici nekoliko kvarnerskih hotelijera, zatim Igor Radić, savjetnik ministrice turizma i sporta, i izv.prof.dr.sc. Marinela Krstinić Nižić, prodekanica za razvoj pri FMTU i profesorica na kolegiju Gospodarenje energijom u turizmu. Ideja koja je stajala iza organizacije stručnog skupa bila je da hotelijeri iz prve ruke dobiju adekvatne odgovore na svoja pitanja, ali i da čujemo što se sve radi i koji su sve preduvjeti za ulaganja u održivost poslovanja hotela potrebni, posebno kada se govori o energetskej učinkovitosti i održivom gospodarenju energijom. Svoje planove, iskustva i vizije na Okruglom stolu podijelili su Dražen Pavlič iz Liburnia Riviera Hoteli d.d., zatim Benjamin Craciun iz Hilton Rijeka Costabella Beach Resort & Spa, Robert Klanac iz Amadria Park-a te Sara Božić iz Jadran Crikvenica d.d.

⇒ **projekt INHERIT (Strategija održivog turizma za očuvanje i valorizaciju prirodne baštine obalnog i morskog područja Mediterana) - prezentacija rezultata projekta, 22.12.2021.**

MINTS i Institut za poljoprivredu i turizam Poreč (IPTPO) dva su od ukupno 15 projektnih partnera iz 10 zemalja s područja Mediterana, čiji je cilj zajednički rad na očuvanju i valorizaciji prirodne baštine u obalnim i priobalnim MED destinacijama. Projekt će testirati i razviti novi pristup prilagođen MED specifičnostima, štiteći prirodnu baštinu od štetnih učinaka intenzivnog razvoja turizma. Projekt je financiran u sklopu Interreg Mediteran (MED) programa u trajanju od 01.02.2018. do 31.01.2022. godine, s ciljem razvoja održivog turizma u sklopu prioritetne osi 3: Zaštita i promicanje prirodnih i kulturnih resursa Mediterana i specifičnog cilja 3.1: Promicanje razvoja održivog i odgovornog obalnog i priobalnog turizma u MED području.

Ukupni budžet cijelog projekta iznosi 42.094.950,00 kn (5.612.660,00 EUR), od čega se 85% sufinancira iz Europskog fonda za regionalni razvoj u iznosu od 34.827.007,50 kn (4.643.601,00 EUR) i IPA-e u iznosu od 953.700,00 kn (127.160,00 EUR) (Crna Gora).

Ukupni budžet MINTS-a u sklopu projekta iznosi 2.556.600,00 kn (340.880,00 EUR), od čega se 85% sufinancira iz Europskog fonda za regionalni razvoj, a 15% iz nacionalne komponente.

Projekt INHERIT se prije svega temelji na suradnji raznih dionika: Ministarstva, JLS/JRS, drugih institucija, NVO, turističkih poduzeća, MSP, stručnjaka za zaštitu okoliša, građana itd.

### **Dr.sc. Irena Peršić Živadinov INHERITURA ambasadorica i članica savjetodavne službe**

Dr.sc. Irena Peršić Živadinov na zamolbu MINTS-a postala je ambasadorica INHERITURA područja u sklopu projekta INHERIT, i time će se u suradnji s MINTS-om i Institutom za turizam i poljoprivredu Poreč (IPTPO) ponuditi konzultacije trećim stranama zainteresiranim za INHERIT pristup, usmjeravajući ih kako uspostaviti INHERITURA

područja na vlastitom teritoriju, kapitalizirajući dosadašnje iskustvo INHERIT-a tj. nastaviti će se zajednički provoditi kampanja kapitalizacije projekta s ciljem proširenja INHERITURA područja, na koji se mogu javiti sve javne ustanove, odnosno tijela koja upravljaju obalnim prirodnim područjima, a u čijem je fokusu djelovanja održivi turizam i zaštita prirodne baštine. INHERITURA područje podrazumijeva područje unutar regije koje ima obalu ili više od polovice stanovništva koje živi manje od 50 km od mora. Konceptija MED INHERITURA lokacija predstavljat će područja na kojima će se provoditi turističke aktivnosti pod povećanom zaštitom prirodne baštine, uz dodjelu odgovarajuće oznake tj. INHERITURA oznake kako bi se osigurala vidljivost i funkcija kao pečat održivosti turizma.

MINTS i Institut za turizam i poljoprivredu Poreč (IPTPO) zajedno s četvero ambasadora čine INHERITURA savjetodavnu službu. Naime, u svakoj zemlji INHERIT partnerstva, kontaktne točke (projektni partneri i ambasadori) čine zajedno savjetodavnu službu koja za cilj ima pomoći usmjeriti zainteresirane treće strane (Javne ustanove) u uspostavljanju INHERITURA područja i primanju INHERITURA oznake. Savjetodavna služba će tako funkcionirati kao služba za pomoć, referentna točka s kojom će treće strane prvo komunicirati ako se žele prijaviti za oznaku INHERITURA. Budući da je predviđeno da INHERITURA savjetodavna služba nastavi s radom nakon završetka projekta (3 do 5 godina), to osigurava da će ambasadori nastaviti informirati i širiti informacije o INHERIT projektu i njegovim prednostima. To će doprinijeti da rezultati INHERIT -a budu trajni, šireći pristup INHERIT-a javnim tijelima i menadžerima turističke industrije. U međuvremenu se očekuje da će oznaka biti prihvaćena od nacionalnih ili drugih EU tijela na Mediteranu, što se treba dogovoriti.

#### INHERITURA ambasadori u Hrvatskoj:

Turistička zajednica Dubrovačko-neretvanske županije, direktor Vladimir Bakić

Turistička zajednica Zadarske županije, direktorica Mihaela Kadija

Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije, direktor Joško Stella

Turistička zajednica Primorsko-goranske županije, direktorica dr.sc. Irena Peršić Živadinov

#### **Prezentacija projekta i sastanak u okviru Kampanje realizacije, 22.12.2021.**

Prezentacija rezultata projekta te jedan od sastanaka u okviru Kampanje kapitalizacije projekta bio je održan 22.12.2021. godine u Centru za posjetitelje Poklon u Parku prirode Učka. Prezentaciji i sastanku nazočili su predstavnici MINTS-a i Instituta za turizam i poljoprivredu Poreč, zatim direktorica dr.sc. Irena Peršić Živadinov kao ambasadorica projekta, predstavnici JU Priroda i JU Zavod za prostorno uređenje PGŽ te predstavnici medija.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Brendiranje Kvarnera kao održive i eko destinacije jedan je od ciljeva koji je definiran kroz Strategiju razvoja turizma na Kvarneru a i nastaviti se kroz novi dugoročni strateški razvojni okvir tj. novu Strategiju razvoja turizma Kvarnera do 2030. godine koja je u fazi izrade te kroz Strategiju razvoja održivog turizma Hrvatske do 2030. godine i Nacionalni plan razvoja

održivog turizma Hrvatske od 2021. do 2027. godine. Ono što gosti na Kvarneru prepoznaju kao glavnu kvalitetu i adut turističke ponude regije jest upravo očuvanost prirode i autohtoni doživljaj Kvarnera. Održivi razvoj uključuje turizam, ali isključivo na dobrobit lokalnog stanovništva i uz neprekidnu obavezu da se ne narušava okoliš. Naime, visoki ekološki standardi i održivi turizam postaje od sve veće važnosti pri odabiru destinacije za odmor kod primjerice gostiju iz Njemačke, Austrije i Švicarske koji zajedno čine gotovo 50% udjela u ostvarenom turističkom prometu na Kvarneru.

S obzirom na spremnost i suradnju velikih hotelskih kuća s područja Kvarnera, FMTU-a te MINTS-a da svojim razmišljanjima, idejama i iskustvima pridonesu daljnjem razvoju Kvarnera kao održive turističke destinacije, aktivnost edukacije i promoviranja održivog turističkog razvoja je uspješno odrađena.

Uz to, zahvaljujući preuzetoj ulozi ambasadorice dr.sc. Irena Peršić Živadinov nastavlja se informiranje o projektu INHERIT te mogućnosti da se odabrana područja na Kvarneru karakteriziraju kroz zaštitu okoliša i prirodne baštine, valorizaciju prirodnih dobara, pristup „odozdo prema gore“ i participativni pristup održivom turizmu. Također, postignut je i dogovor da se JU Priroda u 2022. godini prijavi za oznaku INHERITURA i na taj način uključi u projekt INHERIT, a zajedničkim nastojanjima doprinijet će se daljnjoj zaštiti prirodne baštine Kvarnera od potencijalno štetnih učinaka intenzivnog razvoja turizma.

U pripremi je i nova Strategija razvoja održivog turizma Hrvatske do 2030. godine i Nacionalni plan razvoja održivog turizma Hrvatske od 2021. do 2027. godine, bit će to dva strateška dokumenta koja će dati smjernice za dugoročnu održivost hrvatskog turizma. O održivom razvoju turizma promišlja se već dugi niz godina, a donošenjem Europskog zelenog plana u 2019. godini definiran je temeljni prijedlog kojim bi se do 2030. godine klimatskim, energetske, prometnim i poreznim politikama smanjile emisije stakleničkih plinova za barem 55% u usporedbi s razinama iz 1990. godine, a do 2050. godine ambicija je da Europa nema emisija stakleničkih plinova i time postane prvi klimatski neutralan kontinent.

U srpnju 2021. godine usvojen je i Nacionalni plan za oporavak i otpornost vrijedan ukupno 47 milijardi kuna, od toga za turizam je osiguran iznos od 2,2 milijarde kuna. MINTS je u pripremi ovog plana napravio svojevrsni iskorak osiguravajući dio sredstava i za turistički sektor i njegova ulaganja u energetske učinkovitost. 60% novca iz plana bit će namijenjeno privatnom sektoru, a prvi natječaji krenut će sredinom 2022. godine.

Ususret natjecajima tijekom studenog i prosinca održan je niz edukacija i radionica na kojima se prezentiralo što je to energetska učinkovitost, što je to zeleno poslovanje i digitalna transformacija u turizmu. Nakon radionica MINTS je na teren uputio i anketu o zainteresiranosti i spremnosti projekata koji bi se prijavili za povlačenje sredstava iz Nacionalnog plana za oporavak i otpornost, kako bi vidjeli koji postotak projekata je već spreman.

U prosincu 2021. godine Hrvatska je preuzela predsjedanje UNWTO Odborom za turizam i održivost za razdoblje od kraja 2021. do kraja 2023. godine.

## 2.3. PODRŠKA RAZVOJU TURISTIČKIH DOGAĐANJA

### 2.3.1. POTPORE MANIFESTACIJAMA I PROJEKTIMA; JAVNI POZIV TZ KVARNERA

#### Opis aktivnosti:

Iako je Planom bilo predviđeno raspisivanje Javnog poziva za sufinanciranje manifestacija i projekata koji se provode na području Kvarnera, a u cilju unapređenja/obogaćivanja kvalitete turističkog proizvoda/ponude pojedine destinacije i regije u cjelini, stvaranju prepoznatljivog imidža destinacije, preporuka MINTS-a i HTZ-a je bila, da se zbog očuvanja stabilne epidemiološke slike što je bio i preduvjet za uspješnu turističku sezonu, ne organiziraju manifestacije i događanja koje podrazumijevaju okupljanja, odnosno otežano provođenje epidemioloških mjera zaštite. Odlukom Turističkog vijeća TZ Kvarnera, radi očuvanja sigurne turističke sezone, od te aktivnosti se odustalo.

#### Ostvareni cilj aktivnosti:

Kako bi se u što većoj mjeri provodila sigurna turistička sezona, te u što manjoj mjeri poticala okupljanja i stvarali preduvjeti za otežano provođenja epidemioloških mjera zaštite, Javni poziv za dodjelu bespovratnih novčanih sredstava za događanja na području Kvarnera u 2021. godini nije raspisan.

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

#### Opis aktivnosti:

Sufinancirani su projekti manje razvijenih turističkih zajednica temeljem objavljenog Javnog poziva prema slijedećim turističkim zajednicama: Matulji, Ičići, Kostrena, Bakar, Kraljevica, Čavle, Kastav, Viškovo, Jelenje, Općine Vinodolske, Vrbnik, Gorski kotar. Prijavu je dostavilo 10 turističkih zajednica za ukupno 14 kandidatura programa projekata za koje je dodjeljeno sveukupno 150.000,00 kn.

#### Ostvareni cilj aktivnosti:

Potpomognut je i potaknut razvoj turizma na turistički nedovoljno razvijenim područjima na način da se na tim područjima stvara atraktivan turistički proizvod s ciljem jačanja identiteta, vidljivosti i prepoznatljivosti turističke ponude destinacije i stvaranja motiva dolaska u destinaciju, jačanja identiteta Županije kao destinacije te povećanju kvalitete i konkurentnosti turističke ponude Županije.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri:</b>	TZ Kvarnera i partneri
<b>Realizacija aktivnosti:</b>	<b>155.160,00 kn</b>

### 2.3.3. OSTALA MANJA SUFINANCIRANJA

#### Opis aktivnosti:

Prema Programu rada i potrebama bila je pružena potpora (do 5.000,00 kn) manjim projektima i događanjima.

#### Ostvareni cilj aktivnosti:

Kroz aktivnosti sufinanciranja manjih projekata i događanja, doprinijelo se obogaćivanju sadržaja i ponude na Kvarneru tijekom 2021. godine.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri:</b>	TZ Kvarnera i partneri
<b>Realizacija aktivnosti:</b>	<b>34.490,80 kn</b>

### 2.4. FOND ZA TURISTIČKE ZAJEDNICA NA TURISTIČKI NEDOVOLJNO RAZVIJENIM PODRUČJIMA – RAZVOJ I UNAPREĐENJE GORSKOG KOTARA

#### Opis aktivnosti:

TZ Kvarnera provodila je marketinške aktivnosti s ciljem promoviranja turističke ponude Gorskog kotara i financirala je provedbu i izradu promidžbenih alata: tisak i dotisak brošura i karata, održavanje web stranica i mobilnih aplikacija.

Tijekom 2021. godine pružena je stručna i pravna pomoć pri ustrojavanju turističkog ureda TZ Gorskog kotara, i to:

- pomoć u provedbi natječaja za direktora/icu,
- predano u vlasništvo i na raspolaganje cjelokupan offline i online promidžbeni alat (brošure, katalozi, karte, web stranice [www.gorskikotar.hr](http://www.gorskikotar.hr) i [www.gorskikotarbike.com](http://www.gorskikotarbike.com))
- sufinancirana kampanja oglašavanja Gorskog kotara na bill-boardima = 130.000,00 kn



Ostvareni cilj aktivnosti:

Sve realizirane aktivnosti proizlaze iz smjernica Master plana turističkog razvoja Gorskog kotara za razdoblje od 2020. do 2026. godine. Tijekom 2021. godine nastavila se dobra suradnja s relevantnim dionicima u turizmu Gorskog kotara. Tu se posebno se ističe Nacionalni park Risnjak, JU Priroda te gospodarski subjekti s područja Gorskog kotara. Cilj je bio promovirati Gorski kotar kao outdoor destinaciju, od jednostavne relaksacije i boravka u netaknutoj prirodi do zahtjevnih sportskih aktivnosti, zatim kao destinaciju izvrsne autohtone gastronomske ponude te destinaciju kulturnih i prirodnih znamenitosti. Aktivnost je uspješno odrađena, a da je planirani cilj postignut vidljivo je iz rezultata ostvarenog turističkog prometa budući je Gorski kotar jedini među kvarnerskim destinacijama tijekom 2021. godine ostvario gotovo jednak broj noćenja kao i 2019. godine (odnosno 98% noćenja iz 2019. godine).

<b>Nositelji aktivnosti i partneri:</b>	TZ Kvarnera i TZ Gorskog kotara
<b>Realizacija aktivnosti:</b>	<b>152.713,00 kn</b>

## 2.5. EU PROJEKTI

TZ Kvarnera sudjeluje u pripremi dokumenata koje izrađuje MINTS, 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, MINTS je u procesu pripreme strateških dokumenata, planova i programa za koje će se u sljedećem sedmogodišnjem razdoblju koristiti sredstva iz europskih fondova.

Tijekom 2021. godine TZ Kvarnera je provodila dva EU projekta:

- projekt Arca Adriatica (zaštita, promocija i turistička valorizacija jadranske pomorske baštine)
- projekt Kulturno-turistička ruta Putovima Frankopana

TZ Kvarnera je u kontaktu s nadležnim konzultantima i institucijama, kako bi na vrijeme saznala i bila u prilici odabrati sudjelovanje u novim projektima te je u studenom 2021. godine odobren novi EU projekt pod nazivom "UP - & REskilling Sustainable Tourism in a new digital era" ili skraćeno UPREST, na kojem će, uz TZ Kvarnera, sudjelovati još četiri partnera iz Švedske i Italije.

## 2.5.1. ARCA ADRIATICA (TRAJE DO 31.12.2021.)

O projektu:

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

NAZIV PROJEKTA	PARTNERI	PRORAČUN	PROGRAM
<b>ARCA ADRIATICA</b>	1. PGŽ - 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, bio je dio treće prioritetne osi "Okoliš i kulturna baština" programa INTERREG Italija-Hrvatska. Provođenje projekta službeno je započelo 01.01.2019. godine, a trajalo je do 31.12.2021. godine. Budući da se kroz projekt nastavilo raditi na zajedničkoj zaštiti, promociji i turističkoj valorizaciji jadranske pomorske baštine, projekt ARCA ADRIATICA predstavljao je svojevrsni nastavak uspješno realiziranih EU projekata Mala barka i Mala barka 2.

Vodeći partner na projektu bio je PGŽ, dok su ostali partneri bili: 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.

Projekt ARCA ADRIATICA obuhvaćao je tri međusobno povezane koncepcije:

1. **SUSTAVNI RAZVOJ** - izrada zajedničkih smjernica za razvoj održivog kulturnog turizma koji se temeljio na pomorskoj baštini lokalnih luka, te osnivanje i koordinaciju 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, izrada zajedničkih turističkih itinerara, osnivanje i koordinacija centara za promociju, kao i univerzalna promotivna kampanja 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 se mogu ažurirati nacionalni registri, razvoj virtualnih muzeja, a najvažnije - sustavno obrazovanje djece i mladih kroz osnivanje Akademije pomorskih obrta i vještina. Stoga, svojim aktivnostima na različitim razinama djelovanja, projekt je kombinirao razvoj i promociju zajedničkog turističkog proizvoda, a istodobno trajno čuva i štiti bogatu pomorsku baštinu koju država od nestanka. Uspostava Centara izvrsnosti omogućava sustavni, usklađeni i proporcionalni pristup razvoju i osiguranju održivosti takvih kulturno-turističkih proizvoda. Taj koncept provodio se na cijelom području uključenih partnera - prilagodit će se interpretacijski centri u Malinskoj, Cerviji, Veneciji, Rovinju i Tkonu, ali i sve ostale aktivnosti bile su provedene gotovo na svakom mjestu graničnog područja.

TZ Kvarnera je partner na projektu (PP 2), te je tijekom trajanja projekta bila zadužena za provedbu sljedećih aktivnosti:

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 odvijale se u skladu s dinamičkim planom projekta, uz manje izmjene uslijed nastavka okolnosti izazvanih pandemijom, slijedom preporuka tijela TZ Kvarnera, općih epidemioloških mjera i ograničenja te neizvjesne turističke godine i nedefiniranih prihoda.

Tijekom 2021. godine TZ Kvarnera je nastavila koordinirati radnim paketom broj 5 (RP 5 - Promotivna kampanja zajedničkog turističkog proizvoda) te je ukupna realizacija aktivnosti na projektu Arca Adriatica iznosila 1.013.762,50 kn.

*Uz navedeni iznos koji se odnosi na podugovorene izvođače pojedinih aktivnosti i budžeta određenog projektnom prijavnicom, TZ Kvarnera je u sklopu vlastitog poslovanja i vlastitih sredstava vršila dodatnu promociju EU projekta Arca Adriatica.*

### **2.5.1.1. Administrativno-tehničke aktivnosti**

Opis aktivnosti:

Tijekom čitave 2021. 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 je održavala kontinuiranu komunikaciju s Ministarstvom regionalnog razvoja i fondova Europske unije te Zajedničkim tajništvom programa Interreg Italija-Hrvatska.

#### **Ostale aktivnosti**

TZ Kvarnera je tijekom 2021. godine surađivala s partnerima u svim ostalim aktivnostima, a neke od njih su:

- sudjelovanje na partnerskim sastancima (svi partneri s talijanske i hrvatske strane): 2 (online i uživo)
- sudjelovanje na operativnim sastancima: 11 (koordinacijski sastanci, sastanci Povjerenstva za markacije, sastanci s izvođačima promidžbene kampanje, sastanci Centra izvrsnosti Kvarnera, sastanci Centara promocije i dr.)
- priprema i slanje polugodišnjih izvještaja o objavljenim člancima u raznim medijima vezano uz projekt Arca Adriatica
- priprema i slanje polugodišnjih izvještaja o ciljnim skupinama postignutima kroz održavanje manifestacija u 2021. godini u sklopu projekta Arca Adriatica
- priprema Izvještaja o provedenoj promidžbenoj kampanji i njezinim učincima
- koordinacija Centra izvrsnosti Kvarnera

Ostvareni cilj aktivnosti:

Cjelokupni budžet je uspješno utrošen te su na temelju vjerodostojnih dokaznica prihvaćeni troškovi nastali u sklopu Projekta i TZ Kvarnera je odobrena refundacija istih. Za naglasiti je da je 100% svih prijavljenih troškova odobreno od strane nadležnog tijela. Kako bi se osigurala uspješna provedba EU projekta, ključna je suradnja partnera, što je i postignuto.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri:</b>	TZ Kvarnera, partneri na projektu i tvrtka Logoteam d.o.o.
<b>Realizacija aktivnosti:</b>	<b>37.318,00 kn</b>

### 2.5.1.2. Kreiranje i izrada digitalnih i tiskanih promotivnih materijala

Opis aktivnosti:

TZ Kvarnera je u sklopu projekta Arca Adriatica kreirala i izradila više vrsta tiskanih i digitalnih promotivnih materijala.

Izrađeni tiskani promotivni materijali:

- 1.250 letaka na hrvatskom, engleskom, talijanskom i njemačkom jeziku
- 1.250 brošura na hrvatskom, engleskom, talijanskom i njemačkom jeziku
- 23 zastavice za drvene barke obnovljene u sklopu projekta

Izrađeni digitalni promotivni materijali:

- 1 promotivni film u trajanju od 3 min
- 2 promotivna spota u trajanju od 30 sek
- 2 promotivna spota u trajanju od t 15 sek

Tiskani promotivni materijali bili su distribuirani na maritimnim manifestacijama, sajmovima i konferencijama te je izvršena njihova distribucija na info punktove i centre promocije lokalnih turističkih zajednica.

Digitalni promotivni materijal se prikazivao tijekom nastupa na sajmovima, konferencijama, a svi promotivni video spotovi se nalaze i na službenom YouTube kanalu projekta Arca Adriatica (<https://www.youtube.com/channel/UC8FQobT8YIilbmRu1xfXLrg>).

Uz izradu navedenih promotivnih materijala, TZ Kvarnera je na području Kvarnera postavila i 48 markacija kojima su označene razne atrakcije koje valoriziraju maritimnu baštinu (muzeji, barke, uvale, skulpture, zgrade, luke, ribarske kućice, interpretacijski centri, sakralni objekti, brodogradilišta, tunere, itd.) i ujedno predstavljaju interesne točke turističkih itinerara izrađenih u sklopu Projekta.

Izrađene su tri vrste markacija:

- oznaka (sadrži naziv atrakcije, logo Kvarner Maritime Heritage i QR kod)
- proširena oznaka (sadrži naziv atrakcije uz kratak opis, logo Kvarner Maritime Heritage i QR kod)
- interpretacijska ploča (sadrži naziv atrakcije uz detaljan opis, logo Kvarner Maritime Heritage i QR kod)

Svih 48 markacija je višejezično (hrvatski, engleski, talijanski i njemački) i sadrži QR kod koji vodi na virtualni muzej projekta Arca Adriatica ([arcaadriatica.eu](http://arcaadriatica.eu)).

Ostvareni cilj aktivnosti:

Aktivnost je provedena sukladno smjernicama iz Marketinškog plana projekta i Plana promocije turističkog proizvoda Arca Adriatica. Izradom promotivnih materijala omogućena je provedba opsežne promotivne kampanje kojom je velik broj

posjetitelja/gledatelja/čitatelja upoznat s kvarnerskom pomorskom baštinom. Također, omogućena je veća vidljivost uključenih destinacija, povećana je dostupnost pomorske baštine, povećan je broj trajno zaštićenih artefakata pomorske nematerijalne i materijalne baštine, povećan je broj posjetitelja (domaćih i inozemnih) koji su se upoznali s bogatom kvarnerskom maritimnom baštinom.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri:</b>	TZ Kvarnera, partneri na projektu, lokalne TZ, tvrtka Kindin d.o.o. i tvrtka Alphera d.o.o.
<b>Realizacija aktivnosti:</b>	<b>197.187,50 kn</b>

### 2.5.1.3. Provedba promotivne kampanje

Opis aktivnosti:

TZ Kvarnera je putem raznih kanala provela opsežnu promotivnu kampanju projekta Arca Adriatica, koja se sastojala od više aktivnosti:

- izrada Media plana turističkog proizvoda Arca Adriatica
- organizacija studijskog putovanja za novinare, bloggere, influencere, djelatnike u turizmu (dvodnevno putovanje s naglaskom na upoznavanje kvarnerske pomorske baštine: Rijeka-Malinska-Krk-Mali Lošinj-Mošćenička Draga)
- sudjelovanje i prezentacija projekta na nautičkom sajmu u Biogradu na Moru
- organizacija konferencije za medije tijekom manifestacije Smotra i regata tradicijskih barki na jedra u Mošćeničkoj Dragi
- više od 20 objava u digitalnim i tiskanim medijima
- 1 gostovanje na televiziji

Ostvareni cilj aktivnosti:

Glavni cilj projekta bio 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. TZ Kvarnera je sukladno smjernicama iz Marketinškog plana projekta te Media plana i Plana promocije turističkog proizvoda Arca Adriatica, a s ciljem da se maksimalno zaštititi postojeća materijalna i nematerijalna pomorska baština, provela opsežnu promotivnu kampanju, kojom je velik broj domaćih i inozemnih posjetitelja i gostiju upoznao bogatu maritimnu baštinu Kvarnera.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri:</b>	TZ Kvarnera, partneri na projektu, lokalne TZ i tvrtka Alphera d.o.o.
<b>Realizacija aktivnosti:</b>	<b>409.230,00 kn</b>

#### 2.5.1.4. Organizacija tematskih turističkih manifestacija

Opis aktivnosti:

Tijekom 2021. godine na Kvarneru je u sklopu projekta Arca Adriatica održano 5 maritimnih manifestacija:

- Smotra i regata tradicijskih barki na jedra u Mošćeničkoj Dragi
- Krčka jedra u gradu Krku
- Ribarski tjedan u Crikvenici
- Festival „Lošinjskim jedrima oko svijeta“ u Malom Lošinju/Nerezinama
- Kvarnerski festival mora i pomorske tradicije – Fiumare u Rijeci

Unatoč zahtjevnoj situaciji uzrokovanoj nastavkom pandemije i uz strogo poštivanje mjera Stožera civilne zaštite održano je svih 5 planiranih manifestacija. Svaka od njih je imala bogat program, a za istaknuti su smotre i regate tradicijskih barki u plovidbi, radionice tradicijskih pomorskih vještina, predavanja na temu maritimne baštine i tematske izložbe.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Aktivnost je provedena sukladno smjernicama iz Marketinškog plana projekta te je postignuto da se velik broj domaćih i inozemnih posjetitelja upoznao s pomorskom baštinom Kvarnera. Povećan je bio i broj posjetitelja na uključenim destinacijama te je povećan i broj obrazovane djece i posjetitelja o pomorskim obrtima i vještinama.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri:</b>	TZ Kvarnera, Ekomuzej Mošćenička Draga, TZG Krka, TZG Crikvenice, TZG Malog Lošinja, Koordinacija udruga za očuvanje i revitalizaciju pomorske, ribarske i brodograđevne baštine Kvarnera i Istre
<b>Realizacija aktivnosti:</b>	<b>369.985,00 kn</b>

*Kratki pregled najvažnijih aktivnosti TZ Kvarnera na projektu Arca Adriatica 2021. godine:*

<b>DATUM</b>	<b>AKTIVNOST</b>
<b>12.01.2021.</b>	Objavljen natječaj za nabavu usluge izrade promotivnog materijala i provođenja promotivne kampanje turističkog proizvoda ARCA ADRIATICA te promocije novih turističkih itinerara kroz organizaciju studijskog putovanja i sudjelovanja na turističkom sajmu
<b>23.02.2021.</b>	Poslana Odluka o odabiru izvođača za promotivne materijale i promotivnu kampanju
<b>25.02.2021.</b>	Operativni sastanak s vodećim partnerom
<b>17.03.2021.</b>	Operativni sastanak s izrađivačima promo materijala i promo kampanje
<b>24.03.2021.</b>	Koordinacijski sastanak na temu RP 5
<b>12.04.2021.</b>	Operativni sastanak na temu održavanja interpretacijskih manifestacija
<b>14.04.2021.</b>	Sastanak s organizatorima interpretacijskih manifestacija
<b>07.05.2021.</b>	Sastanak s talijanskim partnerima na temu promo kampanje i promo materijala
<b>13.05.2021.</b>	Sastanak Centra izvrsnosti Kvarnera
<b>28.05.2021.</b>	8. koordinacijski sastanak partnera
<b>18.06.2021.</b>	5. Partnerski sastanak
<b>28.06.2021.</b>	Operativni sastanak s izrađivačima promo materijala i promo kampanje
<b>09.07.- 11.07.2021.</b>	Manifestacija Smotra i regata tradicijskih barki na jedra Mala barka/Arca Adriatica u M. Dragi
<b>13.08.- 15.08.2021.</b>	Manifestacija Krčka jedra



<b>28.08.- 04.09.2021.</b>	Manifestacija Ribarski tjedan u Crikvenici
<b>04.09.- 18.09.2021.</b>	Manifestacija Lošinjskim jedrima oko svijeta
<b>16.09.- 17.09.2021.</b>	Studijsko putovanje Arca Adriatica
<b>20.09.2021.</b>	Gostovanje i prezentacija projekta u emisiji Planet RI
<b>22.09.2021.</b>	Predavanje i prezentacija projekta Arca Adriatica na festivalu Fiumare
<b>22.09.- 29.09.2021.</b>	Manifestacija Kvarnerski festival mora i pomorske tradicije - Fiumare u Rijeci
<b>09.12.- 10.12.2021.</b>	Završna konferencija

### 2.5.2. PUTOVIMA FRANKOPANA (TRAJE DO 01.02.2021.)

O projektu:

Kulturno-turistička ruta Putovima Frankopana (01.11.2015.-01.05.2021.)

<b>NAZIV PROJEKTA</b>	<b>PARTNERI</b>	<b>PRORAČUN</b>	<b>PROGRAM</b>
<b>KULTURNO - TURISTIČKA RUTA PUTOVIMA FRANKOPANA</b>	1. PGŽ - 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
	2. TZ Kvarnera		
	3. Turistička zajednica grada Rijeke		
	4. Grad Rijeka		
	5. Općina Čavle		
	6. Grad Bakar		
	7. Grad Kraljevica		

	8. Općina Vinodolska		kulturne baštine"
	9. Grad Čabar		
	10. Općina Lokve		
	11. Prirodoslovni muzej Rijeka		
	12. Krčka biskupija		
	13. Centar za kulturu grada Krka		

Kulturno-turistička ruta Putovima Frankopana (KTR Putovima Frankopana) obuhvaća ukupno 17 frankopanskih kaštela i 3 sakralne lokacije s područja županije, od kojih su mnoge obogaćene novorazvijenim interpretacijskim sadržajem te se sve zajedno promoviralo kroz cjelovitu promotivnu kampanju kao jedinstveni kulturno-turistički proizvod i destinacija.

Projektom se zaštitilo kulturno nasljeđe obitelji Frankopan na području Kvarnera te stvorila nova društveno-ekonomska vrijednost kroz njezinu turističku valorizaciju. Vodeći partner projekta bio je PGŽ, a projekt je bio dio Operativnog programa Konkurentnost i kohezija "Priprema i provedba integriranih razvojnih programa temeljenih na obnovi kulturne baštine". Uz TZ Kvarnera, ostali partneri bili su: TZG Rijeke, Grad Rijeka, Općina Čavle, Grad Bakar, Grad Kraljevica, Općina Vinodolska, Grad Čabar, Općina Lokve, Prirodoslovni muzej Rijeka, Krčka biskupija i Centar za kulturu grada Krka.

Tijekom 2019. godine vodeći partner je zatražio produženje roka za završetak projekta, te je Ministarstvo regionalnog razvoja i EU fondova RH odobrilo razdoblje do 01.05.2021. godine.

Tako je TZ Kvarnera, koja je do konca 2019. godine izvršila sve svoje planske obaveze na projektu, u 2021. godini nastavila sudjelovati u projektu kao partner i surađivati sukladno prijedlogu PGŽ u svojstvu vodećeg partnera na projektu te je ukupna realizacija aktivnosti na projektu KTR Putovima Frankopana iznosila 69.812,50 kn.

*Uz navedeni iznos podugovorenog izvođača i budžeta određenog projektnom prijavnicom, TZ Kvarnera je u sklopu vlastitog redovnog poslovanja i vlastitih sredstava vršila dodatnu promociju EU projekta KTR Putovima Frankopana.*

Opis aktivnosti:

### **Promocija projekta**

TZ Kvarnera je tijekom 2021. godine vršila promociju projekta KTR Putovima Frankopana kroz razne kanale i medije u sklopu svog redovnog poslovanja:

- promocija na sajmovima (online i uživo)

- dvije stranice ("duplerica") u Kvarner Magazinu 2022. posvećene (na njemačkom i engleskom jeziku) temi Frankopana
- provedba zimske kampanje na slovenskom tržištu – autobus oslikan motivima KTR Putovima Frankopana
- na službenom Facebook profilu "Visit Kvarner" redovne objave o Frankopanima
- objave na službenom Instagram profilu "@visitkvarner"
- kroz aplikaciju Visit Kvarner napravljen je mini vodič kroz interpretacijske centre oformljene u sklopu projekta
- objave i informacije o projektu kroz newsletter „Turizam u zemlji i svijetu“ - zajednički newsletter HTZ-a, MINTS-a te regionalnih turističkih zajednica (više pod 3.3.1.)
- objave događanja u sklopu KTR Putovima Frankopana kroz Kalendar događanja (aplikacija i web [www.kvarner.hr](http://www.kvarner.hr))
- KTR Putovima Frankopana dobit će zasebnu podstranicu na novom webu HTZ-a
- informacija o projektu uključena u press mapu TZ Kvarnera
- popis 8 interpretacijskih centara uvršten na Google Earth kartu
- promocija projekta kroz globalnu digitalnu kampanju European Travel Commission
- u 2021. godini uključene informacije o Frankopanima i projektu u brošurama HTZ-a - izdanja za 2021

### **Administrativno-tehničke aktivnosti**

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 je održavala kontinuiranu komunikaciju sa Središnjom agencijom za financiranje i ugovaranje programa i projekata Europske unije.

### **Edukacije i sastanci**

Tijekom 2021. godine TZ Kvarnera je surađivala s projektnim partnerima na ostalim aktivnostima, ponajviše na zajedničkim sastancima, edukacijama i predstavljanju novih interpretacijskih centara KTR Putovima Frankopana.

U suradnji sa svim partnerima provedena je analiza postignutih učinaka i evaluacija provedenih aktivnosti zahvaljujući kojoj će biti moguće dodatno unaprijediti dosadašnje rezultate.

### **Uključivanje ostalih dionika u aktivnosti KTR Putovima Frankopana**

Kako bi EU projekt zaživio i nakon njegovog službenog završetka od izuzetne je važnosti da lokalno stanovništvo i dionici u turizmu prepoznaju njegov potencijal.

Za naglasiti je da su lokalne TZ, koje su dijelom kulturno-turističke rute i ostali dionici u turizmu s područja Kvarnera prepoznali potencijal lokaliteta uključenih u KTR Putovima Frankopana, pa je tako tijekom 2021. godine održano nekoliko pješačko-biciklističkih manifestacija na temu Frankopana:

- u svibnju 2021. godine održana biciklistička tura na području Rivijere Crikvenica – tematska tura „Putovima Frankopana“ (ruta: Crikvenica – Tribaljsko jezero – Drivenik – Crikvenica)
- u srpnju 2021. godine održan „Gorski kotar bike tour 2021“, Severin na Kupi – trodnevna biciklistička tura po Gorskom kotaru, jedan dan posvećen temi Frankopana uz obilazak Dvorca u Severinu na Kupi
- u studenom 2021. godine održan pješačko-planinarski izlet „Stari grad Ledenice“ uz obilazak ostataka Kaštela Ledenice
- osmišljene nove rute:
  1. Ruta „*Grobničkog sira i palente*“  
RUTA: Čavle – Grad Grobnik - Lukeži – izvor Rječine – Jelenje – Dražice – aerodrom – Čavle; uključuje posjet Kaštelu Grada Grobnika i Interpretacijskom centru Grobnik
  2. Ruta „*Frankopanskih kaštela*“  
RUTA: Kraljevica – Šmrika – Križišće – Melnice – Hreljin – Bakar – Kraljevica; uključuje posjet Dvorcu Nova Kraljevica s Interpretacijskim centrom Kraljevica, kaštelu Stari grad Zrinskih, lokalitetu Hreljinska gradina, Frankopanskom kaštelu Bakar s Interpretacijskim centrom Bakar
  3. Ruta „*Frankopanska baština na području Vinodola*“  
RUTA: Drivenik – Grižane – Bribir -Crikvenica – Novi Vinodolski; uključuje posjet kaštelu Drivenik, kaštelu Grižane, kaštelu Bribir, nekadašnjem Pavlinskom samostanu u Crikvenici, kuli Kvadrac u Novom Vinodolskom te Stari grad Ledenice

Ostvareni cilj aktivnosti:

TZ Kvarnera kontinuiranom promocijom KTR Putovima Frankopana doprinosi zaštiti kulturnog nasljeđa obitelji Frankopan na području Kvarnera te stvaranju nove društveno-ekonomske vrijednosti kroz turističku valorizaciju. Provedba promocije vršila se u skladu s Krovnim interpretacijskim planom KTR Putovima Frankopana s ciljem razvitka kulturno-turističkog proizvoda čiji sadržaji privlače veći broj posjetitelja na lokacije kaštela koje do sada nisu bile značajno valorizirane s turističkog aspekta te se na taj način oživljavaju do sada manje razvijeni krajevi županije. Lokalne TZ i ostali dionici u turizmu s područja Kvarnera su svoje programe prilagodile temi Frankopana i na taj su se način uključile u projekt što je dovelo do povećanja vidljivosti, uključivanja većeg broja posjetitelja i zajedničku promociju.

TZ Kvarnera je u sklopu vlastitog redovnog poslovanja i vlastitih sredstava vršila promociju EU projekta KTR Putovima Frankopana. Cjelokupni budžet je uspješno utrošen te su na

temelju vjerodostojnih dokaznica prihvaćeni troškovi nastali u sklopu Projekta i TZ Kvarnera je odobrena refundacija istih.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri:</b>	TZ Kvarnera, lokalne TZ i tvrtka Logoteam d.o.o.
<b>Realizacija aktivnosti:</b>	<b>69.812,50 kn</b>

*Kratki pregled aktivnosti TZ Kvarnera na projektu KTR Putovima Frankopana 2021. godine:*

DATUM	AKTIVNOST
<b>20.01.- 21.01.2021.</b>	Radionica na temu provedbe aktivnosti nakon službenog završetka projekta
<b>26.02.2021.</b>	8. Partnerski sastanak
<b>20.04.2021.</b>	9. Partnerski sastanak
<b>28.04.2021.</b>	Završna konferencija
<b>03.05.2021.</b>	Predstavljanje novih interpretacijskih centara
<b>21.09.2021.</b>	Svečano otvorenje Stalnog postava i Interpretacijskog centra u Kaštelu Zrinskih

### 2.5.3. UPREST (TRAJE DO 01.05.2024.)

O projektu:

UP - & REskilling Sustainable Tourism in a new digital era (01.01.2022. – 01.05.2024.)

NAZIV PROJEKTA	PARTNERI	PRORAČUN	PROGRAM
<b>UPREST</b>	1. Vanersborgs Kommun - VODEĆI PARTNER	Ukupno 281.806,00 EUR	Erasmus+
	2. Sweden Emilia Romagna Network		
	3. Hogskolan Vast	TZ Kvarnera 36.132,00 EUR	
	4. Općina Cervia		
	5. TZ Kvarnera		

Projekt "UP - & REskilling Sustainable Tourism in a new digital era " ili skraćeno UPREST, dio je programa Erasmus+. Projekt je službeno odobren u studenom 2021. godine, a provedba započinje u siječnju 2022. godine i trajat će do 01.05.2024. godine. Vodeći partner na projektu je Vanersborgs Kommun, dok su ostali partneri TZ Kvarnera, Sweden Emilia Romagna Network, Hogskolan Vast i Općina Cervia. Na projektu će surađivati 5 partnera iz Švedske, Italije i Hrvatske, a nastao je kao odgovor na izazovno razdoblje uzrokovano pandemijom.

#### Opis aktivnosti:

Nakon pandemije i njezinih razornih učinaka na europski turistički sektor općenito, od vitalnog je značaja da se na lokalnoj razini diljem Europe poduzmu odgovarajuće politike i mjere kako bi se osiguralo da nova, postpandemijska turistička industrija postane konkurentna i relevantna za potrebe i očekivanja budućih posjetitelja. Digitalizacija i održivost su ključna pitanja za mnoge turiste kada odlučuju koje gradove i zemlje žele posjetiti. Da bi iskoristili potencijal prekograničnog područja, potrebno je da se lokalni dužnosnici zajedno s turističkim organizacijama i profesionalcima u turističkom sektoru dodatno osposobe kroz inovativno i kontinuirano obrazovanje.

Tijekom 2021. godine TZ Kvarnera je s projektnim partnerima pripremala projektni zadatak te je projekt prijavljen na program Erasmus+. Provedba konkretnih aktivnosti će započeti u 2022. godini, a TZ Kvarnera je partner koji će biti zadužen za koordinaciju promotivnih aktivnosti.

#### Ostvareni cilj aktivnosti:

Opći cilj projekata bit će:

- povećanje digitalne vještine dionika u području održivog turizma uz promicanje novih načina učenja kako bi se pridonijelo oporavku sektora;
- specifični ciljevi:
  - identifikacija nedostataka u vještinama lokalnih poslovnih dionika i u skladu s tim razvoj rješenja za njihovu obuku;
  - razvoj novih digitalnih rješenja za poslovne dionike u području turizma;
  - poboljšanje suradnje između lokalne vlasti i poslovnih subjekata razvojem ekosustava usmjerenog na održivi turizam.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri:</b>	TZ Kvarnera, partneri na projektu, lokalne TZ i vanjski suradnici
<b>Realizacija aktivnosti:</b>	/

### 3. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE

#### 3.1. DEFINIRANJE *BRENDING* SUSTAVA I *BREND* ARHITEKTURE

Brending sustav i brend arhitekture definiran je shodno Strateškom planu razvoja turizma Kvarnera sa strateškim i operativnim marketing planom 2016. - 2020. godine, čije je važenje u okolnostima nastavka pandemije bilo produženo do kraja 2021. godine.

Budući da branding proizlazi iz strateških dokumenata razvoja turizma kako na regionalnoj, tako i na nacionalnoj razini, novom definiranju sustava i arhitekture nije se pristupilo, već će se tome pristupiti sukladno novoj Strategiji razvoja turizma Kvarnera do 2030. godine s Akcijskim planom razvoja turizma 2021. - 2027. godine čija je izrada pokrenuta krajem 2021. godine (više pod 1.1.).

#### 3.2. OGLAŠAVANJE DESTINACIJSKOG BRANDA, TURISTIČKE PONUDE I PROIZVODA; MEDIA PLAN TZ KVARNERA

##### 3.2.1. MEDIA PLAN TZ KVARNERA – ONLINE / OFFLINE

Opis aktivnosti:

Za 2021. godinu bilo je planirano provođenje media plana TZ Kvarnera, s ciljem promocije destinacije Kvarnera i povećanja broja dolazaka turista u pred i posezoni, te promocije posebnih vrsta turizma. Najvažnija tržišta na kojima se planiralo provođenje kampanja bila su Njemačka, Austrija, Italija, Slovenija - najvećim dijelom, te Velika Britanija, Nizozemska, Skandinavija, ali sve je ovisilo o epidemiološkoj situaciji u pojedinoj zemlji. Proizvodi koji su se promovirali bili su uz zdravstveni turizam i post-COVID programe, gastronomija, aktivni, kulturni, događaji (npr. Advent na Kvarneru, Karneval na Kvarneru, sportska događanja, kulturne manifestacije...), te imidž destinacije.

U 2021. godini se politika promocije bazirala na trendu i na trenutnoj situaciji u zemlji i svijetu. Odrađene su dvije velike destinacijske kampanje:

1. Prva kampanja je bila odrađena sa sustavom turističkih zajednica, (Opatijska rivijera, Riječki prsten, Crikveničko-vinodolska rivijera, otok Krk, Cres, Mali Lošinj, Rab i Lopar, te Gorski kotar). Kampanja je trajala (ovisno o medijima i tržištima) od početka lipnja do sredine srpnja 2021. godine, a vrijednost kampanje iznosila je cca 720.000,00 kn, od kojih su lokalne turističke zajednice snosile 320.000,00 kn (svaka po 40.000,00 kn), dok TZ Kvarnera izdvojila 400.000,00 kn. Kampanja je bila aktivna na 5 europskih tržišta: Njemačka, Austrija, Italija, Slovenija i Češka. Svaka turistička zajednica je imala udio na dva tržišta koja su im bila u fokusu (odabrana od te TZ-e), a TZ Kvarnera kao nositelj kampanje, bila je prisutna na svim tržištima. Formati i kanali koji su bili aktivni, fokusirali su se na vidljivost destinacija s Kvarnera kroz display oglašavanje, ali i content

formate na njemačkom, austrijskom i češkom tržištu gdje se kroz priču na relevantnom mediju promovirala turistička ponuda destinacije odnosno proizvod. Content (sadržaj) koji je bio aktivan na gore spomenutim tržištima pročitano je ukupno 17.359 puta. Sadržaj objavljen na njemačkom tržištu u mreži regionalnih portala i postigao je 5.557 čitanja. Na austrijskom tržištu, aktivan je bio advertorial na portalu Oe24 i postigao je 3.332 čitanja. Na češkom tržištu isti članak bio je aktivan na portalima Seznamzpravy.cz (dok je promocija traffic drivera koji su vodili na članak bila na Seznam.cz) – članak je ostvario 6.224 čitanja, a na portalu Super.cz 2.246 čitanja. Cjelokupna kampanja postigla je 65.852.753 impresije i 51.853 klika prema web portalima TZ-ova. Kampanja je bila osmišljena na način da klik na kreativu svake pojedine destinacije vodi na web portal destinacije pa su tako uključeni TZ-i bili zastupljeni svojim vizualom na oglasu, komunikacijom kroz sadržaj ili i kroz promet na vlastitoj web portalu. Kampanja je bila odlično tempirana, jer su se zbog epidemioloških mjera i ograničenja u mogućnostima putovanja u prvom dijelu godine, odluke o odabiru destinacije donosile uoči samog putovanja. Zbog toga je tijekom 2021. godine bilo izuzetno važno krenuti s promocijom u pravom trenutku. Budući da je ipak najveći promet ostvaren u srpnju i kolovozu 2021. godine, pokretanje kampanje početkom lipnja bio je dobar trenutak za poticanje last minute odluka kod turista.

2. Druga kampanja pod nazivom „Zima na Kvarneru“ započela je u prosincu 2021. godine s promocijom Adventa na Kvarneru, te će se nastaviti s ponudom Wellnessa na Kvarneru i Karnevala na Kvarneru (do sredine ožujka 2022. godine), na tržištima Hrvatske, Slovenije i Austrije. U ovoj kampanji lokalne turističke zajednice financijski nisu sudjelovale, međutim objavljen je isključivo njihov sadržaj i fotografije na posebnoj formiranoj landing stranici. Tako korisnik, u vrlo kratkom vremenu ima na jednom mjestu predstavljene proizvode s konkretnim ponudama i pozivima na događanja i u destinaciju.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Kroz kampanju bile su predstavljene ljepote i bogatstvo destinacije, odnosno motiv dolaska u pred i posezoni, uz naglasak na nacionalnu oznaku sigurnosti „Safe stay in Croatia“, što je kontinuirano i bila preporuka HTZ-a, te MINTS-a. Kombinacija priče, kvalitetnih fotografija i banneri je korisnicima približila atrakcije, događanja, prirodne ljepote te aktivnosti koje su dostupne prilikom posjeta destinacije, pa je tako u konačnici ostvareno preko 65 mln impresija. Posebno uspješni bili su formati koji su promovirali Kvarner i turističku ponudu kroz sadržaj. To se vidi kroz vrijeme zadržavanja korisnika na sadržaju (od 3 do preko 6 minuta) i o zainteresiranosti korisnika za temu (to implicira visok CTR za traffic driver formate), a formati su uključivali promociju svih uključenih sudionika. CTR (Click Through Rate = omjer klikova i prikaza oglasa) obično je između 0,10% i 0,20%, dok je na promociji Kvarner advertoriala dosegao rezultat od 0,40%. Također, zadržavanje od 6 minuta na članku, pokazuje kako su korisnici pregledali i fotografije u članku te vjerojatno pažljivo pročitali tekst. Uspješnost kampanja bila je potvrđena i kroz rezultate



ostvarenih noćenja - ukupno je ostvareno 38% više noćenja nego u 2020. godini (Njemačka +52%, Slovenija +3%, Austrija +141%, Češka +39%, Italija +43%, Poljska +32% I Hrvatska +4%).

<b>Nositelji aktivnosti i partneri:</b>	TZ Kvarnera, TZG Opatije, TZG Rijeke, TZG Crikvenice, TZ otoka Krka, TZG Cresa, TZG Malog Lošinja, TZG Raba, TZ Gorski kotar
<b>Realizacija aktivnosti:</b>	<b>1.323.710,36 kn</b>

### 3.2.2. FACEBOOK PROFIL - VOĐENJE I PROMOCIJA

Tijekom 2021. godine i uslijed nastavka pandemije, promocija regije na društvenim mrežama bila je važnija nego ikad. Pravodobna kampanja na stranim tržištima kao i plasirane informacije o stvaranju sigurnih uvjeta za boravak turista na Kvarneru, komuniciranje propisanih mjera kako za domaće stanovništvo tako i za turiste, zasigurno je rezultiralo povećanjem turističkog prometa. Objave na društvenim mrežama bile su namijenjene široj javnosti i višejezične. Postavljale su se objave i informacije vezane uz proizvode, događanja, mikro lokacije ili druge zanimljivosti za pratitelje stranice. Administriranje i vođenje profila na društvenim mrežama zahtjeva niz dodatnih poslova/aktivnosti kao što su: pregledavanje i praćenje profila konkurentskih destinacija 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. Promocija regije Kvarner kroz društvene mreže i to kroz samostalne Facebook stranice.

Tijekom 2021. godine ukupna realizacija aktivnosti na društvenim mrežama iznosila je 15.152,84 kn, detaljna razrada aktivnosti i troškova po pojedinim aktivnostima bila je kako slijedi:

#### **Visit Kvarner**

Promocija postavljenih objava i ciljanih oglasa - oko 400 objava, doseg 500.000 FB korisnika, bilježi se povećanje doseg i FB pratitelja, starosna dob pratitelja: 35-44 godine, 55% žene pratitelji, Top 5 država iz koji dolaze pratitelji: Italija, Slovenija, Hrvatska, Austrija, Njemačka.

Promocija regije na inozemnom tržištu realizirana je kroz:

- provođenje različitih kampanja, strategije online komunikacije, postavljanje objava i informacija vezane uz dodijeljene nagrade i priznanja na Kvarneru, proizvode, događanja, projekte, EU projekte (Frankopanski kašteli, Arca Adriatica,...), mikro lokacije i druge zanimljivosti za pratitelje,
- komuniciranje raznih turističkih proizvoda Kvarnera (Kvarner Outdoor, Kvarner Culture, Kvarner Health, Kvarner Gourmet, Kvarner Family, Pet Friendly, Maritimne Heritage) odnosno predstavljanje značajnih komparativnih prednosti Kvarnera: blizina najvažnijim emitivnim tržištima, neprocjenjiv spoj obale i Gorskog kotara 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,
- iskomunicirane nacionalne kampanje #CroatiaWinterWonderland, #FallInLoveWithCroatia, Mjesec Hrvatskog turizma, Doživi domaće, Safe Stay in Croatia, Trust me I've been there, Croatia, your new office!, Croatia - Full of new beginnings - #CroatiaWishList2021,
- komunicirane kampanje TZ Kvarnera za inozemno tržište: #VisitKvarnerIn2021; #BestPlaceToGoIn2021,
- svakodnevno praćenje i komuniciranje novih informacija, uputa, preporuka i pravila ponašanja u okolnostima pandemije koje je donosio Hrvatski zavod za javno zdravstvo (HZJZ), #EnterCroatia - iskomunicirana web stranica s ciljem olakšavanja prelaska granice Republike Hrvatske.

Uz promociju regije na inozemnom tržištu, ovaj profil je namijenjen i domaćim gostima te lokalnom stanovništvu, a objavljuju se:

- reportaže novinara, press informacije o tijeku sezone i statističkim pokazateljima,
- informacije o aktivnostima TZ Kvarnera s ciljem upoznavanja javnosti s radom.

### **Kvarner Family i grupa Pet Friendly**

Promocija postavljenih objava i ciljanih oglasa – FB fan stranica Kvarner Family i grupa Pet Friendly namijenjeni su prvenstveno promociji Kvarner Family smještaja, te dodatno vlasnicima kućnih ljubimaca i iznajmljivačima koji primaju goste s kućnim ljubimcima.

Oko 300 objava, doseg 24.000 FB korisnika: od kojih je najviše dobne starosti 45-54 godina, 56% žene pratitelji, Top 5 država iz koji dolaze pratitelji: Hrvatska, Italija, BiH, Srbija, Njemačka; bilježi se povećanje dosega i FB pratitelja.

### **Mein Kvarner - Kroatien - dodatna FB stranica za njemačko govorno područje**

Radi njegovanja i specijaliziranja turističke komunikacije prema Kvarneru najbrojnijem i najvažnijem emitivnom tržištu, a to je njemačko govorno područje, osobito u vrijeme pandemije koja je potvrdila prednosti tradicionalne „autodestinicije“ u 2020. godini

otvoren je Facebook profil „Mein Kvarner – Kroatien“ koji nudi informacije i preporuke na njemačkom jeziku. Na taj način postignuti su „dodatni“ bodovi na njemačkom govornom području koje cijeni i „nagrađuje“ vjernošću ako informacije dobiva na matičnom jeziku koju bolje razumije i samim time lakše donosi odluku. Budući se radi o relativno „mladom“ profilu broj pratitelja je 1.151 osoba, 50% žena i 50% muškaraca. Podjednako kod oba spola najzastupljenija je dobna skupina od 45-54 godina (18%) potpomo dobna skupina od 55-64 godina (14%), zatim dobna skupina 35-44 godina (10%) a najmanje su dobne skupine od 25-34 i 65+ (3%, 5%). Gotovo podjednako su zastupljene Njemačka (55%) i Austrija (40%). Pratitelji su uglavnom iz urbanih sredina. Cilj u 2021. godini bio je iskoristiti ovaj medij da turistička ponuda Kvarnera dođe do što većeg broja ljudi (doseg).

Aktivnost je realizirana kroz:

- kreiranje 200 objava na temu zdravstvene, gastro, outdoor ponude, ljetni odmor na Kvarneru, obiteljski boravak na Kvarneru, letovi iz Njemačke na Kvarner, boravak na Kvarneru sa kućnim ljubimcima, cjelogodišnji boravak na Kvarneru, promocija aplikacije Visit Kvarner, najave postsezonskih manifestacija, promocija novog izdanja „Kvarner Magazina 2022“ (koje je prvenstveno namijenjeno njemačkom govornom području),
- plaćeno oglašavanje sukladno aktualnim trendovima - rast i vidljivost realizira se jedino kroz plaćeno oglašavanje (a organski rast je takoreć zanemariv), izvršilo se niz kampanja postojećih sadržaja („boost“) i posebno kreiranih oglasa („dark post“)
- postignut je doseg od 2.850.000 (broj korisnika koji su vidjeli objavu)

### **Visit Kvarner i Objemi Hrvaško - dodatne FB stranice za slovensko tržište**

U 2021. godini objavljeno je 60 postova. Postovi su dosegli 94.016 FB korisnika koje smo motivirali na 3.013 komentara te reakcija na post. Realizirana je i jedna kampanja s ciljem pridobivanja novih pratitelja kroz koju su stranice privukle 124 nova pratitelja sa slovenskog tržišta, a kampanja je ostvarila doseg od 10.896 slovenskih korisnika i 16.106 impresija. Većina objava bila je koncipirana kao poziv na konkretne događanje, festivale, zabavne, sportske i gastronomske događaje koji su u datom trenutku bili aktualni.

Ostvareni cilj aktivnosti:

U skladu sa strateškim marketinškim dokumentima i propisanim zadaćama u Zakonu o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, stvaraju se, održavaju i redovito kreiraju sadržaji na profilima društvenih mreža tj. nastavlja se s jačanjem svjesnosti o brendu Kvarner putem Facebook društvene mreže, i to kako u lokalnoj zajednici tako i među domaćim i stranim gostima. Uspješnost realiziranih kampanja i objava na domaćem i stranom tržištu, potvrđuje i porast broja pratitelja, dosega objava među korisnicima i porastu broja feedback-ova. Sve realizirane aktivnosti proizlaze uslijed okolnosti nastavka pandemije, a to je orijentacija na digitalne medije uključujući i društvene mreže. Promovirana je zdravstvena, gastro, outdoor ponuda, prirodne i kulturne atrakcije, Kvarner

kao avio destinacija, ljetni i cjelogodišnji boravak na Kvarneru, zatim motivacija na dolaske gostiju u vansezonskom razdoblju, a da je aktivnost uspješno odrađena vidljivo je iz ostvarenog turističkog prometa: gosti iz Njemačke tijekom 2021. godine ostvarili čak 52% noćenja više u odnosu na 2020. godinu, dok su gosti iz Austrije ostvarili 141% više noćenja u odnosu na 2020. godinu. Slovensko tržište je u 2021. godini ostvarilo 2,3 milijuna noćenja na Kvarneru. Postovi su na društvenim mrežama TZ Kvarnera bili su realizirani na hrvatskom, engleskom, talijanskom, njemačkom i slovenskom jeziku.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri:</b>	TZ Kvarnera i partneri
<b>Realizacija aktivnosti:</b>	<b>15.197,67 kn</b>

### 3.2.3. INSTAGRAM PROFIL - VOĐENJE I PROMOCIJA

Opis aktivnosti:

U 2021. godini se nastavlja promocija regije kroz samostalan Instagram profil „@visitkvarner“. Budući se radi o „mladom“ profilu kreiranom u 2020. godini broj pratitelja iznosi 2.280 pratitelja, 45% su žene a 55% su muškarci. Podjednako kod oba spola najzastupljenije su dobne skupine od 35-44 godine (30% i 34%), potom od 25-34 godine (27% i 29%) a sa 20% zasupljene su dobna skupina od 45 – 54 godine iz Hrvatske, Njemačke, Italije, Austrije i Slovenije. Cilj je bio iskoristiti ovaj medij za što veći doseg turističke ponude Kvarnera i to svih segmenata: ljetni odmor, cjelogodišnji boravak, letovi na Kvarner, zdravstvena, gastro i outdoor ponuda, nautika, camping i hotelski smještaj, kulturna ponuda, promocija aplikacije Visit Kvarner, postsezonska ponuda, otvorenje Visitor Centra „Velike zvijeri“ u Staroj Sušici, promocija engleske verzije Kvarner Magazina za 2022. godinu.

Aktivnost je realizirana kroz:

- kreiranje 300 objava na engleskom jeziku; objave su kreirane sukladno mediju koji „forsira“ vizualno vrijedni i zanimljivi sadržaj
- postignut doseg od 2.290.000 (toliko ljudi je vidjelo objavu)

Ostvareni cilj aktivnosti:

Aktualni trend društvenih mreža kao oglašivačke platforme iskorišten je za plasiranje turističke ponude Kvarnera do što većeg broja ljudi a na za Kvarner najvažnijim emitivnim tržištima uključujući i domaće tržište. Sva dominantna tržišta na ovom mediju: Hrvatska, Njemačka, Italija, Austrija i Slovenija bilježe u 2021. godini rast broja noćenja u odnosu na 2020. godinu odnosno sveukupno 11.313.183 noćenja.

---

### 3.2.4. OSTALA OGLAŠAVANJA

#### Opis aktivnosti:

Aktivnosti kroz ostala oglašavanja su se najvećim dijelom odnosile na neplanirane, ali posebne, potrebne i korisne ponude tijekom godine kojima se dodatno i na pojačan način promovirala regija.

U 2021. godini tako se pristupilo promociji regije u raznim tematskim priložima ili priložima povodom obilježavanja npr. Svjetskog dana turizma, Dana hrvatskog turizma, Međunarodnog dana planina i drugo.

#### Ostvareni cilj aktivnosti:

Kako bi se potaknuo turistički promet na domaćem tržištu, potencijalnim gostima iz Hrvatske bile su približene prirodne i možda njima do sada neotkrivene ljepote Kvarnera, te je u nekoliko navrata dat i presjek rada sustava turističkih zajednica. Domaće tržište je u 2021. godini ostvarilo je u 2021. godini 2.467.000 noćenja što je 4% više u odnosu na 2020. godinu.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri:</b>	TZ Kvarnera i partneri
<b>Realizacija aktivnosti:</b>	<b>60.788,82 kn</b>

---

### 3.2.5. OSTALE AKTIVNOSTI ODNOSA S JAVNOŠĆU/RAZNE PRESS KONFERENCIJE

#### Opis aktivnosti:

TZ Kvarnera i tijekom 2021. godine nastavila s redovitim informiranjem predstavnika medija o svom radu i aktivnostima, te radu i aktivnostima lokalnih turističkih zajednica s područja Kvarnera. Kako bi se poslovnim partnerima ali i lokalnoj zajednici približilo djelovanje TZ Kvarnera pripremana su priopćenja na razne teme: ostvareni turistički promet, nastupi i predstavljanja na turističkim sajmovima i prezentacijama, provođenje kampanja oglašavanja i avio oglašavanje, aktivnosti na brendiranju proizvoda i EU projektima, podrška manifestacijama, sjednice tijela TZ Kvarnera i drugo:

- održano 15 konferencija za medije
- poslano 36 priopćenja za medije

#### Ostvareni cilj aktivnosti:

U cilju jačanja vidljivosti i djelovanja TZ Kvarnera u lokalnoj zajednici, u skladu sa strateškim marketinškim dokumentima, uspješno komuniciranje s predstavnicima medija potvrđuje i njihov pojačani interes i izvještavanje o svim aktivnostima koje je TZ Kvarnera provodila tijekom godine. Zbog nastavka pandemije i neizvjesne turističke sezone, TZ

Kvarnera je u sklopu vlastitog poslovanja i samostalno organizirala press konferencije i pripremala priopćenja za medije tako da su i utrošena sredstva bila manja od planiranog.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri:</b>	TZ Kvarnera
<b>Realizacija aktivnosti:</b>	/

### 3.2.6. NEWSLETTER/PRIOPĆENJA ZA DOMAĆE TRŽIŠTE NAMIJENJENO POSLOVNOM OKRUŽENJU

Opis aktivnosti:

TZ Kvarnera je tijekom 2021. godine newsletter-e / priopćenja namijenjena poslovnom okruženju na domaćem tržištu realizirala kroz sljedeće aktivnosti:

- organizacija press konferencija / konferencija za medije (više pod 3.2.5.)
- newsletter „Turizam u zemlji i svijetu“ - zajednički newsletter HTZ-a, MINTS-a te regionalnih turističkih zajednica
  - zajednički newsletter bio je razdijeljen u nekoliko tematskih rubrika: MINTS i HTZ weekly (turističke vijesti iz MINTS-a 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 objavljivao 2 puta mjesečno, a TZ Kvarnera sudjelovala je na način da su se pripremale vijesti za rubriku koja je posvećena vijestima iz regionalnih turističkih zajednica,
  - u 2021. godini bilo je poslano ukupno 26 newslettera za rubriku „Vijesti iz regionalnih turističkih zajednica“, kroz koje je bilo obrađeno 80 tema (tekst + fotografija + web stranica),
  - newsletter se distribuirao na 530 primatelja,
  - uz distribuciju mailom, newsletter se objavljivao 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

Ostvareni cilj aktivnosti:

U cilju jačanja vidljivosti i djelovanja TZ Kvarnera na domaćem poslovnom tržištu, što je u skladu s zadaćama definiranim Zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, kroz informiranje predstavnika medija i domaćih partnera o novostima na Kvarneru i aktivnostima TZ Kvarnera doprinijelo se dodatnoj promociji regije te se radilo na poticanju suradnje s ključnim partnerima te turističkim zajednicama svih razina radi razvoja ponude ključnih regionalnih proizvoda. Zbog nastavka pandemije i neizvjesne

turističke sezone, TZ Kvarnera je u sklopu vlastitog poslovanja i samostalno pripremala newsletter-e tako da su i utrošena sredstva bila manja od planiranog.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri:</b>	TZ Kvarnera i HTZ
<b>Realizacija aktivnosti:</b>	/

### 3.3. ODNOSI S JAVNOŠĆU (GLOBALNI I DOMAĆI PR)

Nastavno na iskustva iz prethodnih godina 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 bio je da se ovakav način suradnje s PR agencijama nastavi i u 2021. godini na njemačkom (Njemačka, Austrija i Švicarska), slovenskom i engleskom govornom području (Velika Britanija, Irska i svjetsko tržište). U 2021. godini također se nastavilo s pojačanim provođenjem PR aktivnosti na hrvatskom tržištu, i to samostalno i/ili u suradnji sa specijaliziranom marketinškom kućom i/ili drugim ponuditeljima PR usluga.

PR aktivnosti s inozemnim partnerima uključivale su:

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

---

#### 3.3.1. HRVATSKA

Opis aktivnosti:

U 2021. godini provodile su se objave i kampanje u hrvatskim online i tiskanim medijima, i to samostalno u suradnji s predstavnicima hrvatskih medija, u suradnji sa specijaliziranom marketinškom kućom i drugim ponuditeljima PR usluga.

Pregled realiziranih aktivnosti u 2021. godini:

- kampanje promocije obiteljskog smještaja, eno i gastro ponude, outdoor ponude, kulturne ponude, prirodne baštine i atrakcija (više pod 2.2.1., 2.2.2., 2.2.3., 2.2.4. i 2.2.5., 2.5.)
- priopćenja za medije (press informacije) (više pod 3.2.5.)

- nastavak suradnje s domaćim medijima (objave press informacija, članaka, reportaža i intervjuja direktorice, studijska putovanja):
  - Novi list: tematski prilozi i duplerice
  - Jutarnji list: mjesečni gastro-magazin „Dobra hrana“, specijal „Martinje“
  - Večernji list: projekt moja.hr
  - portali: turistički informativni servis Turizmoteka
  - magazini: UT, Restaurant&Hotel, More
  - Nacional
  - poslovni tjednik Lider
  - organizacija studijskog putovanja u sklopu EU projekta Arca Adriatica za novinare, bloggere, influencere, djelatnike u turizmu (dvodnevno putovanje s naglaskom na upoznavanje kvarnerske pomorske baštine: Rijeka-Malinska-Krk-Mali Lošinj-Mošćenička Draga) (više pod 2.5.1.)
- newsletter „Turizam u zemlji i svijetu“ - zajednički newsletter HTZ-a, MINTS-a te regionalnih turističkih zajednicav (više pod 3.2.6.)

Ostvareni cilj aktivnosti:

U skladu sa strateškim marketinškim dokumentima, nastavilo se s jačanjem svjesnosti o brendu Kvarnera, kako u lokalnoj zajednici tako i među domaćim gostima. S obzirom na nastavak pandemije, domaće tržište i tijekom 2021. godine ostalo je u jačem fokusu. Uspješnost realiziranih kampanja i objava na domaćem tržištu, potvrđuje i porast broja dolazaka od 6% i ostvarenih 83% noćenja domaćih gostiju u usporedbi s rekordnom 2019. godinom te 4% više noćenja u odnosu na 2020. godinu.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri:</b>	TZ Kvarnera
<b>Realizacija aktivnosti:</b>	<b>168.628,39 kn</b>

### 3.3.2. NJEMAČKO GOVORNO PODRUČJE

Opis aktivnosti:

TZ Kvarnera i tijekom 2021. godine nastavila je suradnju s dugogodišnjim partnerom i višestruko nagrađivanom PR agencijom A.R.T. RedaktionsTeam, a s ciljem pisanja članaka o turističkoj ponudi Kvarnera na njemačkom, austrijskom i švicarskom tržištu i poticanjem novinara da osobno dođu na Kvarner sukladno epidemiološkim mjerama i propisima te pišu o Kvarneru kako u tiskanim tako i u online medijima. Da bi se učvrstila svjesnost o Kvarneru u novinarskoj struci pisani su razni newsletteri o turističkoj ponudi Kvarnera koji su se slali u redakcije medija na njemačkom govornom području uz redovito lobiranje u redakcijama radi pridobivanja novinara za studijska putovanja. Također bio je i kreiran sadržaj na blogu „Kvarner7“ i „Reiseblog7“ te na Instagram i Facebook profilu „Kvarner7“.



Aktivnost je tijekom 2021. godine realizirana na način:

### **Slanje Newslettera i tekstova**

**21.04.2021:** NEU: ADAC Reisemagazin macht Lust auf Istrien und Kvarner → Reise, Kulinarik, Lifestyle, Onlinemedien, Blogs, Wirtschaft, Familie, Sport, Genuss

**26.05.2021:** AUSSENDUNG: Stand-Up Paddling in der Kvarner Bucht → Reise, Lifestyle, Familie, Gesundheit, Onlinemedien, Blogs, Wellness, Reise mit Hund, Sport

**09.06.2021:** PRESSEEINLADUNG: KVARNER als neues Trendziel an der kroatischen Adria → Reise, Lifestyle, Familie, Gesundheit, Onlinemedien, Blogs, Wellness, Reise mit Hund, Sport

**06.07.2021:** AUSSENDUNG: Mit dem Taxiboot zum Adria-Traumstrand → Reise, Lifestyle, Familie, Gesundheit, Onlinemedien, Blogs

**Kolovoz 2021:** PRESSEEINLADUNG: KVARNER als neues Trendziel an der kroatischen Adria

**11.08.2021:** AUSSENDUNG Gault Millau Kroatien 2021 – die Top-Adressen des Jahres im Kvarner → Reise, Lifestyle, Familie, Onlinemedien, Blogs, Kulinarik, Genuss, Guides

**31.08.2021:** AUSSENDUNG: Scampi trifft Kräuterlamm! Kulinarische Neuentdeckung: Adria - Region Kvarner → Reise, Kulinarik, Lifestyle, Familie, Onlinemedien, Blogs, Freizeit

**06.09.2021:** AUSSENDUNG: Miramare in Crikvenica – Wiedergeburt einer Hotellegende → Reise, Lifestyle, Familie, Onlinemedien, Blogs, Freizeit, Neueröffnungen

**09.09.2021:** AUSSENDUNG: Kroatiens Region Kvarner als Michelin-Gourmet-Shooting-Star Reise, Kulinarik, Lifestyle, Familie, Onlinemedien, Blogs, Freizeit

**15.09.2021:** AUSSENDUNG: Kvarner – Kastanien aus dem Feuer holen → Reise, Lifestyle, Familie, Onlinemedien, Blogs, Freizeit, Events

**16.09.2021:** AUSSENDUNG: Sensationell: Oberösterreicher erkocht Michelin-Stern in Kroatien Reise, Kulinarik, Lifestyle, Familie, Onlinemedien, Blogs, Freizeit

### **Kontakt s novinarima**

Kontinuirani, osobni i profesionalni kontakt s novinarima i zastupnicima medija od značaja. Osobni razgovori s urednicima primjerice u Beču, Münchenu, Berlinu i Hamburgu te dnevni uredski kontakt. Radilo se o fundamentalnom lobiranju s ciljem da se brend regije Kvarner „usadi“ u svijest novinara i „ojača“ pristunost Kvarnera u novinarskim krugovima.

### **Posebno lobiranje**

A.R.T. RedaktionsTeam daje podršku novinarima prilikom pisanja članaka, turističkih vodiča, savjetuje kojim planiranja putovanja.

### **Arhiva fotografija**

A.R.T. RedaktionsTeam ima posebnu bazu fotografija koja je novinarima besplatno 24 sata na raspolaganju i čija prava korištenja su unaprijed regulirana.

### Gastro-vodiči

Lobiranje da se u časopisu Falstaff plasiraju vrhunski gastro-objekti Kvarnera radi održavanja gastro-imidža regije.

### Kvarner Magazin

Cjelogodišnje prikupljanje podataka i njihova integracija u predstojeće izdanje Kvarner Magazina.

### ADAC vodič

Posebno izdanje ADAC vodiča za svibanj i lipanj 2021. godine u nakladi od 160.000 komada bio je posvećen Kvarneru i Istri. Značajan dio priloga odnosio se na kulturu, outdoor, jedrenje i smještaj na Kvarneru kao i EPK Rijeka te gastro-ponuda.

### Vodič „Reise Know-How“

Novo izdanje „Reise Know-How“ za kvarnerske otoke Cres, Lošinj, Krk i Rab napisala je novinarka Daniela Schetar te je od A.R.T. RedaktionsTeam-a dobivala informacije o otocima, plažama, kulturi, gastronomiji, sportu i prirodi.

### Studijska putovanja

Termin	Novinar/novinarka	Medij	Tema
Veljača 2021	Uwe Mauch	KURIER	Škampi na Kvarneru
Svibanj 2021	Frank Heuer	DUMONT	Foto-toura za turistički vodič DUMONT
Kolovoz 2021	Daniel Frick	Urlaubsguru	putovanje sa psom
Rujan 2021	Alexander Trauscher	Radioreise	Kvarnerske rivijere, otoci i K&K povijest
30.09.- 02.10.2021.	Reto Wild	Gastro Journal / CH	Lošinj, Rijeka,
03.10.- 06.10.2021.	Georg MARKUS	Kurier	Rijeka Opatija
<b>Grupno studijsko putovanje</b>			
09.09.- 12.09.2021.	Christina Frey Doris Thallinger Diana Krulei	Salzburgerin Münchnerin Kronen Zeitung	Liburnia studijsko putovanje

Ostvareni cilj aktivnosti:

Cilj je realiziran na način da se kontinuirano jačala prepoznatljivost i svijest o Kvarneru, a da je aktivnost uspješno odrađena mjerljivo je po broju ostvarenih dolazaka i noćenja gostiju s njemačkog govornog područja koji su u 2021. godini realizirali ukupno 6.133.225

noćenja, što je udjel od 40% u ukupnom ostvarenom turističkom prometu na Kvarneru. U odnosu na 2020. godinu gosti iz Njemačke ostvarili su 52% više noćenja, 141% više noćenja ostvarili su gosti iz Austrije te 54% više noćenja ostvarili su gosti iz Švicarske. U usporedbi s rekordnom 2019. godinom, gosti iz Njemačke ostvarili su gotovo jednak broj noćenja (98%).

<b>Nositelji aktivnosti i partneri:</b>	TZ Kvarnera, PR A.R.T. RedaktionsTeam, lokalne TZ, gospodarski subjekti
<b>Realizacija aktivnosti:</b>	<b>309.301,91 kn</b>

### 3.3.3. VELIKA BRITANIJA

Opis aktivnosti:

TZ Kvarnera odrađivala je promo aktivnosti na britanskom tržištu kroz suradnju s PR agencijom Julia Berg Consulting Ltd. iz Londona. Kroz produkciju tekstova na teme o turističkim proizvodima na Kvarneru, te kroz newslettere Kvarner se predstavljao kao regija „Kvarner – the best kept secret“. Newsletteri nisu bili klasični, već su to bila priopćenja kojima se privlačila pažnja novinara, touroperatora ili gosta, na razne teme, od osnovnih informacijama i činjenica o Kvarneru, do posebnih zanimljivosti. Za istaknuti je bila kontinuirana animacija i obrada vrlo respektabilnih medija kao što su Guardian, Evening Standard, The Mail on Sunday, The Sun, Travel Weekly, The Times, Daily Telegraph, i drugih, koje sukladno mogućnostima rezultiraju dolascima predstavnika medija i objavama.

U 2021. godini objavljene su reportaže u Daily Mail-u i u Guardian-u, koje su imale doseg od ukupno 2.29 milijuna čitatelja (tisak i online) i vrijednost od 15.300,00€.

Za 2022. godinu odgođeni su dolasci predstavnika BBC TV, Wanderlust, *Louise Rodden*, *Mary Novakovich*, *Norman Miller*.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Kontinuiranim prisustvom na tržištu Velike Britanije podiže se svijest regije Kvarner, te je u 2021. godini ostvaren promet znatno veći nego u 2020. godini. Međutim, kroz redovito izvještavanje u medijima o regiji, kod avio kompanija se stvara interes za (ponovnim) uvođenjem letova na ZL Rijeka, što doprinosi jačanju image-a na tom tržištu, ali i povećanju prometa na ZL Rijeka i na Kvarneru općenito.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri:</b>	TZ Kvarnera i PR Julia Berg Consulting Ltd.
<b>Realizacija aktivnosti:</b>	<b>96.089,00 kn</b>

### 3.3.4. SLOVENIJA

#### Opis aktivnosti:

Kroz redovite newslettere i objave na društvenim mrežama, te kroz motive na autobusu kao oglašivačkom mjestu i na displayu u centru grada Ljubljane, tijekom 2021. godine bile su uključivane teme i stavljeni naglasci na:

#### ⇒ Eno-gastronomija

- predstavljanje restorana i novosti iz restorana, kao što su Master card week, Dani bakalara u Rivici, i slično
- predstavljanje novih Michelin zvjezdica / Michelin restorana u 2021 ; Nebo, Alfred Keller, potvrda zvjeezdice u Draga di Lovrana
- predstavljanje novih JRE restorana u 2021; Zijavica i Navis, te potvda JRE oznake u Plavi podrum, Ariston, Draga di Lovrana
- višestruke objava najava najvažnijeg i najvećeg gastro događanja na Kvarneru JRE Hodaj, slušaj, kušaj Mošćenice
- predstavljanje Kvarner Wines – novog brenda na Kvarneru, predstavljanje vinarija

#### ⇒ Kultura

- promocija i zaštita pomorske baštine; najave tematskih manifestacija – regate
- kulturno-turistička ruta Putovima Frankopana – praćene sve važnije aktivnosti, kao što su otvorenje Kaštela u Brodu na Kupu s postavom prirodoslovnog muzeja Rijeka i predstavljanjem Frankopana

#### ⇒ Zdravstveni turizam

- redovito izvještavanje o epidemiološkim mjerama i uvjetima za putovanje
- isticanje Kvarnera kao destinacije zdravlja
- predstavljanje klinika članica Klastera zdravstvenog turizma na Kvarneru i njihovih aktualnih post-covid programa i drugih programa rehabilitacije i oporavka na Kvarneru – nedavni primjer je Lječilište Veli Lošinj i program plućne rehabilitacije

#### Ostvareni cilj aktivnosti:

U 2021. godini su gosti iz Slovenije koji sudjeluju s 15% u ukupnim noćenjima na Kvarneru, ostvarili povećanje prometa u odnosu na 2020. godinu. Također, fokus putovanja nije samo ljeto i glavna sezona, već i vikend dolasci tijekom pred i posezone.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri:</b>	TZ Kvarnera i PR Sincro Plus d.o.o.
<b>Realizacija aktivnosti:</b>	<b>113.228,38 kn</b>

### 3.3.5. STUDIJSKA PUTOVANJA PREDSTAVNIKA MEDIJA

Opis aktivnosti:

Studijska putovanja inozemnih predstavnika medija (novinara, blogera, TV ekipa) organiziraju se u svrhu promidžbe Kvarnera kao prepoznatljive turističke destinacije.

Odabir i prihvata studijskih grupa je kroz nekoliko kanala:

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

U periodu do kraja svibnja 2021. zbog izvanrednih okolnosti uzrokovanih pandemijom bolesti COVID-19 (loša epidemiološka slika, slaba procijepljenost, „zatvorene“ zemlje), nije bilo studijskih putovanja novinara „uživo“ te se komunikacija i podrška novinarima pružala online. Prvi dolasci novinara bili su početkom lipnja.

TZ Kvarnera je u 2021. godini (u periodu od lipnja do kraja prosinca) realizirala i obradila ukupno 47 studijskih putovanja sa 153 sudionika (63 novinara, 17 influencera/blogera i 73 agenta) iz Austrije, Njemačke, Italije, Belgije, Češke, Ukrajine, Švedske, Danske, Mađarske, Ukrajine, Danske... i ostalih zemalja.

U istom periodu bilo je najavljeno, djelomično pripremljeno i razrađeno još niz drugih studijskih putovanja koja su zbog raznih nepredviđenih okolnosti vezanih uz nastavak pandemije otkazana u zadnji čas.

Programi putovanja uključuju: razgled destinacije (najznačajnijih turističkih potencijala), turističku ponudu u destinaciji, posebnosti u destinaciji te glavne atrakcije i doživljaje pojedine destinacije. Glavne teme i motivi posjeta novinara i influencera su bili eno-gastro ponuda, aktivni odmor, nautika, kultura, zdravstveni turizam / wellness, lifestyle...

TOP studijska putovanja:

- ⇒ nedjeljno izdanje Kronenzeitunga - reportaža o Kvarneru na 5 stranica; naklada od 1,2 milijuna, a vrijednost jedne stranice je 35.916,24 €. To je rezultat studijskog putovanja austrijske novinarke Diane Krulei koja je posjetila Kvarner u rujnu 2021. godine;
- ⇒ Nautica, talijanski magazin specijaliziran za nautiku - urednica magazina Patrizia Magi posjetila je Kvarner u lipnju. Kao rezultat ovog studijskog putovanja objavljena je reportaža o Opatijskoj rivijeri na 8 stranica u najvažnijem izdanju ovog magazina koji se distribuirao na 61. izdanju Međunarodnog nautičkog sajma u Genovi. Procijenjena vrijednost ove reportaže je impresivnih 562.125,50 €. Još jedna reportaža o kvarnerskim otocima očekuje se na proljeće 2022. godine;
- ⇒ talijanski influenceri Ema Kovač (model, glumica, poduzetnica i voditeljica, podrijetlom iz Hrvatske) i Gennara Lillio (glumac i model poznat po suradnji s dizajnerskim dvojcem Dolce & Gabbana) - u kolovozu su boravili na Kvarneru i

dijelili svoje impresije sa svog putovanja s gotovo 800.000 pratitelja na njihovim IG profilima;

- ⇒ ADAC Reisemagazin - u izdanju za svibanj i lipanj Kvarneru i Istri bilo je posvećeno 59 stranica; ADAC Reisemagazin ima čitateljsku publiku od 740.000 po svakom izdanju i kao takav ubraja se među vodeće publikacije o putovanjima u Njemačkoj. Vrijednost jedne stranice iznosi 9.500 €, što znači da je medijsko dostignuće ovih reportaža preko 560.000 €. Ove objave su rezultat uspješne suradnje TZ Kvarnera i ART RedaktionsTeama - agencije za turističko novinarstvo koja je već sedam godina uzastopno među 10 najboljih turističkih PR agencija u zemljama njemačkog govornog područja te studijskih putovanja novinara i fotografa s kojima TZ Kvarnera već duži niz godina surađuje;
- ⇒ ARTE TV - njemačko-francuska televizija koju prati oko milijun gledatelja u Francuskoj i Njemačkoj, a preko satelita u 49 zemalja još dodatnih 1,2, milijuna gledatelja; studijsko putovanje predstavnika organizirano je u dva puta, i to na Rabu i Opatijskoj rivijeri gdje je sniman program „Invitation au Voyage“. Emisije o Kvarneru će se prikazivati krajem 2021. godine i početkom 2022. godine;
- ⇒ „Đir po Kvarneru“, dvodnevno studijsko putovanje za novinare, bloggere, influencere i djelatnike u turizmu u sklopu EU projekta Arca Adriatica – tijekom rujna 2021. godine TZ Kvarnera organizirala je studijsko putovanje tijekom kojeg su predstavljeni interpretacijski centri, interpretacijske markacije, muzeji te virtualni muzej; sudjelovalo je ukupno 17 sudionika koji su u Rijeci, Malinskoj, Krku, Malom Lošinju i Mošćeničkoj Dragi posjetili sve važne atrakcije pomorske baštine Kvarnera na čijoj se zaštiti i turističkoj valorizaciji radilo kroz EU projekte Mala barka 2 i Arca Adriatica.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Glavni cilj organizacije studijskih putovanja inozemnih predstavnika medija (novinara, blogera, TV ekipa) je promidžba Kvarnera kao prepoznatljive turističke destinacije što je ujedno i jedna od glavnih zadaća TZ Kvarnera.

Krajnji rezultat studijskih putovanja novinara je promidžba Kvarnera kroz objavljene reportaže u stranim medijima. Materijali koji su objavljeni kao učinak studijskih putovanja novinara afirmativnog su karaktera i rezultat su dugogodišnje i kontinuirane suradnje s predstavnicima medija.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri:</b>	TZ Kvarnera, HTZ, predstavništva HTZ-a i PR agencije, uz podršku i suradnju lokalnih TZ i gospodarskih subjekata
<b>Realizacija aktivnosti:</b>	<b>123.141,46 kn</b>

### 3.4. MARKETINŠKE I POSLOVNE SURADNJE

#### 3.4.1. OGLAŠAVANJE U PROMOTIVNIM KAMPANJAMA JAVNOG I PRIVATNOG SEKTORA - UDRUŽENO OGLAŠAVANJE - JAVNI POZIV HTZ-A

**Opis aktivnosti:**

Raspisivanje Javnog poziva za udruženo oglašavanje od strane TZ Kvarnera bilo je ponajprije uvjetovano raspisivanjem od strane HTZ-a. Kako je HTZ donio odluku da od 2021. godine više neće provoditi taj javni poziv, TZ Kvarnera je pristupila raspisivanju natječaja, provedbi i odobravanju kandidatura.

Nakon odobravanja kandidatura, pristupilo se potpisivanju ugovora s nositeljima smještajne ponude (hoteli / kampovi) i nositeljima ponude destinacije (agencije). Odobrena ukupna vrijednost media planova iznosila je 4,3 mln kn (26 partnera), od kojih su 1.660.000,00 kn snosile lokalne TZ, 880.000,00 kn TZ Kvarnera, a 1.760.000,00 kn sam partner. U konačnici, zbog nastavka pandemije i neizvjesne turističke sezone, neki partneri su odustali od oglašavanja, dok su drugi smanjili planirane budžete, tako da su i utrošena sredstva TZ Kvarnera bila manja od planiranog.

**Ostvareni ciljevi aktivnosti:**

Provođenje zakonski jasno definirane zadaće, a to je koordinacija i provedba udruženog oglašavanja na regionalnoj razini. U promotivnom smislu, regija Kvarner je promovirana kroz konkretnu ponudu smještajnih kapaciteta i ponude destinacije na tržištima Europe, najvećim dijelom online (tražilice, turistički portali, dnevni/news portali, kroz društvene mreže i dr.), ali i u offline izdanjima, u poznatim kamping vodičima (ADAC, Kamping vodič Hrvatske i dr.) i slično.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri:</b>	TZ Kvarnera, lokalne TZ, hoteli, kampovi, agencije
<b>Realizacija aktivnosti:</b>	<b>768.624,07 kn</b>

#### 3.4.2. STRATEŠKI PROJEKTI

**Opis aktivnosti:**

Kako je Hrvatska kao destinacija na globalnom tržištu u turističkom smislu zanimljiva i atraktivna, tako i postojeći ali i novi partneri izražavaju sve veći interes za uvođenje novih letova za Hrvatsku, odnosno na Zračnu luka Rijeka ili za uvođenjem novih programa u drugim oblicima prijevoza. Iako je nastavkom pandemije avio sektor bio jako pogođen, tijekom 2021. godine se promet polako počeo vraćati. HTZ je u 2021. godini (kao i svake

godine) raspisao Javni poziv za iskazivanje interesa prema strateškim partnerima. Sve prikupljene kandidature prema tržištima je evaluiralo određeno predstavništvo HTZ-a u inozemstvu, te je svaka regionalna turistička zajednica ponudila partneru određeni udruženi iznos za kampanju oglašavanja. Na taj iznos, HTZ za cijelu Hrvatsku udruživao je svoja sredstva, neovisno o iznosima koje je pojedinačna regija bila spremna investirati. Za 2021. godinu TZ Kvarnera je potpisala ugovore sa sljedećim partnerima i provela marketinšku kampanju kojom se promovirao dolazak na destinaciju:

strateški partner 2021.	KVARNER	za odobrena sredstva Kvarnera odrađen je media plan s partnerom
	<b>netto u kn</b>	
Eurowings	212.800,00 kn	1 mln čaša koje se dijele na EW mreži
LOT Poljska	182.400,00 kn	oglas on board magazine; IG Social Media guide tour; Box on the main web page
Croatia Airlines Hrvatska	498.560,00 kn	oglašavanje na potvrdi zrakoplovne karte newsletter Croatia Airlines free bar kolicima u zrakoplovima video oglašavanje u avionima
Gruber Reisen Austrija	18.240,00 kn	oglas u magazinu Gute Reisen
Češke kormidlo Češka	18.240,00 kn	FB kampanja i banner na web stranicama Češke kormidlo, newsletter
ID Riva tours Njemačka	30.400,00 kn	online advertorial u Bild-u
TUI DE Njemačka	30.400,00 kn	TUI.com Hero Teaser Seite Pauschalreise
<b>UKUPNO netto kn</b>	<b>991.040,00 kn</b>	
<b>UKUPNO brutto kn</b>	<b>1.238.800,00 kn</b>	

Nakon zatvorenog natječaja, Zračna luka Rijeka je u ime avio prijevoznika LOT zatražila dodatna sredstva. Navedeni avio prijevoznik se bio kandidirao na Javni poziv, te su mu preko Javnog poziva sredstava u cijelosti i odobrena, no Zračna luka Rijeka za tog je partnera zatražila dodatna sredstva, i to ne pod istim uvjetima pod kojim su mu i prvotno bila odobrena sredstva. Naime, LOT-u je za 16 rotacija preko Javnog poziva HTZ-a bilo odobreno 24.000,00 €, a nakon Javnog poziva, Zračna luka Rijeka u više navrata zatražila je 120.000,00 € za 36 rotacija. Dodatno je Turističko vijeće TZ Kvarnera bilo odobrilo još 24.000,00 € za 20 rotacija i dodatna dva grada.

<b>2.Pregled potpisanog ugovora TZ Kvarnera i Strateškog partnera temeljem zahtjeva ZL Rijeka</b>			
strateški partner 2021.	KVARNER	HTZ	za odobrena sredstva Kvarnera odrađen je sljedeći media plan s partnerom
LOT Poljska	182.400,00 kn	0,00 kn	Spot at LCD screens at LOT's Business Lounge at Warsaw Chopin Airport and Box in Crazy Wednesday mailing
<b>SVEUKUPNO netto kn</b>	<b>1.173.440,00 kn</b>	<b>3.660.733,24 kn</b>	
<b>SVEUKUPNO brutto kn</b>	<b>1.466.800,00 kn</b>	<b>4.575.916,55 kn</b>	



U aktivnostima avio suradnje, 2021. godina je zasigurno bila obilježena konstantnim negodovanjem Zračne luke Rijeka prema sustavu turističkih zajednica, te prema gospodarskim subjektima radi premalo udruženih sredstava koja se potom odobravaju avio prijevoznicima i eventualno drugim strateškim partnerima. Slijedom toga, tijekom 2021. godine održano je više sastanaka na kojima su gospodarski subjekti iznijeli svoje viđenje, te interese u dovođenju avio putnika na Zračnu luku Rijeka. Tim tragom su od srpnja 2021. godine već održani sastanci i pregovori s avio prijevoznicima kako bi ih se pravovremeno uputilo na Javni poziv HTZ-a (koji je u prosincu 2021. godine raspisan za 2022. godinu).

Istovremeno se radilo i na udruživanju sredstava za potpisane programe za 2021. godinu. Tako je zaključak sa sjednice Turističkog vijeća TZ Kvarnera bio da se baš na traženje Zračne luke Rijeka i potrebe većeg iznosa udruživanja sredstava, te iznosa s kojim će se već raspolagati u trenutku pregovaranja i raspisivanja natječaja, na sustav turističkih zajednica dostave ugovori za udruživanje sredstava s iznosima, koji su bili veći od ugovorenih kampanja s partnerima, kako bi se stvorio temelj za pregovore u 2022. godini. Ugovori su bili dostavljeni na teren, međutim iako je većina turističkih zajednica ugovore potpisala, na traženje i inzisanje nekih lokalnih turističkih zajednica, TZ Kvarnera izradila je nove ugovore u skladu sa utrošenim sredstvima u 2021. godini, a već potpisani ugovori su se stavili izvan snage. Pripadajući iznos za Gorski kotar snosila je TZ Kvarnera i PGŽ.

turistička zajednica / gospodarstvo / JLS	<b>2021. udruženo</b> <i>50% manje od prvog zahtjeva</i>	<b>2021. zatraženo</b> <i>(dostavljen 6.10.2020.; zatraženo 30% manje u odnosu na realizaciju 2019.)</i>	<b>2019. udruženo</b>
lokalne TZ	250.000 kn	500.000 kn	700.000 kn
gospodarstvo	150.000 kn	300.000 kn	400.000 kn
JLS	500.000 kn	1.000.000 kn	1.390.000 kn
<b>ukupna udružena sredstva</b>	<b>900.000,00 kn</b>	<b>1.800.000,00 kn</b>	<b>2.490.000,00 kn</b>
	<b>TZ Kvarnera</b> <i>(50% manje od plana za 2021.)</i>	<b>TZ Kvarnera</b> <i>( plan za 2021.)</i>	<b>TZ Kvarnera</b> <i>(plan za 2019.)</i>
TZ Kvarnera	600.000,00 kn	1.200.000,00 kn	750.000,00 kn
<b>sveukupno</b>	<b>1.500.000,00 kn</b>	<b>3.000.000,00 kn</b>	<b>3.240.000,00 kn</b>

Ostvareni cilj aktivnosti:

Sukladno zadaćama definiranim kroz Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma za strateško planiranje i razvoj, potpisani su ugovori sa strateškim partnerima, udružena su sredstva na regionalnoj razini, a na Zračnu luku Rijeka je tijekom 2021. godine ostvaren promet kako slijedi:

AVIOPRJEVOZNIK	DESTINACIJA	ZRAKOPLOVI (operacije)	PUTNICI						SVEUKUPNO (dol.+odl.)
			DOLAZAK			ODLAZAK			
			A+C	I	UKUPNO	A+C	I	UKUPNO	
TRADE AIR*	SPLIT - DUBROVNIK	204	636	5	641	655	10	665	1.306
	OSIJEK	200	267	8	275	269	5	274	549
UKUPNO TRADE AIR		404	903	13	916	924	15	939	1.855
<b>UKUPNO DOMAĆI REDOVITI PROMET</b>		404	903	13	916	924	15	939	1.855
EUROWINGS	DUSSELDORF	60	4.072	41	4.113	3.940	57	3.997	8.110
	HAMBURG	46	2.937	48	2.985	3.042	55	3.097	6.082
	BERLIN	28	1.803	36	1.839	1.606	38	1.644	3.483
	KOLN	28	1.738	22	1.760	1.755	19	1.774	3.534
	STUTT GART	22	1.190	14	1.204	1.217	17	1.234	2.438
UKUPNO EUROWINGS		184	11.740	161	11.901	11.560	186	11.746	23.647
POLSKIE LINIE LOT	VARŠAVA	28	1.016	24	1.040	917	27	944	1.984
	ZIELONA GORA	20	600	0	600	594	13	607	1.207
	OLSZTYN	20	621	6	627	600	7	607	1.234
	SZCZECIN	20	538	0	538	477	10	487	1.025
UKUPNO LOT		88	2.775	30	2.805	2.588	57	2.645	5.450
LUFTHANSA	FRANKFURT	34	2.115	22	2.137	2.058	31	2.089	4.226
	MUNCHEN	28	948	15	963	931	6	937	1.900
UKUPNO LUFTHANSA		62	3.063	37	3.100	2.989	37	3.026	6.126
CROATIA AIRLINES	MUNCHEN	94	2.008	20	2.028	1.951	25	1.976	4.004
AIR BALTIC	RIGA	56	1.886	25	1.911	1.901	25	1.926	3.837
TRANS AVIA	EINDHOVEN	70	3.829	29	3.858	4.082	42	4.124	7.982
<b>UKUPNO MEĐUNARODNI REDOVITI PROMET</b>		554	25.301	302	25.603	25.071	372	25.443	51.046
<b>UKUPNO REDOVITI PROMET</b>		958	26.204	315	26.519	25.995	387	26.382	52.901
EUROJET	BUDIMPEŠTA	4	16	0	16	19	0	19	35
ENTER AIR	EDINBOURG	2	40	0	40	40	0	40	80
AEGEAN	ATENA	4	56	0	56	51	0	51	107
WIZZ AIR	CIPAR	2	55	0	55	55	0	55	110
MALTA AIR TRAVEL	MALTA	2	49	0	49	48	0	48	97
CROATIA AIRLINES	MALTA, EDINBOURG, BEČ	12	149	0	149	149	1	150	299
TRADE AIR	THESSALONIKI	4	58	0	58	58	0	58	116
AIR MALTA	MALTA	4	43	0	43	43	0	43	86
<b>UKUPNO MEĐUNARODNI CHARTER PROMET</b>		34	466	0	466	463	1	464	930
<b>UKUPNO REDOVITI I CHARTER PROMET</b>		992	26.670	315	26.985	26.458	388	26.846	53.831

Izvor: ZL Rijeka

<b>Nositelji aktivnosti i partneri:</b>	TZ Kvarnera i strateški partneri
<b>Realizacija aktivnosti:</b>	<b>968.846,67 kn</b>

### 3.5. SAJMOVI, PREZENTACIJE I POSLOVNE RADIONICE

#### 3.5.1. SAJMOVI

##### Opis aktivnosti

Radi jačanja kontakta s publikom, davanja ali i dobivanja informacija „iz prve ruke“, turistički sajmovi su bitan marketinški alat. U 2021. godini za sudjelovanje na samostalnim sajamskim nastupima iskazan je samo za sudjelovanje na sajmu ITB 2021. TZ Kvarnera prijavila je suizlaganje sa HTZ-om na sajmovima F.re.e, Ferienmesse, BIT i TTG. Ovisno o stupnju propisanih epidemioloških mjera uzrokovanih nastavkom pandemijom dio navedenih sajmova je bio realiziran, dok je dio bio održan virtualno ili čak u potpunosti otkazan.

Aktivnosti su realizirane na način:

⇒ **Berlin, online sajam ITB 2021, 09.03.-12.03.2021.**

Online sajam održan je kao zamjena za fizički sajam od 09.03. do 12.03.2021. godine s fokusom na tri teme: Content, Business i Networking. TZ Kvarnera iskoristila je maksimalno digitalnu ITB platformu postavljanjem tzv. „Brand Card“ izlagača u digitalnom formatu: fotografije destinacije s kratkim opisom, press mapa destinacije, karta Kvarnera, Mini image brošura Kvarnera i Kvarner Magazin. Potom, održana je prezentacija pod nazivom „Breath again“ s 33 slide-a o zdravstvenoj, gastro, outdoor ponudi, predstavljene su sve subregije i brendovi Kvarnera. Istaknuti su post-COVID programi vodećih zdravstvenih ustanova koje ovaj program nude i dio su Klastera Kvarner Health. Prezentacija je polučila izvanredan uspjeh feed-backom novinara i agencija koji su iskazali interes i podatke o zdravstvenoj ponudi na Kvarneru koji su digitalno dostavljeni i umreženi su kontakti sa Klasterom Kvarner Health

⇒ **München, sajam F.re.e. 21.04.-25.04.2021.**

TZ Kvarnera prijavila je sudjelovanje na zajedničkom štandu HTZ na sajmu F.re.e u Münchenu na kojem je Hrvatska trebala biti zemlja partner, a koji se zbog pandemije i poštivanja epidemioloških mjera otkazao.

⇒ **Beč, online sajam Ferienmesse, 07.05.- 08.05.2021.**

TZ Kvarnera prijavila je sudjelovanje na zajedničkom štandu HTZ-a tijekom sajma Ferienmesse koji je bio realiziran u digitalnom obliku. Digitalna platforma omogućila je postavljanje raznog digitalnog sadržaja: fotografije i online brošure (Mini image Brošura Kvarnera, Kvarner Magazin). Tijekom održavanja sajma, djelatnica TZ Kvarnera bila je dostupna na „online-štanu“, i to kroz „chat“ kako bi odgovarala na sve upite posjetitelja. Upiti su se dominantno odnosili na aktualnu epidemiološku situaciju, ispunjavanje upitnika Enter-Croatia i slično

⇒ **Milano, online sajam BIT, 09.05.-11.05.2021.**

TZ Kvarnera nastupila je i na najvećem talijanskom turističkom sajmu BIT (Borsa Internazionale del Turismo). Sajam je bio otvoren od nedjelje do utorka (09. do 11. svibnja) za poslovnu publiku i od srijede do petka (12. do 14. svibnja) za široku publiku, a nastup je bio organiziran u suradnji s predstavništvom Hrvatske turističke zajednice u Italiji. Uz Kvarner, na sajmu se predstavljalo još 14 drugih izlagača iz Hrvatske: Amber Travel, Blue Waves Resort, Losinia, Katarina Line, Jadrolinija, Valamar Riviera, TZG Zagreba, Uniline Hrvatska, Maslinica Hotels and Resort, Abacus Tours, Perfecta Travel, Kempinski Adriatic, HIT Dalmatia DMC te Eklata. S obzirom da se nakon jubilarnih 40 godina održavanja „uživo“ ove godine BIT morao održati u digitalnom obliku, sajam je udvostručio svoje trajanje. Na sajmu BIT Digital nastupilo je gotovo 1.600 izlagača iz cijelog svijeta i preko 500 buyera (kupaca) - agenata i operatera u potrazi za novim destinacijama i turističkim otkrićima. Digitalna platforma BIT-a sa svim multimedijским sadržajima, konferencijama i događajima, bila je dostupna online do 30. rujna i tako svima zainteresiranim pružila mogućnost da koriste materijale kada im to najviše odgovara. Sajam je bio podijeljen u nekoliko cjelina: Expo Plaza je platforma na kojoj su se predstavljali izlagači kroz multimedijalne mogućnosti uključujući i funkcije chata i video chata, platforma BIT Talks koja je nudila bogati program konferencija i prezentacija te platforma BIT Community - namijenjena kupcima koji su bili odabrani od strane Fiere Milano i koji su dobili mogućnost održavati online sastanke i stvoriti nove poslovne odnose zahvaljujući „programu“ koji predlaže one partnere koji najbolje odgovaraju određenim poslovnim potrebama. „Bit Talks“ nudio je raznovrstan program s više od 90 raznih predavanja kroz koja su obrađene aktualne teme i kretanja. Program je bio podijeljen u 5 zanimljivih i inovativnih tematskih područja, kao što su „treening“, iskustvena putovanja, tehnologija i inovacije, „vruće teme“ kao npr. održivi, „zeleni“ i „novi“ turizam, novi izazovi mobilnosti i sl. te tema „hrana & vinski turizam“. Na digitalnom štandu Kvarnera predstavljena je turistička ponuda cijele regije kroz brošure, izbor fotografija, filmova i poveznica na društvene mreže. Kvarner je za talijansku publiku zanimljiva i lako dostupna outdoor i gastro destinacija, s širokom ponudom raznih zdravstvenih usluga, posebice u ovim izazovnim vremenima kada gosti na Kvarneru mogu kroz razne post COVID i ostale programe učiniti nešto za svoje zdravlje.

⇒ **Rimini, specijalizirani poslovni sajam TTG, 13.10.-15.10.2021.**

Turistička zajednica Kvarnera je od 13. do 15. listopada predstavila regiju na jednom od najvažnijih turističkih sajmova u Italiji - TTG Travel Experience u Riminiju - koji je nakon prošlogodišnjeg globalnog zatvaranja ponovno održan „uživo“ i koji je ponovno okupio turističke djelatnike i predstavnike iz više od 40 zemalja svijeta s više od 700 kupaca iz Italije i svijeta te se već tradicionalno pozicionirao kao najvažnije mjesto susreta turističkih predstavnika i djelatnika u Italiji. Uz nacionalne turističke organizacije na sajmu kao izlagači sudjelovali su i turoperatori, turistički agenti, hotelijeri, prijevoznici...

Sajam je bio organiziran u 9 tematskih arena i bilo je održano preko 200 događaja. Glavna tema bila je sigurnost i dobrobit tj. glavni preduvjeti koji se danas, više nego ikada prije, traže u industriji putovanja i ugostiteljstva. Sajam TTG Travel Experience bio je namijenjen isključivo poslovnoj publici, a Kvarner se predstavio u sklopu zajedničkog štanda Hrvatske turističke zajednice uz još 5 drugih suizlagača iz Hrvatske. Ponovno održavanje turističkih sajmova i susreta u fizičkom obliku, tj. „uživo“, važno je zbog jačanja međusobnog povjerenja i ponovnog pokretanja turizma u svim njegovim oblicima.

⇒ **London, sajam WTM, 01.11.-03.11.2021.**

Za sajam WTM, HTZ je zatražio poveznice na brošure koje su se kroz QR kodove stavljale posjetiteljima na raspolaganje. Za područje Kvarnera dostupne su bile digitalne verzije brošura: „Kvarner Magazin“, „Mini image brošura Kvarnera“ te vodič „Šapicom po Kvarneru“ u izdanju PGŽ na engleskom jeziku.

TZ Kvarnera je kroz distribuciju tiskanih ili virtualnih promidžbenih materijala bila zastupljena na sajmovima u organizaciji HTZ-a kako slijedi:

<b>SAJMOVI HRVATSKE TURISTIČKE ZAJEDNICE 2021</b>			
<b>RB.</b>	<b>GRAD</b>	<b>SAJAM</b>	<b>DATUM</b>
<b>1</b>	<b>Düsseldorf</b>	<b>BOOT - otkazan</b>	<b>23.01.- 31.01.2021.</b>
<b>2</b>	<b>Essen</b>	<b>REISE+CAMPING - otkazan</b>	<b>17.02.- 21.02.2021.</b>
<b>3</b>	<b>Berlin</b>	<b>ITB – održan virtualno</b>	<b>10.03.- 14.03.2021.</b>
<b>4</b>	<b>Utrecht</b>	<b>VAKANTIEBEURST - održan virtualno</b>	<b>06.04.- 11.04.2021.</b>
<b>5</b>	<b>München</b>	<b>F.RE.E. - otkazan</b>	<b>21.04.- 25.04.2021.</b>
<b>6</b>	<b>Beč</b>	<b>FERIENMESSE – održan virtualno</b>	<b>07.05.- 09.05.2021</b>
<b>7</b>	<b>Rimini</b>	<b>TTG – održan</b>	<b>13.10.- 15.10.2021.</b>
<b>8</b>	<b>London</b>	<b>WTM – održan „uživo“, ali digitalnim brošurama</b>	<b>01.11.- 03.11.2021</b>
<b>TURISTIČKI SAJMOVI</b>			
<b>SPECIJALIZIRANI SAJMOVI</b>			

Ostvareni cilj aktivnosti:

Najvažniji cilj kod sajamskih nastupa tijekom 2021. godine bio je nastavak održavanja imidža destinacije i pažnje gostiju te pružanje aktualnih informacija, čemu se TZ Kvarnera brzo prilagodila, prihvatila trendove te „pripremala“ i educirala potencijalno tržište za vrijeme kada putovanja budu bila moguća, osobito na područjima koja su tradicionalna auto-destinacijska tržišta, ali i s udaljenijih destinacija. Usporedbi s 2020. godinom, ostvareni turistički promet tijekom 2021. godine osobito je upečatljiv s austrijskog tržišta (tradicionalne autodestinacije) čiji su gosti ostvarili 141% više noćenja, zatim s njemačkog tržišta (+52% više noćenja), te s talijanskog tržišta (+43% više noćenja). Valja naglasiti kako su gosti iz Njemačke tijekom 2021. godine ostvarili gotovo isti turistički promet kao i rekordne 2019. godine (98%).

S obzirom da u predviđenim terminima održavanja sajмова važeće epidemiološke mjere i ograničenja nisu preporučala putovanja van Hrvatske i održavanje većih okupljanja uživo, dio sajмова bio je održan u virtualnom obliku, dio je bio u potpunosti otkazan, a jedino je specijalizirani poslovni sajam TTG u Riminiju u listopadu 2021. godine bio održan u tradicionalnom obliku. Zbog toga su tijekom 2021. godine za aktivnosti nastupa turističkim sajmovima utrošena minimalna financijska sredstva.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri:</b>	TZ Kvarnera, HTZ, predstavništva HTZ-a, lokalne TZ
<b>Realizacija aktivnosti:</b>	<b>101.889,40 kn</b>

### 3.5.2. PREZENTACIJE

Opis aktivnosti:

Glavni ciljevi prezentacija su povećanje turističkog prometa te učvršćivanje i proširivanje postojećih suradnji s inozemnim partnerima. Ova aktivnost slijedi smjernice ostalih aktivnosti TZ Kvarnera u skladu s prioritarnim tržištima posebice segmentima ponude. Godišnjim Programom rada za 2021. godinu predviđene su prezentacije na emitivnim tržištima uživo u periodu pred- i/ili posezone. No, zbog okolnosti uzrokovanih nastavkom pandemije u predviđenim terminima situacija nije dozvoljavala okupljanja uživo i zbog toga gotovo sve prezentacije su održane u virtualnom obliku, te su za njihovo održavanje utrošena minimalna financijska sredstva.

U 2021. godini ukupno je realizirano 12 prezentacija na tržištima Njemačke, Slovenije, Italije, Poljske, Srbije, Nizozemske i Hrvatske - za strane poslovne partnere.

Ukratko:

- ⇒ NJEMAČKA – dvije virtualne prezentacije s naglaskom na zdravstveni turizam za prodajne agente turističkih agencija, turooperatore i predstavnike medija
- ⇒ SLOVENIJA – tri virtualne prezentacije za goste, agente turističkih agencija, turooperatore i predstavnike medija
- ⇒ ITALIJA – tri virtualne prezentacije i jedna prezentacija uživo za talijanske partnere, turooperatore i novinare; naglasak je bio na: zdravstvenom turizmu, aktivnom odmoru, kulturi i gastronomiji
- ⇒ POLJSKA - virtualna prezentacija za turooperatore i agente iz Poljske; predstavljena opća turistička ponuda i novosti, uoči uspostave prvih ovogodišnjih direktnih avio linija
- ⇒ SRBIJA – virtualna prezentacija za predstavnike turističkih agencija, blogere i predstavnike medija iz Srbije; novosti i opća turistička ponuda uz naglasak na eno/gastro ponudu i zdravstveni turizam
- ⇒ NIZOZEMSKA – prezentacija za predstavnike medija i donatore zaklade Cure for Cancer
- ⇒ HRVATSKA – MEETEX TRADE SHOW – virtualna prezentacija za predstavnike kongresnog i poslovnog turizma

Također, u vrijeme izrade Programa rada za 2021. godinu, TZ Kvarnera nije imala inpute od strane srodnih institucija (HTZ, MINTS) vezano za održavanje prezentacija, niti saznanja o kretanju pandemije i utjecaju na aktivnosti u turizmu. U očekivanju završetka pandemije bilo je planirano još niz prezentacija na temelju iskustava iz prethodnih godina, tržišnih rezultata i trendova. Međutim, budući da epidemiološka situacija i dalje nije bila povoljna, u dogovoru i prema prijedlozima predstavništava HTZ-a i/ili touroperatora ili partnera prezentacije na tržištima Austrije, Švicarske, Velike Britanije, Irske, Skandinavije, Češke, Slovačke, Mađarske, Rusije i na dalekim tržištima nisu održane, odnosno iste su otkazane ili pomaknute za 2022. godinu.

NJEMAČKA

---

- ⇒ **Berlin, ITB - virtualna prezentacija zdravstvenog turizma Kvarnera tijekom održavanja „online izdanja“ najveće svjetske turističke burze, 12.03.2021.**

TZ Kvarnera ponovno se predstavila na najvećoj svjetskoj turističkoj burzi ITB Berlin NOW, koja se ove godine nakon tradicije duge 50 godina po prvi put održala u online izdanju. Nakon 7 godina uzastopnog samostalnog predstavljanja na ovom najvećem i najjačem turističkom sajmu, Kvarner je ove godine bio jedina hrvatska destinacija koja je iskoristila mogućnost virtualne prezentacije za vrijeme trajanja ITB-a. Zadnje dvije godine zdravlje i sve vezano uz njegovo očuvanje definitivno je „top tema“ i upravo zbog toga TZ Kvarnera odlučila je tijekom svog virtualnog trenutka na ITB-u predstaviti ono u čemu smo najbolji. Budući da je za razvoj turizma na Kvarneru zaslužan upravo zdravstveni turizam, htjeli

smo naglasak staviti na taj naš jedinstveni dvostruki potencijal - zdravlje i turizam u „paketu“. TZ Kvarnera je prezentirala i predstavila prednosti naše regije kao zdravstvene i lječilišne destinacije koja pruža izvrsne zdravstvene usluge zahvaljujući vrhunskim ustanovama i klinikama, medicinskim timovima predvođenim renomiranim, iskusnim liječnicima koji u svojim praksama koriste moderne medicinske tehnologije. Sve to potvrđuju i brojni vrhunski, svjetski poznati sportaši i natjecatelji iz cijelog svijeta dolaze se dolaze rehabilitirati upravo na Kvarner. Uz zdravstveni turizam predstavljene su i ostale prednosti i raznolika ponuda Kvarnera.

⇒ **Virtualna prezentacija zdravstvenog turizma Kvarnera za njemačke prodajne agente turističkih agencija, touroperatore i predstavnike medija, 13.04.2021.**

U suradnji s predstavništvom HTZ-a u Njemačkoj i njemačkim turističkim medijem FVW dana 13.04.2021. godine Kvarner se kroz virtualnu prezentaciju predstavio prodajnim agentima turističkih agencija, touroperatorima te predstavnicima medija iz Njemačke. TZ Kvarnera kao partner iz Hrvatske predstavila je ponudu zdravstvenog turizma, nastavak je to aktivnosti brojnih općih i specijaliziranih prezentacija koje su se kontinuirano u prethodnim godinama održavale na sajmovima i radionicama u Njemačkoj. Ova virtualna prezentacija održana je na platformi njemačkog stručnog medija iz domene turizma FVW. Ukupno 66 sudionika prezentaciju je pratilo preko službene web stranice FVW-a te službene Facebook stranice. FVW Medien dio je dfv media grupe (Deutscher Fachverlag GmbH), koja je jedna od najvećih neovisnih specijaliziranih medijskih tvrtki u Europi te objavljuje preko 90 specijaliziranih časopisa koji su ciljano namijenjeni trenutnim i budućim „decision maker-ima“, poduzetnicima i prodajnim stručnjacima kroz relevantne B2B naslove i teme. Sudionike je pozdravio i direktor predstavništva HTZ-a u Njemačkoj, gospodin Romeo Dragicchio i voditeljica predstavništva HTZ-a u Münchenu, gospođa Nera Miličić. Oni su zajednički predstavili sveukupnu turističku ponudu Hrvatske i projekt „Safe Stay in Croatia“ budući su dosadašnji kontakti s agentima, ali i istraživanja općenito pokazala da su potencijalnim gostima ipak jedini konačni kriteriji za odluku gdje će provesti svoje godišnje odmore – dobra epidemiološka slika destinacije i sigurnost u smislu provedbe propisanih zdravstveno-higijenskih mjera. Također, istraživanja platforme za obiteljski smještaj Home To Go, pokazala su da je gostima iz Njemačke Hrvatska bila na prvom mjestu kao željena destinacija u kojoj bi proveli svoj odmor, a Kvarner je i dalje bio pri vrhu najomiljenijih destinacija za goste iz Njemačke. To su već ranije potvrdili i podaci o ostvarenom turističkom prometu tijekom Uskrsa, kada su gosti iz Njemačke zauzeli prvo mjesto među inozemnim gostima. Gostima iz Njemačke, jedna smo od najbližih auto destinacija za odmor, kod nas se osjećaju sigurno i dobro poznaju regiju te usprkos svim okolnostima i dalje nas rado posjećuju. Uz zdravstveni turizam, kroz virtualnu prezentaciju predstavili su se i drugi turistički proizvodi koji nadopunjuju zdravstvene programe, poput aktivnosti na otvorenom koje su usko povezane s očuvanjem zdravlja, kao i kvalitetna i zdrava prehrana koju naši gosti mogu lako pronaći u ugostiteljskim objektima „Kvarner Gourmet & Food“ i vinarijama „Kvarner Wines“. Sudjelovanje i ovakva vrsta suradnje s



predstavnicima medija iz Njemačke uvelike doprinosi održavanju vidljivosti i imidža regije Kvarner na njemačkom tržištu. Tako je informacija o održanoj virtualnoj prezentaciji Kvarnera došla do velikog broja ljudi u njemačkoj turističkoj branši zahvaljujući objavama koje su uslijedile, a prezentacija je dobila i dodatnu medijsku vrijednost

## SLOVENIJA

---

### ⇒ **Edukacija za slovenske agente iz turističke agencije Palma, 02.02.2021.**

TZ Kvarnera je putem Teams platforme predstavnicima turističke agencije Palma predstavila novosti i zanimljivosti s područja Kvarnera za 2021. godinu. U sklopu prezentacije bio je prikazan i film „Kvarner - Raznolikost je lijepa“ koji je slikom dočarao sve ljepote naše regije, a nakon toga su uslijedila konkretna pitanja agenata od čega se najveći broj odnosio na pojedine segmente gostiju, odnosno koja bi destinacija na Kvarneru bila primjerice najpogodnija za obitelji, parove, goste starije populacije, sportaše itd.

### ⇒ **Virtualna gastro prezentacija pod nazivom „Valentinovo s Kvarnerom kod Vas doma“, 11.02.2021.**

U suradnji s predstavništvom HTZ-a u Ljubljani putem Youtube kanala slovenskim gostima bilo je priređeno iznenađenje pred Valentinovo - virtualnim putem bio je dočaran doživljaj Kvarnera kroz jedinstveno virtualno gastronomsko putovanje po Kvarneru i kvarnerskim okusima. Prezentaciju Kvarnera vodila je direktorica Irena Peršić Živadinov, koja je ukratko predstavila regiju i široku paletu mogućnosti koje pruža posjetiteljima. U restoranu „Kukuriku“ unaprijed je bila snimljena priprema jela pod nazivom „Kvarnerski zaljev“ i podijeljen recept chefa Ognjena Novkovića, a Nenad Kukurin predstavio je i dao preporuku za 3 kvarnerska vina. Kako bi se što bolje dočarao cjelokupni ugođaj, priprema hrane i vrhunske namirnice Kvarnera, bio je snimljen i prikazan trominutni video na riječkoj tržnici i ribarnici uz stručno vođenje na slovenskom jeziku, nakon toga prikazan je i film „Kvarner Raznolikost je lijepa“ te video s manifestacije održane na riječkoj ribarnici JRE Passion & Talent u studenom 2019. godine.

### ⇒ **Virtualna eno radionica pod nazivom „Vina Kvarnera u Sloveniji“, 25.02.2021.**

TZ Kvarnera je u suradnji s predstavništvom HTZ-a u Ljubljani putem Zoom platforme održala virtualnu degustaciju i promociju kvarnerskih vina za slovenske medije. Prezentacija je bila održana uz podršku vinara s Kvarnera, a vodila ju je poznata sommelierka Mira Šemić, autoritet europske vinske scene. Gospođa Šemić je prezentirala vina i mogućnosti sljubljivanja s kvarnerskim specijalitetima. Na prezentaciji su sudjelovali predstavnici raznih slovenskih medija, kao i onih specijaliziranih za vino, gastronomiju, lifestyle: Revija Vino, Dober tek, Pet zvezdic, Media24, portal Ovinu.si, portal e-morje, Delo, Večer i Novi list, te predstavnici partnera „Salon pjenušavih vina Ljubljana“. Kako bi sudionici prezentacije mogli pratiti degustaciju, prethodno im je bio poslan paket s vinima. Kvarner se predstavljao s 5 vina s područja Vrbnika, Kastva i Novog Vinodolskog, odnosno

5 vinarija udruženja Vina Kvarnera: Poljoprivredna zadruga „Gospoja“, Vinarija „Šipun“, „Kuća vina Ivan Katunar“, „Plovanić vina“ i Vinska kuća „Pavlomir“. Cijeli ugođaj bio je upotpunjen i prikazivanjem filma „Kvarner - Raznolikost je lijepa“.

## ITALIJA

---

### ⇒ **Virtualna prezentacija Kvarnera za talijanske partnere, touroperatore i novinare, 23.03.2021.**

TZ Kvarnera je u suradnji s HTZ-om i predstavništvom HTZ-a u Italiji dana 23.03.2021. godine održala virtualnu prezentaciju Kvarnera koja je bila namijenjena talijanskim partnerima, touroperatorima i predstavnicima medija. Direktorica TZ Kvarnera, dr.sc. Irena Peršić Živadinov je sudionicima prezentacije na početku ukratko predstavila Kvarner kao regiju gdje gosti uživaju u kristalno čistom moru, ekološki očuvanoj i jedinstvenoj prirodi, vrhunskoj eno i gastronomskoj sceni, bogatoj kulturnoj baštini, povijesnim gradovima, ali i ništa manje atraktivnim ribarskim naseljima. Prezentacije namijenjene poslovnom segmentu i specijaliziranim turističkim novinarima bile su izvrsna prilika da ostanemo prisutni i učvrstimo svoju poziciju i imidž na turističkom tržištu, pa tako je ova prezentacija bila iskorištena da se direktnim „virtualnim“ kontaktom s talijanskim „opinion makerima“ nastavlja s održavanjem prisutnosti i vidljivosti regije Kvarner na talijanskom tržištu tijekom 2021. godine. Kroz prezentaciju nije samo bio stavljen naglasak na ljepote i motive dolazaka na Kvarner, već i na sve mjere koje su se provodile za siguran boravak na destinaciji - u uvodnom dijelu direktorica predstavništva HTZ-a u Italiji, gospođa Viviana Vukelić, predstavila je i nacionalnu oznaku sigurnosti - Safe Stay in Croatia. Najjači naglasak u prezentaciji ipak je bio na zdravstvenom turizmu i zdravstvenoj ponudi Kvarnera - ključni, tradicionalni i u 2021. godini posebno značajan turistički proizvod. Tijekom prezentacije kroz kraće promo filmove predstavile su se kvarnerske turističke destinacije s dugom tradicijom u zdravstvenom turizmu: Opatija, Crikvenica i otok Lošinj. S obzirom na važnost očuvanja zdravlja i oporavka, i kroz ovu prezentaciju bili su predstavljeni post-COVID programi, od kojih se svaki prilagođava pacijentu / gostu i njegovim specifičnim potrebama. Predstavljena je bila i outdoor ponuda, koja je sastavni dio zdravog života i brige o zdravlju. Svoju outdoor ponudu, kroz kratke promo filmove, predstavili su: otoci Krk, Cres i Rab, ali i jedinstveni Gorski kotar. U prezentaciji svoje mjesto našla je i Rijeka, kao grad koji je svojom blizinom i ponudom oduvijek bio privlačan talijanskim gostima. Naravno, titula Rijeke kao Europske prijestolnice kulture i produženje do kraja travnja ove godine, bio je važan i neizostavan dio predstavljanja Rijeke. Direktorica Peršić Živadinov cjelokupnu prezentaciju Kvarnera zaokružila je predstavljanjem naše bogate i cijenjene eno-gastronomске scene. Gastronomija i uživanje u kvarnerskim delicijama, autohtonim namirnicama i jelima, u pratnji vrhunskih vina i pjenušaca, dio je kvarnerskog doživljaja kojeg talijanski gosti vole i dobro poznaju.

**⇒ Prezentacija Kvarnera za talijanskog touroperatora Boscolo, 28.04.2021.**

TZ Kvarnera regiju je u travnju 2021. godine bila predstavila i mreži agenata i partnera talijanskog touroperatora Boscolo. Boscolo je talijanski touroperator s više od 40 godina iskustva u industriji putovanja. U početku su se bazirali na prihvat grupa u Italiji, a kasnije se poslovanje proširilo na veća, manja i individualna europska i svjetska putovanja. Uspjeh Boscola temelji se na timu i partnerima koji se stalno usavršavaju i prate najnovije trendove, destinacije i ponude. Prezentacija Kvarnera bila je održana u suradnji s predstavništvom HTZ-a u Italiji, a uz Kvarner predstavljala se i Istra. Boscolo tim i njihovi partneri kroz radni – virtualni susret dobili su najaktualnije i korisne informacije o Hrvatskoj i Kvarneru, a sve u cilju informiranja krajnjeg korisnika – turista. Obzirom da je i u 2021. godini sigurnost nastavila biti jedan od glavnih uvjeta za putovanje, direktorica predstavništva HTZ-a u Italiji, gospođa Viviana Vukelić u uvodnom dijelu predstavila je nacionalnu oznaku sigurnosti - Safe Stay in Croatia. Nakon uvodnog dijela predstavila se Istra, a na kraju se predstavila TZ Kvarnera. Uz opću ponudu kvarnerskih otoka i obale poseban naglasak bio je stavljen na zdravstveni turizam i gostima iz Italije manje poznat dio Kvarnera – Gorski kotar. Kao ponuda zdravstvenog turizma Kvarnera bile su predstavljene kvarnerske destinacije zdravlja - Opatija, Crikvenica i otok Lošinj te posebno kreirani post-COVID programi i Klaster zdravstvenog turizma Kvarnera kao referentna točka za koordinaciju svih dionika povezanih s zdravljem, obrazovanjem i turizmom na Kvarneru. Kvarnerski moto "Raznolikost je lijepa" bio je prikazan i kroz ponudu Krka, Cresa, Raba i Rijeke – Europske prijestolnice kulture, ali i kroz aktivni turizam, netaknutu prirodu, mogućnosti za nautičare i neizostavnu eno-gastronomsku ponudu. Jedna od tema prezentacije bila je i mogućnost testiranja na COVID-19 budući da je TZ Kvarnera u suradnji s NZZJZ PGŽ i Domom zdravlja PGŽ tijekom 2021. godine imala u planu i realizirala organizaciju dodatnih mobilnih medicinskih timova za provođenje PCR i brzih antigenskih testiranja na gotovo svim kvarnerskim subregijama.

**⇒ Prezentacija Kvarnera za talijanskog touroperatora Aurora Viaggi, 06.05.2021.**

TZ Kvarnera održala je 06.05.2021. godine ekskluzivnu prezentaciju za talijanskog tour operatora Aurora Viaggi. Ovaj tour operator je u ožujku 2021. godine, uz ostale talijanske agente i operatore, sudjelovao na prezentaciji Kvarnera i upravo to je bio povod da u suradnji s predstavništvom HTZ-a u Italiji i TZ Kvarnera pozove preko 100 agencija iz svoje mreže partnera kako bi dodatno upoznali Kvarner. Aurora Viaggi je specijaliziran za grupna putovanja u Italiji i u svijetu, ali i individualna putovanja po mjeri. Jedno od glavnih tržišta ovog organizatora putovanja upravo je Kvarner gdje već duži niz godina dovode talijanske goste na kvarnerske otoke i obalu. U uvodnom dijelu direktorica predstavništva HTZ-a u Italiji, gospođa Viviana Vukelić predstavila je nacionalnu oznaku sigurnosti - Safe Stay in Croatia te dala kratki presjek aktualnog stanja u Hrvatskoj. Na prezentaciji je sudjelovao i direktor HTZ-a, gospodin Kristijan Staničić koji je pozdravio sve nazočne i pozvao talijanske goste u najljepšu hrvatsku regiju – Kvarner. Touroperatora Aurora Viaggi predstavljala je direktorica, gospođa Vera Kermez, koja se zahvalila hrvatskim predstavnicima na dobroj

suradnji i naporima usmjerenim na siguran boravak gostiju u destinaciji te najavila nove dolaske talijanskih gostiju na Kvarner. Direktorica TZ Kvarnera, gospođa Irena Peršić Živadinov je kroz prezentaciju predstavila kvarnerske otoke, obalu i Gorski kotar, cjelokupnu turističku ponudu te pružila informacije o svemu što se u tom trenutku radilo kako bi se pripremila nadolazeća ljetna sezona na Kvarneru (cijepljenje turističkih djelatnika, organizacija dodatnih punkova za testiranje na COVID-19, itd). Naglasila je kako agenti i partneri mogu nuditi Kvarner jer smo sigurna turistička regija, te kako su o svim tim pripremama mogli informirati svoje zainteresirane goste i time ih potaknuti na putovanja u našu regiju. Prezentaciju je zaključila uz "veliko hvala tour operatoru Aurora Viaggi koji već dugi niz godina promovira i kroz svoje programe nudi kvarnerske destinacije i koji je specijaliziran upravo za našu regiju".

⇒ **Abano Terme, European Medical Tourism - prezentacija zdravstvenog turizma Kvarnera, 29.06.-30.06.2021.**

U suradnji s TZ Kvarnera, Klaster zdravstvenog turizma Kvarnera, Poliklinika Rident i Liburnia Riviera Hoteli predstavljali su se na vodećem talijanskom B2B događaju za zdravstveni turizam – EMT (European Medical Tourism) u Abano Termama te su tijekom trajanja susreta održali niz poslovnih sastanaka "licem-u-lice" s potencijalnim partnerima iz raznih dijelova svijeta. Klaster zdravstvenog turizma Kvarnera je održao prezentaciju pod nazivom "Kvarner – izvor zdravlja Europe", a kroz prezentaciju bila je predstavljena zdravstveno-turistička ponuda Kvarnera i usluge članica Klastera te je poseban naglasak bio stavljen i na "Kvarner Efekt" te post-COVID zdravstvene programe oporavka.

POLJSKA

---

⇒ **Virtualna prezentacija za touroperatore i agente iz Poljske, 10.06.2021.**

U suradnji s HTZ-om i predstavništvom HTZ-a u Poljskoj 10.06.2021. održana je virtualna prezentacija Kvarnera za touroperatore i agente iz Poljske. Ova poslovna radionica održavala se tjedan dana prije uspostave prve direktne avio linije koja je od sredine lipnja do početka listopada 2021. godine povezivala Varšavu i Rijeku, a osim ove linije najavljeni su bili i direktni letovi iz još dva grada sa sjevera, Szczecina i Olsztyna i Zielone Góre iz zapadnog dijela Poljske, čime je Kvarner i gostima, iz udaljenijih dijelova Poljske u periodu od srpnja do rujna 2021. godine, bio lako i brzo dostupna destinacija. Uz prirodne ljepote regije, sudionicima prezentacije bila je predstavljena i eno-gastronomska ponuda, mogućnosti aktivnog odmora te brojne kulturno-povijesne znamenitosti Kvarnera. Na prezentaciji nije bio samo stavljen naglasak na ljepote i motive dolaska na Kvarner, već i na sve mjere koje su se provodile za siguran boravak u destinaciji. Na kraju radionice održalo se i izvlačenje nekoliko nagrada kao poticaj za posjet regiji.

---

**SRBIJA**

---

**⇒ Virtualna prezentacija za predstavnike turističkih agencija, bloggere i predstavnike medija iz Srbije, 11.05.2021.**

Kvarner se virtualno predstavio i u Srbiji - jednom od naših, geografski gledano, najbližih tržišta koje ima mogućnost brzo se prilagoditi okolnostima u smislu odlučivanja na putovanje u zadnji trenutak te olakšane mobilnosti zbog blizine. U suradnji sa srpskim specijaliziranim "TU magazinom", koji je posvećen turizmu, ugostiteljstvu i HoReCa sektoru u Srbiji i čitavoj regiji, TZ Kvarnera organizirala je posebnu virtualnu prezentaciju na kojoj su sudjelovali predstavnici turističkih agencija, bloggeri i mediji iz Srbije, ali i drugih zemalja iz regije. Kroz prezentaciju sudionicima su bili predstavljeni noviteti u ponudi i turističkim proizvodima te aktualnosti s područja Kvarnera tijekom 2021. godine. Uz opću kvarnersku turističku ponudu, poseban naglasak bio je stavljen na eno-gastro ponudu te na zdravstveni turizam. Kvarner je bio predstavljen prvenstveno kao jedinstvena regija s najboljom eno i gastro ponudom u regiji, ali i kao najbliža morska destinacija za ljetni godišnji odmor svim gostima iz ovog dijela Europe.

---

**NIZOZEMSKA**

---

**⇒ Prezentacija Kvarnera u sklopu humanitarne akcije "Cure for Cancer 2021", 02.10.2021.**

Prezentacija Kvarnera u Nizozemskoj bila je održana u sklopu humanitarne akcije "Cure for Cancer 2021" na gala večeri održanoj u Grand Hotel Huis ter Duin, Noordwijk an Zee. TZ Kvarnera osigurala je dio nagradnog putovanja za 2 osobe, a tijekom večere bili su prikazivani i motivi s Kvarnera. Destinacija Kvarner bila je predstavljena kao regija s tradicijom, izuzetnom gastronomijom, mogućnostima boravka u prirodi i ponudom zdravstvenog turizma. Događaju su prisustvovali brojni predstavnici medija i sudionici-donatori zaklade "Cure for Cancer", koji su na aukciji odabrali putovanje. Realizacija nagradnog putovanja uslijedit će u 2022. godini.

---

**HRVATSKA**

---

**⇒ Prezentacija Kvarnera na Meetex Tradeshow-u, 18.03.2021.**

Putem Youtube kanala, 18.03.2021. godine, održana je prezentacija Kvarnera za jedino B2B okupljanje predstavnika kongresnog i poslovnog turizma u Hrvatskoj - Meetex - Croatian Meeting Experience Summit koji se smatra jednim od 10 najboljih europskih B2B sajmova u MICE industriji. Poslovnim partnerima bila je predstavljena raznolika turistička ponuda Kvarnera i novosti te je upućen video poziv za studijsko putovanje profesionalaca koje je zatim uslijedilo u srpnju 2021. godine. Poslovni partneri - MICE predstavnici u sklopu tog studijskog putovanja posjetili su Zagreb, Istru i Kvarner (Opatija i Rijeka).

Ostvareni cilj aktivnosti:

Prezentacije su se organizirale s ciljem promocije i jačanja imidža Hrvatske i Kvarnera kao prepoznatljive turističke destinacije, povećanja turističkog prometa te učvršćivanja i proširivanje postojećih suradnji s inozemnim partnerima. Tijekom 2021. godine posebna se pažnja pridavala održavanju i/ili poticanju vidljivosti i imidža regije Kvarner na glavnim emitivnim tržištima. Tako su gosti iz Slovenije, Italije i Nizozemske zabilježili rast dolazaka i noćenja u odnosu na 2020. godinu, dok su 2021. godini gosti iz Njemačke ostvarili gotovo isti turistički promet kao i rekordne 2019. godine (98%). Slijede ih gosti iz Češke, Poljske i Srbije također s preko 90% ostvarenog turističkog prometa iz 2019. godine.

S obzirom da u predviđenim terminima održavanja prezentacija važeće epidemiološke mjere i ograničenja nisu preporučala putovanja van Hrvatske i okupljanja uživo, gotovo sve prezentacije bile su održane u virtualnom obliku, te su za njihovo održavanje bila utrošena minimalna financijska sredstva.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri:</b>	TZ Kvarnera, HTZ, predstavništva HTZ-a i ostali partneri
<b>Realizacija aktivnosti:</b>	<b>72.515,44 kn</b>

### 3.6. SURADNJA S ORGANIZATORIMA PUTOVANJA

#### 3.6.1. STUDIJSKA PUTOVANJA AGENATA - BUY CROATIA RADIONICE

Opis aktivnosti:

Studijska putovanja agenata organiziraju se s ciljem upoznavanja i povezivanja turističke ponude i potražnje. Namjera je predstavnicima putničkih agencija i turoperatora predstaviti ponudu i proizvode destinacije i informirati ih o specifičnostima turističke ponude kako bi osigurali jaču prodaju aranžmana na Kvarneru te prisutnost Kvarnera kao poželjne turističke destinacije na emitivnim turističkim tržištima.

Programi za studijska putovanja uključuju razgled destinacije (najznačajnijih turističkih potencijala), prezentaciju proizvoda pojedine destinacije, razgled smještajnih kapaciteta i posjet i razgled ugostiteljske ponude (degustacije proizvoda).

U 2021. godini TZ Kvarnera je, u suradnji s predstavništvima HTZ-a, gospodarskim subjektima i Klasterom zdravstvenog turizma Kvarnera, realizirala programe studijskih putovanja za 72 inozemna agenta na ukupno 7 specijaliziranih studijskih putovanja s tržišta Austrije, Ukrajine, Rusije i Italije. Glavni motivi putovanja za agente su osim upoznavanja destinacije bile "specijalizirane" ponude (nautika, zdravstveni turizam...) te promocija novih linija (avio / Kijev - Rijeka) i osmišljavanje novih programa s turističkom ponudom Kvarnera.

⇒ **Buy Croatia – Nautika, 27.09.-01.10.2021.**

TZ Kvarnera je u suradnji s HTZ-om i predstavništvima organizirala projekt Buy Croatia - Nautika u okviru kojeg se održalo studijsko putovanje inozemnih agenata te je dogovoreno niz sastanaka između agenata i poslovnih partnera – predstavnika marina i charter agencija. Na studijskom putovanju agenti su se upoznali s turističkom ponudom otoka Lošinja, Cresa, Krka i Crikveničko-vinodolske rivijere uz poseban naglasak na nautičku ponudu. Program je uključivao i posjet ACI marini na otoku Cresu, marini Punat na otoku Krku, marini Novi i Mitan u Novom Vinidolskom te Jadranka Yachtingu na otoku Lošnju.

U nastavku kao primjer „feedback“ predstavnika austrijskog „123yachtchartera“ s ovog putovanja: ...*„ Ich möchte mich für die Möglichkeit der Teilnahme bei dieser heurigen, sehr exklusiven Studienreise bedanken, wir haben wirklich viel gesehen und auch einige Partner von uns getroffen bzw. mit Verantwortlichen von Marinas Kontakte knüpfen können, die uns bei der Vermarktung der Kvarner Region behilflich sein werden.*

*Vielen Dank nochmals für die gute Betreuung und Umsetzung dieser Reise“*

**Prijevod:**

*Zahvaljujem se što ste nam omogućili sudjelovati na ovogodišnjem, vrlo ekskluzivnom studijskom putovanju, vidjeli smo zaista puno, a i upoznali neke od naših partnera, odnosno uspjeli smo uspostaviti kontakte s odgovornima za marine koji će nam pomoći oko promocije regije Kvarner.*

*Hvala još jednom na dobroj organizaciji i realizaciji ovog putovanja.*

Ostvareni cilj aktivnosti:

Provođenje aktivnosti strateškog i operativnog marketinga odnosno organizacija studijskih putovanja jedna je od glavnih zadaća TZ Kvarnera koja je definirana kroz Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma. Kroz organizirana studijska putovanja agenti iz mreže inozemnih touroperatora/turističkih agencija upoznaju regiju Kvarner i tako pridonose boljoj prezentaciji, odnosno prodaji aranžmana koji uključuju ponudu Kvarnera kod krajnjeg korisnika – gosta.

U 2021. godini glavni ciljevi organizacije studijskih putovanja za agente su osim upoznavanja destinacije bile približiti im „specijalizirane“ ponude kao nautiku i zdravstveni turizam koji su se u pandemijsko vrijeme pokazali kao najkonkurentniji turistički proizvodi. Kroz promociju nove charter linije Kvarner se pojačano predstavio ukrajinskim agentima.

Zdravstveni turizam:

- ⇒ predstavnicima specijaliziranih agencija za zdravstveni turizam iz Italije i predstavnicima zdravstvenih, farmaceutskih i obrazovnih institucija iz Rusije približili smo zdravstvenu ponudu Kvarnera

**Nautički turizam:**

- ⇒ agenti za nautiku su se susreli s postojećim i novim partnerima na Kvarneru koji su im pomogli oko promocije regije i nautičke ponude Kvarnera

**Novo destinacije Kvarnera uvrštene u programe ukrajinske agencije:**

- ⇒ agencija Sun Valley iz Ukrajine od 2020. godine svakih 10 dana u ljetnoj sezoni dovodi nove grupe gostiju u Mošćeničku Dragu; kao rezultat odrađenog studijskog putovanja za agente, u 2022. godini proširuju poslovanje i u svoje programe su uvrstili i dolaske u Opatiju i Crikvenicu te izlete po Kvarneru i okolici

**Promovirana nova avio linija Kijev – Rijeka:**

- ⇒ kroz studijsko putovanje za agente TPG (Travel Professional Group) iz Ukrajine bila je promovirana nova charter linija koja je planirana za 2022. godinu i koja će prometovati na liniji Kijev – Rijeka; nova avio linija će pridonijeti boljoj prepoznatljivosti Kvarnera kao avio destinacije na ukrajinskom tržištu, te će približiti bogatu turističku ponudu Kvarnera ukrajinskim gostima

<b>Nositelji aktivnosti i partneri:</b>	TZ Kvarnera, HTZ, predstavništva HTZ-a, Klaster zdravstvenog turizma Kvarnera, uz podršku i suradnju lokalnih TZ i gospodarskih subjekata
<b>Realizacija aktivnosti:</b>	<b>16.021,05 kn</b>

**3.6.2. DOMAĆINSTVO KVARNERA 6. GODIŠNJOJ KONFERENCIJI ETC-A (EUROPEAN TRAVEL COMMISSION / EUROPSKA PUTNIČKA KOMISIJA)**

Na poziv GU HTZ, TZ Kvarnera kandidirala se za domaćinstvo 6. godišnje konferencije ETC (European Travel Commission) /Market Intelligence Group (MIG) i Marketing Group (MKG), koju je HTZ planirala organizirati u veljači 2021. godine, za 70-tak sudionika - stručnjaka iz sektora turizma iz 33 zemlje članice ETC-a.

No, uslijed okolnosti uzrokovanih nastavkom pandemije, do realizacije planiranog događaja uživo na Kvarneru nije došlo.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri:</b>	TZ Kvarnera i HTZ
<b>Realizacija aktivnosti:</b>	/



### 3.6.3. PRIHVAT SNIMANJA REALITY SHOW EMISIJA

#### Opis aktivnosti:

U suradnji s HTZ-om i predstavništvom u Belgiji u rujnu su se na području Kvarnera snimale emisije za popularni reality show „Maries au premier regard“, odnosno u Hrvatskoj se inačica ovog showa naziva „Brak na prvu“.

Mladi bračni par i TV ekipa posjetili su Gorski kotar, Opatijsku rivijeru, Rijeku, Kastav i otok Krk. Kako bi program bio što atraktivniji mladenci su uz upoznavanje destinacija isprobali i niz aktivnosti kao rafting na rijeci Kupi, parasailing u okolici Opatije, kajak u Mošćeničkoj Dragi i jedrenje u riječkom akvatoriju, gdje su nazdravili uz Kvarnerski pjenušac. Na Veprincu su se uz prekrasnu panoramu upoznali sa domaćim proizvodima i starim (gotovo nestalim) zanatom pletenja košara.

Cijeli program je bio upotpunjen i bogatom eno – gastronomskom ponudom Kvarnera u objektima sa oznakom kvalitete Kvarner Gourmet i Kvarner Food.

Uzimajući u obzir nastavak situacije uzrokovane pandemijom, nismo imali daljnjih upita od srodnih institucija (HTZ, lokalne TZ) i/ili PR agencija za prihvata reality show emisija sa stranih tržišta.

#### Ostvareni cilj aktivnosti:

Reality show „Brak na prvu“ se emitira na belgijskom RTL-u (frankofonski dio Belgije) te na francuskom kanalu Teva, vrlo je popularan i ima oko pola milijuna gledatelja u Belgiji. Produkcijaska kuća je ponudila vidljivost Hrvatske i Kvarnera na programima navedenih televizijskih kuća u najgledanijem (prime time) terminu tijekom zimskih mjeseci 2022. godine u ukupnom trajanju od 20-30 minuta, najvjerojatnije u 2 različite emisije.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri:</b>	TZ Kvarnera, predstavništvo HTZ-a u Belgiji, TZG Opatija, TZO Mošćenička Draga, TZG Rijeka i TZ otoka Krka
<b>Realizacija aktivnosti:</b>	/

### 3.7. KREIRANJE PROMOTIVNOG MATERIJALA

#### 3.7.1. INFO BROŠURA

Opis aktivnosti:

U planu je bila izrada Info brošure Kvarnera sa sveukupnom turističkom ponudom u preglednom obliku (npr. tabelarni popis hotela, tabelarni popis kampova) s ciljem racionalizacije troška i kompaktnog izdanja.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Zbog otkazivanja realnih sajмова i održavanje istih na digitalnim platformama odustalo se od izrade brošure budući su se isti sadržaji mogli postavljati digitalno iz postojećih grafičkih priprema.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri:</b>	TZ Kvarnera
<b>Realizacija aktivnosti:</b>	/

#### 3.7.2. KVARNER MAGAZIN 2022. (NJEMAČKO I ENGLESKO IZDANJE)

Opis aktivnosti:

Realizirano je izdanje Kvarner Magazina za 2022. godinu, i to na njemačkom i engleskom jeziku s naglaskom na zdravstvenu ponudu Kvarnera i lječilišni učinak klime uz zdravu prehranu, outdoor ponudu te boravak uz more ili u planinama. Magazin se tiskao u nakladi od 10.000 primjeraka na njemačkom i 5.000 primjeraka na engleskom jeziku. Uz kartu, popis smještanih objekata i aktualnih informacija sa Kvarnera novost je postavljanje loga aplikacije Visit Kvarnera na naslovnici.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Izdavanje Kvarner Magazina 2022 nakon jednogodišnje stanke znak je prilagodbe regije na situaciju uzrokovane pandemijom te pokazuje da se Hrvatska i Kvarner uspješno nose s „novim normalnim“ što jača imidž i povjerenje u destinaciju. Poveznica na online brošuru dostupna je na web portalu TZ Kvarnera, na Instagramu @visitkvarner, u Facebook objavama Mein Kvarner – Kroatien te je kao najtraženiji tiskani materijal ponovno „oživio“ jačajući vezu sa čitateljima, pridobivanjem novih čitatelja i potencijalnih gostiju kroz nove online kanale i na koncu dovodi do jačanja imidža Kvarnera i njegove posjećenosti.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri:</b>	TZ Kvarnera i PR A.R.T. Redaktionsteam
<b>Realizacija aktivnosti:</b>	<b>186.413,43 kn</b>

---

### 3.7.3. TISAK I DOTISAK BROŠURA

**Opis aktivnosti:**

Unatoč tome što većina marketinških aktivnosti funkcionira online potrebno je bilo nadopuniti i aktualizirati jedno od najtraženijih tiskanih izdanja TZ Kvarnera: „Cestovna i turistička karta Kvarnera“ koja na jednoj strani ima cestovnu kartu, a na drugoj turističke informacije o regiji Kvarner i njenim subregijama i destinacijama. U srpnju 2021. godine raspisan je pozivni natječaj prema 5 tiskara radi dotiska cestovne i turističke karte na njemačkom i engleskom jeziku radi planiranih sajamskih nastupa u 2022. godini u ukupnoj nakladi od 7.000 primjeraka (5.000 njemački i 2.000 engleski).

**Ostvareni cilj aktivnosti:**

Nadopunjene su količine cestovne i turističke karte za potrebe sajmove koji će se možda realizirati u predstojećoj godini, za individualne upite i upite agencija.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri:</b>	TZ Kvarnera i tiskara Kerschoffset
<b>Realizacija aktivnosti:</b>	<b>34.280,00 kn</b>

---

### 3.7.4. GRAFIČKE PRIPREME BROŠURA

**Opis aktivnosti:**

Tijekom godine realizirano je digitalno aktualiziranje grafičke pripreme cestovne i turističke karte te informacija o smještaju za Kvarner Magazin 2022. Razvijanjem novih brendova realizirani su novi logotipi:

- Kvarner Wines / Vina Kvarnera
- Kvarner Health Destination / Kvarner destinacija zdravlja
- logo za novu aplikaciju Visit Kvarner.

Posljedično za afirmaciju brendova napravljene su:

- markacijske ploče i etikete Kvarner Wines
- razglednice Kvarner Family (8.000 komada, 4 strana jezika)

Nastavljeno je oglašavanje u raznim tematskim časopisima za što su izrađeni prilagođeni oglasi, prema tržištu i proizvodu. Nadalje, napravljene su papirnate vrećice koje sada uz web adresu komuniciraju i QR kod aplikacije Visit Kvarner. Realizirana su Priznanja za djelatnika godine (offline) te sezonske čestitke (online).

Nastavljeno je oglašavanje sa raznim prijevoznicima na emitivnim tržištima (avio, vlak, sredstva javnog prijevoza). Realizirana je propisana zadaća regionalnih turističkih

zajednica da se oblikuju smjernice i standardi za oblikovanje turističkih promotivnih materijala lokalnih turističkih zajednica.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Uspješno su iskomunicirani novi brendovi i proizvodi TZ Kvarnera s izradom marketinških alata novih i već postojećih brendova što je u skladu sa strateškim dokumentima. Vizualno atraktivnim „jezikom“ privučena je pažnja čitatelja što izaziva interes i motiv dolaska, jača imidž destinacije te rezultira povećanjem turističkog prometa. Sukladno Zakonu o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma izradom smjernica i standarda za oblikovanje turističkih promotivnih materijala lokalnih turističkih zajednica „izoštrena“ je vizualna komunikacija destinacija radi jačanja vidljivosti čitave regije.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri:</b>	TZ Kvarnera i tvrtka Sagita
<b>Realizacija aktivnosti:</b>	<b>88.025,00 kn</b>

### 3.7.5. IZRADA SUVENIRA I OSTALOG PROMOTIVNOG MATERIJALA

Opis aktivnosti:

TZ Kvarnera je tijekom 2021. godine izradila promotivne materijale i suvenire a poseban naglasak je stavljen na eno-gastronomske suvenire (autohtone sorte vina s Kvarnera, Kvarnerski šampanjac, vadi-čepovi, platnene vrećice s motivom Kvarnera, papirnate vrećice na koje je postavljen QR kod za novu aplikaciju Visit Kvarner, vrećice lavande, marame „buff“, ...).

Ostvareni cilj aktivnosti:

Sukladno strateškim dokumentima i operativnim planovima, TZ Kvarnera je u 2021. godini nastavila na brendiranju destinacije i to dodatno kroz izradu primjerenih suvenira i promotivnih materijala s logotipom Kvarnera, a što značajno pridonosi povećanju svjesnosti o brendu Kvarner. Atraktivnim vizualom privučena je pažnja gostiju što izaziva interes i motiv dolaska, jača imidž destinacije te rezultira povećanjem turističkog prometa.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri:</b>	TZ Kvarnera i partneri
<b>Realizacija aktivnosti:</b>	<b>113.528,01 kn</b>

### 3.7.6. VIDEO MATERIJAL

Zbog jače usmjerenosti na digitalne marketinške kanale tijekom godine kreirano je nekoliko kratkih video spotova za potrebe virtualnih prezentacija (više pod 3.5.2.). Aktivnost osmišljavanja novih video materijala se nastavila tijekom godine te će sukladno mogućnostima i potrebama finalni materijali biti kreirani tijekom 2022. godine.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri:</b>	TZ Kvarnera i partneri
<b>Realizacija aktivnosti:</b>	<b>34.880,00 kn</b>

### 3.8. INTERNETSKE STRANICE

#### 3.8.1. WEB PORTAL [WWW.KVARNER.HR](http://WWW.KVARNER.HR) - PRIPREMA ZA HTZ-OVU INTEGRACIJU

Opis aktivnosti:

HTZ izradila je novi nacionalni web portal [www.croatia.hr](http://WWW.CROATIA.HR) koji kroz projekt Hrvatski digitalni turizam povezuje kompletan sustav turističkih zajednica, a svaka destinacija i regija dobiva svoje mjesto za promociju na web stranicama na kojima će se nalaziti cjelokupna turistička ponuda Hrvatske.

Glavni ciljevi novog web portala su:

- cjelovita turistička ponuda Hrvatske u skladu s krovnim brend identitetom
- modernizacija, optimizacija i primjena suvremenih tehnoloških trendova (digitalizacija),
- povezivanje svih turističkih zajednica u jedan sustav i ujednačavanje web adresa tj. poddomena svake destinacije,
- svaka destinacija/TZ/TZŽ ima svoj prostor za promociju na nacionalnom webu,
- sve digitalne marketinške akcije HTZ-a vode na određene stranice [www.croatia.hr](http://WWW.CROATIA.HR),
- HTZ pokriva trošak održavanja,
- analiza podataka o posjećenosti za sve korisnike.

Novi web portal [www.croatia.hr](http://WWW.CROATIA.HR) i prateći sustav za uređivanje sadržaja (CMS) na web portalu do kraja 2021. godine nalazili su se u zatvorenom okruženju te se nastavilo s doradom funkcionalnosti. Datum službene javne objave web portala do kraja 2021. godine nije bio poznat i potvrđen.

Pregled realiziranih aktivnosti u 2021. godini:

- upoznavanje i probno korištenje sustava – u suradnji s HTZ-om odrađen je i niz testiranja sustava za uređivanje sadržaja (CMS),
- uređivanje i razvoj sadržaja i prijava problema koji su se pojavili kroz sustav,

- kroz godinu pripremale su se i dostavljale dodatne fotografije i materijali,
- sudjelovanje na 2 online radionice za korištenje sustava za upravljanje sadržajem (CMS) te sustavom za prijavu problema (ticketing sustav): 21.05.2021. i 10.11.2021. godine,
- provjera objavljenog sadržaja i pomoć lokalnim TZ u korištenju sustava za uređivanje sadržaja (CMS),
- definiranje strukture poddomene za regiju Kvarner

Predviđena sredstva i aktivnost se tijekom godine odrađivala prema dinamici koju je određivao HTZ.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Sukladno Zakonu o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma jedna od zadaća regionalne turističke zajednice je i sudjelovanje u razvoju i upravljanju turističkim informacijskim sustavima sukladno uputama HTZ-a. Stoga, prema uputi HTZ-a iz 2019. godine TZ Kvarnera obustavila je daljnje aktivnosti na redizajnu web portala [www.kvarner.hr](http://www.kvarner.hr) te je na zahtjev HTZ-a tijekom 2020. i 2021. godine pripremljen čitav niz materijala potrebnih za izradu novog nacionalnog web portala [www.croatia.hr](http://www.croatia.hr), u sklopu kojeg će i Kvarner kao regija dobiti svoje mjesto. Odabrana poddomena za Kvarner glasi: [www.kvarner.croatia.hr](http://www.kvarner.croatia.hr).

U skladu s krovnim brend identitetom, nacionalni web portal [www.croatia.hr](http://www.croatia.hr) osmišljen je na način da najveći dio sadržaja dolazi od strane lokalnih i regionalnih turističkih zajednica, svaka turistička zajednica u Hrvatskoj ima vlastiti pristup u sustav za uređivanje sadržaja (CMS), kao i prijavu eventualnih poteškoća koje se zatim sustavno rješavaju (tzv. ticketing sustav). Sadržaj koji će se s vremenom producirati potencijalno će se prikazivati na naslovnici nacionalnog portala ili na brojnim drugim mjestima ovisno proizvodu tj. samom sadržaju.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri:</b>	TZ Kvarnera, HTZ i lokalne TZ
<b>Realizacija aktivnosti:</b>	<b>112.350,53 kn</b>

### 3.8.2. ODRŽAVANJE WEB PORTALA

TZ Kvarnera redovito ažurira službene web portale [www.kvarner.hr](http://www.kvarner.hr) te [www.kvarnerfamily.hr](http://www.kvarnerfamily.hr) (više pod 2.2.1.3.).

Prema preporuci HTZ-a novi web TZ Kvarnera će se uskladiti s nacionalnim web stranicama [www.croatia.hr](http://www.croatia.hr) (više pod 3.8.2.).

Nakon osnivanja TZ Gorskog kotara, a slijedom odluke donesene na sjednici Turističkog vijeća TZ Kvarnera održanoj 19.05.2020. godine, domena [www.gorskikotar.hr](http://www.gorskikotar.hr) ustupljena je TZ Gorskog kotara. Osim domene, ustupljene su sve pristupne šifre za administriranje web stranica i pristup CMS-u, kao i objavljeni sadržaj. TZ Kvarnera je i domenu

[www.gorskikotarbike.hr](http://www.gorskikotarbike.hr) ponudila ustupiti TZ Gorskog kotara što je s njihove strane prihvaćeno.

Opis aktivnosti:

Uz redovna ažuriranja na web portalu [www.kvarner.hr](http://www.kvarner.hr) i u 2021. godini nastavilo se objavljivanjem aktualnih informacija vezano uz COVID-19, i to: odluke o prelasku graničnih prijelaza Republike Hrvatske, online obrazac Enter Croatia, informacije o epidemiološkim mjerama i preporukama na snazi, lokacijama za testiranja na COVID-19, turističkima ambulantama, EU digitalnim COVID certifikatima, nacionalnoj oznaci sigurnosti Safe stay in Croatia, ali i svim ostalim smjernicama i preventivnim postupcima vezanim uz epidemiološku situaciju uzrokovanu pandemijom. Sve navedene informacije vezano redovito su se ažurirale i objavljivale na hrvatskom, engleskom, njemačkom i talijanskom jeziku.

Na naslovnoj stranici web portala, zbog bržeg i jednostavnijeg pristupa informacijama na hrvatskom, engleskom, njemačkom i talijanskom jeziku objavljeni su banneri kako slijedi:

1. Informacije i aktualnosti vezano uz COVID-19 - direktan pristup svim informacijama i aktualnostima vezano uz pandemiju za turistički sektor: upute i mjere za ulazak i izlazak iz Hrvatske, popis lokacija za testiranje na COVID-19 na području Kvarnera ali i čitave Hrvatske, popis turističkih ambulanti, informacije o epidemiološkim mjerama na snazi, EU digitalni COVID certifikati,
2. Safe stay in Croatia - nacionalna oznaka sigurnosti,
3. 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 i EU institucije u okolnostima pandemije.

### **Analitika posjećenosti web stranica [www.kvarner.hr](http://www.kvarner.hr)**

U 2021. godini web portal [www.kvarner.hr](http://www.kvarner.hr) imao je 468.173 pregleda stranica što je za 31% više u odnosu na 2020. godinu i čak 48% više korisnika (225.971 u odnosu na 152.787). Značajno povećana aktivnost je registrirana na njemačkoj jezičnoj verziji, posebice na podstranici „Planirajte putovanje“: u odnosu na 2.908 pregleda iz 2020., 2021. je imala 61.821 pregleda. Ista talijanska podstanica je u 2020. godini imala 1.357 pregleda, a 19.092 u 2021.

Broj korisnika koji je stranice pregledavao putem mobitela (149.437) je dvostruko veći od desktop pregleda (68.126), a tablet je koristilo 6.114 korisnika. Najzastupljeniji preglednik je bio Chrome. 72% svih pristupa stranicama realizirano je putem tražilica, a 20% direktnim pristupom. Kumulativno je najviše korisnika pregledavalo hrvatske stranice (78.722), no najveći indeks porasta bilježe stranice na njemačkom (69.944 korisnika, porast od 242%).

**Troškovi:**

- mjesečno održavanje = 39.487,56
- registracija domena (kvarner.hr, kvarnerfamily.hr, kvarner-petfriendly.hr, kvarner-gourmet.hr) = 2.250,00 kn
- prijenos domene gorskikotar.hr = 125,00 kn

**Ostvareni cilj aktivnosti:**

U skladu sa strateškim marketinškim dokumentima web portal [www.kvarner.hr](http://www.kvarner.hr) i u 2021. godini ostao je usmjeren je na glavne ciljne tržišne segmente, a dostupan je bio na hrvatskoj, engleskoj, njemačkoj i talijanskoj verziji, dok su na preostalih 9 jezičnih mutacija dostupne samo uvodne stranice. S obzirom na izradu novih nacionalnih web stranica [www.croatia.hr](http://www.croatia.hr), TZ Kvarnera nije pokrenula aktivnosti na redizajnu web portala [www.kvarner.hr](http://www.kvarner.hr), budući će u okviru novog nacionalnog web portala Kvarner kao regija dobiti svoje mjesto na poddomeni [www.kvarner.croatia.hr](http://www.kvarner.croatia.hr) (više pod 3.8.2.).

Ipak, sukladno zadaćama koje propisuje Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, TZ Kvarnera je tijekom 2021. godine nastavila s redovitim održavanjem postojećeg i po potrebi kreirala novi sadržaj, te prilagođavala web portal novih zahtjevima i tehnologijama (npr. prilagođavanje za aplikaciju Visit Kvarner, više pod 3.9.1.). Redovitim praćenjem analitike u 2021. godini potvrđen je rast broja pregleda stranica i rast broja korisnika, pri tome posebice velike porast bilježe stranice na njemačkom jeziku (69.944 korisnika, porast od 242%), što u potpunosti odgovara i trendu u porastu broja noćenja budući su upravo gosti iz Njemačke u 2021. godini ostvarili 98% noćenja iz 2019. godine i pri tome tijekom ljeta ostvarili su 13% više noćenja, a u posezoni čak 23% više noćenja nego 2019. godine.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri:</b>	TZ Kvarnera i tvrtka Multilink d.o.o.
<b>Realizacija aktivnosti:</b>	<b>43.615,31 kn</b>

### 3.9. KREIRANJE I UPRAVLJANJE BAZAMA TURISTIČKIH PODATAKA

#### 3.9.1. „VISIT KVARNER - DIGITALNA TURISTIČKA DESTINACIJSKA PLATFORMA"/PROJEKT „PGŽ - PAMETNA REGIJA" U SURADNJI S JU RAZVOJNA AGENCIJA PRIMORSKO-GORANSKE ŽUPANIJE

„Visit Kvarner - digitalna turistička destinacijska platforma" je mobilna aplikacija koja na jednostavan, moderan i intuitivan način korisnicima na hrvatskom i engleskom jeziku predstavlja turističke informacije o Kvarneru. Aplikacija je zamišljena kao vodič po regiji, a osmislila ju Javna ustanova „Regionalna razvojna agencija PGŽ" u suradnji s TZ Kvarnera



i riječkom start-up tvrtkom Exevio d.o.o., koja je bila izvođač te je razvila informatičku podlogu i strukturu aplikacije. Namijenjena je za iOS i Android uređaje te je dostupna za besplatno preuzimanje.

Opis aktivnosti:

### **Premijerno predstavljanje aplikacije, 28.07.2021**

Predstavljanje aplikacije javnosti održano je dana 28.07.2021. godine u sjedištu Primorsko-goranske županije. Na premijernom predstavljanju uz direktoricu dr.sc. Irenu Peršić Živadinov nazočili su i zamjenik župana PGŽ Petar Mamula, ravnatelj Javne ustanove „Regionalna razvojna agencija PGŽ“ Vedran Kružić te direktor tvrtke Exevio d.o.o. Edi Budimilić.

### **Sadržaj i inovacije u aplikaciji**

Aplikacija nudi mogućnost jednostavnog pregleda i pretraživanja informacija o Kvarneru: opće informacije prema subregijama, smještaj (hoteli, hosteli, kampovi, Kvarner Family), Kvarner Gourmet & Food i Vina Kvarnera (mini-vodiči), Kvarner Outdoor (bike, hike i diving), Kvarner Culture (kulturne atrakcije, mini-vodiči po EU projektima Putovima Frankopana, Mala barka i Claustra Alpium Iuliarum), atrakcije, Kvarner Health & Wellbeing. Osim toga, tu je i kalendar s aktualnim događanjima, od kojih su na glavnom zaslonu aplikacije izdvojena ona događanja koja su posebno preporučena te informacije o prognozi vremena prema trenutnoj lokaciji na kojoj se korisnik nalazi. S obzirom na okolnosti uzrokovane nastavkom pandemijom, u aplikaciju su uključene i informacije o nacionalnoj oznaci sigurnosti „Safe Stay in Croatia“, kao i poveznica na web stranicu.

Ono što aplikaciju Visit Kvarner izdvaja od ostalih sličnih turističkih destinacijskih aplikacija u Hrvatskoj su neke zaista jedinstvene i zanimljive inovacije poput: mogućnosti filtriranja sadržaja prema interesima korisnika (po regiji ili trenutnoj udaljenosti ili prema kategoriji/vrsti (za događanja)), zatim tu je i mogućnost dodavanja događanja u privatne kalendare, upute za dolazak do lokacije pješice, javnim prijevozom ili automobilom, mogućnost uspostave telefonskog poziva prema primjerice restoranima, vinarijama ili smještaju izravno iz aplikacije. Uz sve to, tu su i obavijesti korisnicima tzv. „Push poruke“, kratke i jednostavne obavijesti, koje će korisnicima skrenuti pozornost na nova događanja i aktualnosti u regiji ili na njihovoj trenutnoj lokaciji, ovisno o njihovim interesima.

Pregled realiziranih aktivnosti s troškovima u 2021. godini:

- aplikacija finalizirana i u srpnju predstavljena javnosti
- dostupna za besplatno preuzimanje (iOS i Android, na hrvatskom i engleskom jeziku)
- redovita objava, uređivanje i razvoj sadržaja
- redovita objava obavijesti o aktualnostima na Kvarneru
- redovita objava događanja - povezivanje preko platforme objavi.to s hrvatskom i engleskom inačicom web portala [www.kvarner.hr](http://www.kvarner.hr) (ova aktivnost zahtjevala je posebnu doradu funkcionalnosti na [www.kvarner.hr](http://www.kvarner.hr)) = 8.750,00 kn

- osmišljeni su banneri i posebne naljepnice s QR kodom za preuzimanje aplikacije (priprema dizajna i tisak) = 3.150,00 kn
- QR kod aplikacije za preuzimanje nalazit će se na naslovnim stranicama svih novih izdanja tiskanih brošura TZ Kvarnera
- osmišljeni oglasi za promociju na društvenim mrežama (službeni profili TZ Kvarnera na Facebook-u i Instagram-u) = 1.200,00 kn
- objave kroz različite newslettere, članke i press mapu TZ Kvarnera
- aplikacija posebno izdvojena na web portalu [www.kvarner.hr](http://www.kvarner.hr) (ova aktivnost zahtjevala je posebnu doradu funkcionalnosti na [www.kvarner.hr](http://www.kvarner.hr)) = 4.750,00 kn
- mjesečno održavanje = 41.250,00 kn

Broj preuzimanja prema vrsti operativnog sustava i broj registriranih korisnika do 31.12.2021. godine:

- Google Play Store (Android) = 745 preuzimanja
- App Store (iOS) = 340 preuzimanja
- ukupno = **1.085** (od toga oko 100-tinjak registriranih korisnika)

Ostvareni cilj aktivnosti:

Cilj mobilne aplikacije bio je dodatno promovirati turistički brend Kvarnera te doprinijeti još većoj vidljivosti i dostupnosti turističkih proizvoda Kvarnera, kao i povećanju prihoda od kulturnih, društvenih, sportskih i ostalih događanja te turističkih posjeta raznim lokacijama na području regije. Kako bi informacije bile pravovremene i ažurne, aplikacija je izravno povezana s web portalom TZ Kvarnera s kojeg preuzima događanja. To znači da su korisnici u bilo koje vrijeme bili informirani o svemu što se događalo na području Kvarnera. Mobilne aplikacije dobar su alat za dodatnu promociju turističkih sadržaja, budući da predstavljaju jedan od kanala preko kojeg se na brz i jednostavan način gostu koji je već na destinaciji može pružiti preporuka ili poslužiti kao nadahnuće što da na destinaciji posjeti. Orijentacija ka digitalizaciji te povezivanje različitih dionika na regionalnom nivou dio je i marketinških aktivnosti definiranih kroz Strategiju razvoja turizma Kvarnera 2016. – 2021. Stalan rast broja preuzimanja i registriranih korisnika od srpnja kada je aplikacija predstavljena javnosti pa do kraja 2021. godine to i potvrđuje.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri:</b>	TZ Kvarnera, JU „Regionalna razvojna agencija PGŽ“ i tvrtka Exevio d.o.o
<b>Realizacija aktivnosti:</b>	<b>41.606,25 kn</b>

---

### 3.9.2. OTKUP FOTOGRAFIJA

**Opis aktivnosti:**

Orijentacijom na digitalne medije koji „žive“ od fotografija otkupljeno je gotovo 2.000 fotografija radi kontinuiranog objavljivanja novog sadržaja s ciljem boljeg pozicioniranja na digitalnim platformama. Budući pisana riječ nema snagu izgovorene riječi potrebno ju je kompenzirati slikom, odnosno fotografijom. Isto tako zbog velike dinamike objava na društvenim mrežama potreban je i veći broj image fotografija praćeno visokom kvalitetom fotografskog izričaja. Nadopunjena je baza fotografija sa image fotografijama subdestinacija i fotografija po segmentima: gastro, outdoor, kultura, nautika, zdravstvena ponuda itd.

**Ostvareni cilj aktivnosti:**

TZ Kvarnera prilagodila se novom načinu oglašavanja koji se dominantno provodi putem online kanala i na kojima je potrebno kontinuirano prisustvo s uvijek novim i atraktivnim fotografijama.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri:</b>	TZ Kvarnera
<b>Realizacija aktivnosti:</b>	<b>94.409,90 kn</b>

---

### 3.9.3. PRIPREMA, SORTIRANJE I SLANJE PODATAKA O TURISTIČKOJ PONUDI NA PODRUČJU DESTINACIJE U HTZ

TZ Kvarnera se tijekom 2021. godine prema upitima iz HTZ-a uključivala i sudjelovala u aktivnostima pripreme, sortiranja i slanja podataka o turističkoj ponudi na području Kvarnera. TZ Kvarnera je tijekom godine navedene aktivnosti izvršavala samostalno i u sklopu vlastitog poslovanja.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri:</b>	TZ Kvarnera
<b>Realizacija aktivnosti:</b>	/

### 3.10. TURISTIČKO-INFORMATIVNE AKTIVNOSTI

#### 3.10.1. KVARNER INFO – VRATA JADRANA

Opis aktivnosti:

Info punkt „Kvarner Info - Vrata Jadrana“ (kao sastavni dio TZ Kvarnera) djeluje već više od 17 godina. Upravo je info punkt „Kvarner Info - Vrata Jadrana“ mjesto prvog susreta gostiju s Kvarnerom i Hrvatskom, gdje su im pružene kvalitetne i provjerene informacije, ne samo turističke, već u ovoj pandemijskoj godini i one o trenutnom stanju i aktualnim mjerama zaštite, za kojima je postojalo povećano zanimanje posjetitelja, a što u konačnici doprinosi osjećaju sigurnosti gostiju, što je veoma važno. Zbog toga, a i zbog svih mjera zaštite kojih se pridržavaju djelatnici i posjetitelji, info punkt „Kvarner Info - Vrata Jadrana“ uključen je u nacionalni projekt „Stay safe in Croatia“ i nositelj je oznake sigurnosti. Posjetitelji info punkta iznimno su zadovoljni što u doba sve veće digitalizacije, koja je potrebna, korisna i neizbježna, na Kvarneru mogu ostvariti i osobni kontakt koji ih obraduje, što potvrđuje da je još uvijek ipak čovjek taj koji je ključ uspjeha u turizmu. Kvarner ima za ponuditi vrijednost koju će pamtiti, a to je ono što današnji zahtjevni i educirani gost traži i treba, turizam koji se temelji na ljudima i doživljajima.

U 2021. godini, info punkt „Kvarner Info – Vrata Jadrana“ posjetilo je 5.114 posjetitelja, što je 209% više u odnosu na isto razdoblje 2020. godine (kada je bilo 1.657 posjetitelja). U 2021. godini bilježi se značajan porast broja autobusa (370%) i autobusnih gostiju (530%), te povećanje broja individualnih gostiju (56%). Važan je to prilog činjenici da je pravodobna kampanja na stranim tržištima kao i plasirane informacije o stvaranju sigurnih uvjeta za boravak turista na Kvarneru, naravno uz pridržavanje mjera, rezultiralo povećanjem turističkog prometa. Posjetitelji su u osobnom kontaktu izražavali zadovoljstvo sigurnošću boravka na Kvarneru i pridržavanjem mjera djelatnika u turističkom sektoru, iskreno su izjavili oduševljenje mogućnošću dolaska te iskazali interes za što skoriji ponovni susret. Značajno najviše bili su zastupljeni posjetitelji s njemačkog govornog područja (Njemačka, Austrija, Švicarska) s 53%, nakon kojih slijede domaći posjetitelji s 15%, posjetitelji iz Francuske s 8%, te iz Italije i Rusije sa po 6%, dok su sa po 3% zastupljeni posjetitelji iz Slovenije, skupine Češka/Slovačka/Mađarska/Poljska, posjetitelji s engleskog govornog područja te iz skupine „ostali“ (Srbija, Makedonija, Albanija, ostali). Ukupno je na Kvarner Info punktu podijeljeno oko 11.000 primjeraka tiskanog promo materijala, u izdanju TZ Kvarnera, lokalnih turističkih zajednica, te gospodarskih subjekata s područja Kvarnera.

Ostvareni cilj aktivnosti:

U skladu sa strateškim marketinškim dokumentima, nastavlja 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. Kvaliteta usluge i gostoljubivosti djelatnika izravno utječe na podizanje stupnja zadovoljstva gostiju, širenje

pozitivnog imidža kvarnerskog i hrvatskog turizma te ukupnog doživljaja Kvarnera i Hrvatske kao turističke destinacije. Djelatnici koji svoj posao rade kvalitetno, predano i na najbolji mogući način značajno doprinose uspješnoj turističkoj godini u otežanim uvjetima, brojnim neizvjesnostima i izazovima uzrokovanim pandemijom. U 2021. godini, info punkt „Kvarner Info – Vrata Jadrana“ bilježi porast posjetitelja za 209% u odnosu na isto razdoblje 2020. godine

<b>Nositelji aktivnosti i partneri:</b>	TZ Kvarnera
<b>Realizacija aktivnosti:</b>	<b>77.492,34 kn</b>

### 3.10.2. KVARNER INFO – ZRAČNA LUKA RIJEKA

Opis aktivnosti:

TZ Kvarnera je za 2021. godinu planirala nastavak suradnje i koordinaciju sa županijskim info punktom „Kvarner Info - Zračna luka Rijeka“ nositelj kojeg je TZ otoka Krka.

Info punkt je do rujna 2021. godine bio otvoren, s zaposlenom djelatnicom, pružao je informacije zainteresiranim korisnicima, a radno vrijeme je bilo prilagođeno redovima letenja. Kako bi se nastavila suradnja i u 2022. godini, TZ otoka Krka je početkom rujna 2021. godine zatražila od Zračne luke Rijeka informaciju da li će doći do korekcije cijene zakupa, a Zračna luka Rijeka je odgovorila kako neće doći do korekcije cijene najma. Međutim, 08.09.2021. godine Zračna luka Rijeka (bez prethodne najave) dostavlja Izjavu o otkazu najma poslovnog prostora, te traži da TZ otoka Krka kao zakupo-primac prostora na Zračnoj luci Rijeka napusti prostor, koji će potom Zračna luka Rijeka dati u najam profitabilnijim tvrtkama. Razlog otkazivanja je prema dopisu Zračne luke Rijeka neadekvatna suradnja, te preniska cijena najma, koju je bila definirala sama Zračna luka Rijeka (ovdje se radi o istoj cijeni za koju 8 dana ranije Zračna luka Rijeka nije imala primjedaba). Zračna luka Rijeka je novim prijedlogom tražila da početna cijena bude 120€/m<sup>2</sup> (a ne 9€/m<sup>2</sup>), uz niz drugih uvjeta (jasno definirani promotivni materijali koji se dijele na info punktu, lobiranje prema JLS-ovima i sustavu turističkih zajednica za što većim udruživanjem sredstava za avio oglašavanje, sufinanciranje oglašavanja s avio prijevoznikom LOT u 2021. godini, ugovorom definirati financijsku obavezu sustava turističkih zajednica u testiranju i zbrinjavanju putnika pozitivnih na COVID-19 i dr...).

O svemu ovome raspravljalo je i Turističko vijeće TZ Kvarnera, te je na sjednici održanoj dana 03.12.2021. godine, Zračna luka Rijeka potvrdila da se uvjeti iz dosadašnjeg ugovora ipak neće mijenjati, te da cijena zakupa neće biti 120€/m<sup>2</sup> kao što je najavljeno, već će i dalje ostati 9€/m<sup>2</sup> (netto u sezoni), a ugovor će se sklopiti na rok od 1 godine (iako je TZ Kvarnera godišnjim Programom rada za 2022. godinu planirala prihvaćanje uvećane cijene najma).

Međutim, Zračna luka Rijeka želi da TZ otoka Krka sudjeluje u aktivnostima financiranja promotivnih marketinških kampanja avio prijevoznika, pa makar i sa simboličnim iznosom od 1.000,00 kn, te da TZ otoka Krka pri planiranju i odlučivanju o nastupima na turističkim sajmovima i organizaciji prezentacija na emitivnim tržištima, uzme u obzir i stavove Zračne luke Rijeka, kao gospodarskog subjekta koji želi aktivno sudjelovati u aktivnostima promocije otoka Krka.

U trenutku pisanja ovog Izvješćaja, Ugovor o zakupu poslovnog prostora za 2022. godinu još uvijek nije bio potpisan.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Radno vrijeme info punkt „Kvarner Info“ na ZL Rijeka je bilo prilagođeno letovima, te su putnicima podijeljeni promotivni materijali Kvarnera, odnosno pružene su tražene informacije.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri:</b>	TZ Kvarnera, PGŽ, JLS, lokalne TZ, gospodarski subjekti, HTZ, ZL Rijeka
<b>Realizacija aktivnosti:</b>	<b>115.200,00 kn</b>

## 4. DESTINACIJSKI MENADŽMENT

### 4.1. TURISTIČKI INFORMACIJSKI SUSTAVI I APLIKACIJE/EVISITOR

Opis aktivnosti:

TZ Kvarnera putem informacijskog sustava eVisitor ima uvid u podatke o turističkom prometu ostvarenom na području Kvarnera. Također, kroz sustav dostupni su nam i svi podaci koji se odnose na objekte i obveznike koji turistički posluju na području regije.

TZ Kvarnera je i tijekom 2021. godine nastavila s kontinuiranom izradom personaliziranih obrazaca za izvješćavanje, koji su bili bazirani na podacima dostupnim kroz informacijski sustav eVisitora. Izvješćaji su se izrađivali ovisno o potrebama TZ Kvarnera, ali i novostima u sustavu.

Obrada i analiza podataka te izvješćavanje u statističke svrhe izvršavalo se sukladno potrebama, a podaci su se koristili i kao dio nekoliko programa koje je TZ Kvarnera izradila s obzirom na specifične potrebe izvješćavanja (program za Kvarner Family evidenciju, izvješćavanje Stožera civilne zaštite i NZZJZ PGŽ, ...).

Također, prema službenim podacima iz informacijskog sustava eVisitor, TZ Kvarnera je podatke o ostvarenom turističkom prometu po mjesecima i po razdobljima tijekom 2021. godine redovito na mjesečnoj bazi objavljivala i na službenom web portalu.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Obradom i analizom podataka, izradom personaliziranih izvješćaja koju su bili prilagođeni potrebama TZ Kvarnera ali i potrebama institucija unutar i izvan turističkog sektora, te redovitom objavom informacija o ostvarenom turističkom prometu na mjesečnoj bazi, TZ Kvarnera je tijekom 2021. godine nastavila s izvršavanjem zakonom definiranih zadaća.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri:</b>	TZ Kvarnera
<b>Realizacija aktivnosti:</b>	/

### 4.2. STRUČNI SKUPOVI I EDUKACIJE

Opis aktivnosti:

Tijekom 2021. godine TZ Kvarnera, organizirala je i/ili suorganizirala i sljedeće edukacije kroz projekte brendiranja :

- ⇒ Kvarner Family - online edukacija za iznajmljivače obiteljskog smještaja, travanj 2021. godine (više pod 2.2.1.2.)
- ⇒ Kvarner Outdoor - edukacija za biciklističke vodiče, svibanj 2021. godine (više pod 2.2.3.1.)

Dodatno, u 2021. godini djelatnice TZ Kvarnera pohađale su dvije specijalizirane edukacije / radionice:

- ⇒ Specijalist za društvene mreže - edukacija o planiranju i izradi strategije nastupa na društvenim mrežama, odabir prave društvenu mrežu, kreiranje učinkovitog sadržaja, kreiranje vizualnog dizajna za objave na društvenim mrežama te postavljanje kampanja i mjernje rezultata
- ⇒ Radionica izrade fotografija za društvene mreže pod vodstvom Damira Hoyke - namijenjena foto početnicima, a sva snimanja odrađivala su se mobitelom; edukacija o vrijednosti dobre i pravilne fotografije na društvenim mrežama i kako napraviti fotografiju koja nosi poruku koju se želi prenijeti pratiteljima i potencijalnim gostima; HTZ sufinancirala je 50% troška radionice.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Podizanje kompetencija zaposlenih u sustavu i dionika turističkog sektora na području regije kroz sudjelovanje na edukacijama ili kroz provođenje tematskih radionica u skladu je s zakonskim zadaćama ali i Strategijom razvoja turizma Kvarnera. Broj sudionika na organiziranim radionicama i interes za sudjelovanje na budućim novim ciklusima potvrđuje da je ovaj način suradnje važan oblik podrške turističkoj industriji.

Edukacije djelatnika sustava TZ također su se pokazale iznimno korisne i poticajne posebice u sferi stjecanja novih specijalističkih znanja kako bi se sukladno tome unaprijedilo i olakšalo poslovanje i komunikacija, ali i podigla razina poznavanja i korištenja suvremenih marketinških alata.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri:</b>	TZ Kvarnera i partneri
<b>Realizacija aktivnosti:</b>	<b>62.145,50 kn</b>

#### 4.3. KOORDINACIJA I NADZOR

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

Opis aktivnosti:

Jedna od Zakonom propisanih zadaća regionalne turističke zajednice je i koordinacija djelovanja i nadzor izvršavanja ciljeva i zadaća turističkih zajednica općina i gradova s područja Županije. U 2021. godini je bilo održano 7 sastanaka koordinacije na kojima se raspravljalo o epidemiološkim mjerama koje se poduzimaju i nalažu za odvijanje sigurnih turističkih kretanja, zajedničkim promotivnima aktivnostima, planiranju i praćenju fizičkog turističkog prometa, praćenju naplate turističke pristojbe, praćenje implementacije strateških dokumenata i dr. Također, TZ Kvarnera prema odredbi članka 55. daje mišljenje



na Godišnji program rada lokalnih TZ-a, te prema zahtjevu i traženju pruža stručnu i svaku drugu pomoć turističkim zajednicama u njihovom djelovanju i razvoju projekata.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Provedena je zakonski definirana zadaća, te je odrađen niz zajedničkih aktivnosti koje su doprinijele jačanju brenda Kvarnera, pojedinačnih subregija, te u konačnici dovođenju većeg broja gostiju na destinaciju i poboljšanju uvjeta boravka na destinaciji (kampanja oglašavanja, provedeno udruženo oglašavanje s hotelima i kampovima, sufinanciranje kampanje oglašavanja sa strateškim partnerima, podržan projekt dobivanja licence Ironman za MTB utrku „4 islands“ i dr.).

<b>Nositelji aktivnosti i partneri:</b>	TZ Kvarnera i lokalne TZ
<b>Realizacija aktivnosti:</b>	<b>49.704,52 kn</b>

#### 4.3.2. AKTIVNOSTI KOORDINACIJE S PREDSTAVNICIMA GOSPODARSKIH SUBJEKATA

Opis aktivnosti:

Tijekom godine održan je niz koordinacija s predstavnicima turističkog gospodarstva na temu turističkih kretanja tijekom 2021. i očekivanja za 2022. godinu, te na temu uspostavljanja letova na Zračnu luku Rijeka i sufinanciranja promocije istih. S obzirom da turističko gospodarstvo ima direktan utjecaj na popunjenost aviona, održano je više sastanaka kako bi se definirali gradovi i tržišta na kojima kvarnersko gospodarstvo ima partnere i mogućnosti popunjavanja kapaciteta, te da se utvrdi postoji li zajednički interes u daljnjem razvoju Kvarnera kao avio destinacije. Stav gospodarskih subjekata bio je da interes svakako postoji, ali isključivo iz onih gradova u kojima oni imaju partnere, te iz kojih mogu dovesti putnike na tim letovima u svoje objekte.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Postignuti su dogovori s predstavnicima gospodarskih subjekata vezano uz uspostavljanje letova na Zračnu luku Rijeka, te su odrađeni zajednički razgovori i pregovori s domaćim i stranim avio kompanijama (koje su upućene na Javni poziv HTZ-a). Najave letova uslijedit će tijekom 2022. godine.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri:</b>	TZ Kvarnera i gospodarski subjekti
<b>Realizacija aktivnosti:</b>	<b>7.081,00 kn</b>

---

#### 4.3.3. KOORDINACIJE S OSTALIM SUBJEKTIMA

##### Opis aktivnosti:

TZ Kvarnera je i tijekom 2021. godine nastavila kontinuiranu suradnju s ostalim dionicima javnog i privatnog sektora kao i predstavnicima turističkog gospodarstva na razne teme. Najveći broj aktivnosti i ove godine odnosio se na sigurnost na destinaciji u uvjetima pandemije, odnosno priprema turističke sezone kroz koordinaciju, organizaciju, praćenje i obavješćavanje turističkog sektora o novim uvjetima prelaska granice u Republiku Hrvatsku, novim epidemiološkim mjerama i ograničenjima, mogućnostima testiranja na destinaciji, postupcima i protokolima u slučaju zaraze, nacionalnoj oznaci sigurnosti Safe stay in Croatia ali i svim ostalim temama koje su za cilj imale promociju destinacije, kao i poboljšanje uvjeta boravka gostiju u destinaciji.

Aktivnosti koordinacije tijekom 2021. godinu realizirane su kroz:

- suradnja s PGŽ
- suradnja s Stožerom civilne zaštite PGŽ, NZZJZ PGŽ i Domom zdravlja PGŽ - sudjelovanje na sjednicama kriznih stožera, organizacija testiranja na COVID-19, kampanje cijepljenja, dostava izvješćaja o turističkom prometu na području Kvarnera, i to:
  - od ožujka do kraja prosinca 2021. godine Stožeru civilne zaštite PGŽ dostavljali su se na tjednoj bazi izvješćaji o broju turista po danima, i to u posljednjih 7 dana kao i struktura turista po zemljama iz kojih oni dolaze,
  - od svibnja do prosinca 2021. godine NZZJZ PGŽ i Domu zdravlja PGŽ dostavljao se na dnevnoj bazi izvješćaj o brojnom stanju inozemnih turista na prethodni dan; dostavljeni podaci su razvrstani prema jedinicama lokalne samouprave i naseljima te prema zemlji dolaska i vrsti smješćaja u kojoj gosti borave,
  - tijekom prosinca 2021. godine NZZJZ PGŽ i Domu zdravlja PGŽ izvješćaj o brojnom stanju inozemnih turista na prethodni dan dostavljao se na tjednoj bazi,
- suradnja s MINTS-om (zakonske obaveze, projekt Safe stay in Croatia, sjednice Savjeta za oporavak i razvoj turizma, organizacija testiranja i dr.)
- suradnja s HTZ-om
- suradnja s PU PG (sjednice za pripremu turističke sezone 2021)
- suradnja s HGK - ŽK Rijeka (tematske sjednice Strukovnih skupina iz turizma)

##### Ostvareni cilj aktivnosti:

Zahvaljujući zajedničkoj koordinaciji, suradnji i svim provedenim aktivnostima na pripremi turističke sezone, Kvarner je zadržao status sigurne destinacije te je tijekom 2021. godine Kvarner ostvario 80% noćenja iz rekordne 2019. godine te 38% više u odnosu na 2020.

godinu. Tijekom 2021. godine Kvarner je bio u samom vrhu Hrvatske prema ostvarenom broju noćenja domaćih i stranih gostiju, što dokazuje da su se gosti na Kvarneru osjećali sigurno, da je turistička sezona u okolnostima nastavka pandemije bila dobro pripremljena, te da se regija uspješno prilagodila svim trendovima.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri:</b>	TZ Kvarnera, HTZ, MINTS, PGŽ, PU PG, NZZJZ PGŽ, Dom zdravlja PGŽ, Stožer civilne zaštite PGŽ
<b>Realizacija aktivnosti:</b>	<b>10.199,93 kn</b>

#### 4.4. UPRAVLJANJE KVALITETOM U DESTINACIJI – KVARNERSKI DAN TURIZMA

Opis aktivnosti:

TZ Kvarnera kontinuirano sudjeluje u projektu Godišnjih hrvatskih turističkih nagrada kojeg provodi MINTS, 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.

Projektom dodjele Godišnjih hrvatskih turističkih nagrada potiče se izvrsnost destinacije, i to na način da se u suradnji sa sustavom turističkih zajednica i drugim javnim i privatnim subjektima dodjeljuju priznanja i nagrade zaslužnim pojedincima i tvrtkama koji su temelj turizma u Hrvatskoj i na Kvarneru.

U 2021. godini uslijed nastavka okolnosti uzrokovanih pandemijom i visokog stupnja neizvjesnosti dodjeljivale su se nagrade u trima kategorijama „Čovjek - ključ uspjeha, djelatnik godine“, Godišnja nagrada „Anton Štifanić“ i Nagrada za životno djelo. Nagrađivanje u ostalim kategorijama nije se provodilo.

Godišnje hrvatske turističke nagrade svečano su se dodjelile u sklopu manifestacije „Dani hrvatskog turizma“, koji su se održavali od 28.10. do 29.10.2021. godine u Srebrenom u Župi dubrovačkoj u Sheraton Dubrovnik Riviera Hotelu.

Djelatnik godine za 2021. godinu birao se u ukupno 21 potkategoriji:

1. Agencijski djelatnik/ica
2. Turistički vodič
3. Djelatnik/ica prodaje i marketinga u turizmu
4. Turistički animator/ica
5. Recepcijski djelatnik/ica
6. Konobar/ica
7. Kuhar/ica
8. Djelatnik/ica hotelskog domaćinstva
9. Pružatelj ugostiteljskih usluga smještaja u domaćinstvu
10. Domaćin turističkog seljačkog domaćinstva

11. Policijski službenik/ica
12. Vatrogasac
13. Djelatnik/ica u pomorskom prijevozu
14. Djelatnik/ica u zračnom prijevozu
15. Djelatnik/ica u cestovnom prijevozu
16. Prodavač/ica
17. Spasilac/spasiteljica na kupalištima i bazenima
18. Djelatnik/ica u zdravstvenom turizmu (medicinski, lječilišni, wellness)
19. Djelatnik/ica u marini
20. Djelatnik/ica u nautičkom charteru
21. Djelatnik/ica u brodarstvu

Među najboljima u Hrvatskoj, na „Danima hrvatskog turizma“, proglašeno je i petoro kvarnerskih kandidata, a to su:

	<b>KATEGORIJA</b>	<b>IME I PREZIME</b>	<b>TVRTKA/MJESTO</b>
<b>1</b>	Recepcijska djelatnica	Mira Fabo	San Marino Sunny Resort by Valamar, Rab
<b>2</b>	Kuharica	Snježana Jokić	Family Hotel Lišanj (Jadran Crikvenica), Novi Vinodolski
<b>3</b>	Policijski službenik	Zoran Škoro	PP Crikvenica – policijski službenik za sigurnost i prevenciju u cestovnom prometu
<b>4</b>	Djelatnica u zdravstvenom turizmu	primarijus Vlasta Brozičević	Voditeljica odjela Poliklinike Terme u Selcu i Rijeci
<b>5</b>	Djelatnica u brodarstvu	Ivana Tomljanović	Obrt Plankton, voditeljica brodice - skipper broda Lord, Crikvenica

### **„Kvarnerski dan turizma“ 2021**

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. U 2021. godini „Kvarnerski dan turizma“ zbog okolnosti uzrokovanih nastavkom pandemije i epidemioloških mjera i ograničenja nije bilo moguće održati. No, priznanja za kategoriju „Djelatnik godine“ su bila izrađena, a kao posebnu posvetu i zahvalu svim nagrađenim djelatnicima, TZ Kvarnera pripremila je i poseban prilog u Novom listu posvećen svim nagrađenima. Prilog je bio objavljen krajem prosinca 2021. godine.

Priznanja prema kategorijama „Djelatnika godine“ bit će početkom 2022. godine poštom dostavljena na adrese nagrađenih.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Cilj ovogodišnjih priznanja u kategoriji „Čovjek - ključ uspjeha, djelatnik godine“ bio je nagraditi vrijedne djelatnike koji su svoj posao radili kvalitetno, predano i na najbolji

mogući način te u konačnici značajno doprinijeli uspješnoj turističkoj godini u otežanim uvjetima, pod brojnim ograničenjima i izazovima uzrokovanim nastavkom pandemije. Sukladno strateškim dokumentima ali i zakonski definiranim zadaćama, sudjelovanjem u projektu Godišnjih hrvatskih turističkih nagrada TZ Kvarnera nastavila je s poticanjem podizanja kvalitete usluga i gostoljubivosti djelatnika u turizmu i ostalim djelatnostima povezanim s turizmom. Time se aktivno, iz godine u godinu, radi na stvaranju pozitivnog imidža Kvarnera kao turističke destinacije i osigurava se zadovoljstvo gostiju. Nagrađeni kvarnerski kandidati svakako su uzor i poticaj svim drugim djelatnicima u turizmu.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri:</b>	TZ Kvarnera, MINTS, HTZ, HGK i lokalne TZ
<b>Realizacija aktivnosti:</b>	<b>14.335,10 kn</b>

#### 4.5. POTICANJE NA OČUVANJE I UREĐENJE OKOLIŠA

TZ Kvarnera je tijekom 2021. godinu kroz aktivnosti na razvoju održivog turizma radila i na poticanju očuvanja okoliša (više pod 2.2.7.).

<b>Nositelji aktivnosti i partneri:</b>	TZ Kvarnera
<b>Realizacija aktivnosti:</b>	/

## 5. ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA

### 5.1. MEĐUNARODNE STRUKOVNE I SL. ORGANIZACIJE

Opis aktivnosti:

TZ Kvarnera je i u 2021. godini nastavila svoje aktivnosti kao član međunarodnih turističkih organizacija u vidu suradnje s relevantnim međunarodnim organizacijama, a to su UNWTO, MEDCRUISE, SKÅL INTERNATIONAL, RDA.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Članstvo u relevantnim međunarodnim turističkim organizacijama i drugim specijaliziranim udruženjima ima za cilj pojačati suradnju kroz mrežu različitih članova, koji zatim tako udruženi imaju priliku dijeliti informacije, razmjenjivati međusobna iskustva ili zatražiti savjet. Prednost članstva u organizacijama poput UNWTO-a ili MedCruise-a očituje se i u činjenici da imaju jaku istraživačku, konzultantsku i publicističku aktivnost, te je TZ Kvarnera kao članica redovito kroz godinu pratila i preuzimala nova izdanja tiskovina, istraživanja i slično.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri:</b>	TZ Kvarnera, UNWTO, MedCruise, SKÅL, RDA
<b>Realizacija aktivnosti:</b>	<b>16.909,98 kn</b>

### 5.2. DOMAĆE STRUKOVNE I SL. ORGANIZACIJE

TZ Kvarnera je član domaćih strukovnih organizacija (Klaster zdravstvenog turizma Kvarnera, SKÅL Klub Kvarner).

<b>Nositelji aktivnosti i partneri:</b>	TZ Kvarnera
<b>Realizacija aktivnosti:</b>	/

## 6. ADMINISTRATIVNI POSLOVI

Dana 01.01.2020. godine na snagu je stupio novi paket zakona koji reguliraju djelovanje i rad turističkih zajednica: Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, Zakon o turističkoj pristojbi te Zakon o članarinama u turističkim zajednicama. Kroz novi paket zakona naglasak je stavljen na povećanje učinkovitosti sustava turističkih zajednica što podrazumijeva osiguranje svih preduvjeta za sustavnu provedbu poslova destinacijskog upravljanja, temeljem propisa kojima su se ti preduvjeti stvorili.

Zakonodavac je Zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma za regionalne turističke zajednice definirao zadaće prema kojima je i ovaj Izvještaj o radu strukturiran:

1. Strateško planiranje i razvoj
  - 1.1. sudjelovanje u izradi strateških dokumenata i druge planske podloge za razvoj turizma
  - 1.2. donošenje strateškog marketinškog plana za područje županije / regije, sukladno strateškom marketinškom planu hrvatskog turizma
  - 1.3. sudjelovanje u provođenju strateških marketinških projekata koje je definirala Hrvatska turistička zajednica
  - 1.4. sudjelovanje u procesima zakonodavstva, prostornog planiranja te ostalih instrumenata regulacije i upravljanja na razini županije / regije radi osiguranja konkurentnog, dugoročno održivog razvoja turizma
  - 1.5. koordinacija i komunikacija s dionicima privatnog i javnog sektora županije / regije
  - 1.6. suradnja s ključnim partnerima i drugim županijama / regijama te turističkim zajednicama svih razina radi razvoja ponude ključnih regionalnih i među-regionalnih turističkih proizvoda
  - 1.7. praćenje i podupiranje kandidiranja javnih turističkih projekata na nacionalne izvore sufinanciranja i izvore sufinanciranja iz Europske unije u suradnji s ostalim županijskim / regionalnim dionicima i lokalnim turističkim zajednicama
  - 1.8. pokretanje i upravljanje inicijativama razvoja i unaprjeđenja ključnih turističkih proizvoda županije / regije.
2. Upravljanje sustavom turizma
  - 2.1. upravljanje kvalitetom - utvrđivanje normi, kriterija i oznaka kvalitete turističkih proizvoda na nivou županije / regije
  - 2.2. upravljanje javnom turističkom infrastrukturom

- 2.3. provođenje javnih natječajâ 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.

Tijekom 2021. godine na snagu je stupilo i nekoliko provedbenih propisa koju su preciznije definirali organizaciju i provođenje novih zadaća.



U svom djelovanju TZ Kvarnera i u 2021. godini nastavila je suradnju s HTZ-om i predstavništvima HTZ-a u inozemstvu, 27 lokalnih turističkih zajednica gradova, općina i mjesta; jedinom otočkom turističkom zajednicom - TZ otoka Krka i jednom područnom turističkom zajednicom - TZ Gorskog kotara; zatim s MINTS-om, PGŽ-om i HGK - Županijskom komorom Rijeka, Obrtničkom komorom PGŽ, JLS-ovima, Policijskom upravom Primorsko-goranskom, ostalim županijskim turističkim zajednicama, hotelskim kućama, turističkim agencijama, medijima, PR agencijama, Sveučilištem u Rijeci, Klasterom zdravstvenog turizma Kvarnera, Javnim vatrogasnim postajama, regionalnim razvojnim agencijama i drugima. U okolnostima nastavka pandemije, TZ Kvarnera i tijekom 2021. godine nastavila je suradnju i koordinaciju s NZZJZ PGŽ, Domom zdravlja PGŽ, Stožerom civilne zaštite PGŽ i Ministarstvom zdravlja RH.

TZ Kvarnera je i tijekom 2021. godine sudjelovala i provodila sve programe i akcije HTZ-a i MINTS-a koje su bile od zajedničkog interesa za sve subjekte u turizmu, te podizanja razine kvalitete turističke ponude Hrvatske.

TZ Kvarnera je tijekom 2021. godine nastavila i suradnju i s regionalnim turističkim organizacijama iz drugih zemalja i ostala je članom međunarodnih turističkih organizacija (UNWTO, MedCruise, RDA, SKÅL International).

## 6.1. PLAĆE

Opis aktivnosti:

TZ Kvarnera zapošljava stalni tim djelatnika (11 djelatnica).

Ostvareni cilj aktivnosti:

Djelatnici su uredno i pravovremeno svaki mjesec primali plaću, te su podmireni svi doprinosi i porezne obaveze prema državi.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri:</b>	TZ Kvarnera
<b>Realizacija aktivnosti:</b>	<b>1.989.131,56 kn</b>

## 6.2. MATERIJALNI TROŠKOVI

Opis aktivnosti:

Materijalni troškovi funkcioniranja ureda turističke zajednice obuhvaćaju režijske troškove, a to su: troškovi telekomunikacija, zakup prostora, uredska oprema i materijal, održavanje prostora, troškove platnog prometa, održavanje opreme i službenog automobila, skladištenje i distribucija materijala, odvjjetničke i javnobilježničke troškove, revizijske

troškove, zatim troškove poštarine, ostale troškove zaposlenika i sl. U skladu s dotrajalošću opreme u TZ Kvarnera, nabavlja se nova i održava postojeća oprema.

Ostvareni cilj aktivnosti:

TZ Kvarnera nema dospjelih, a nepodmirenih obaveza, troškovi se podmiruju redovito u skladu s priljevom sredstava.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri:</b>	TZ Kvarnera
<b>Realizacija aktivnosti:</b>	<b>855.380,53 kn</b>

### 6.3. TIJELA TURISTIČKE ZAJEDNICE

Zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma su definirana tijela koja upravljaju radom regionalnih turističkih zajednica, a to su Turističko vijeće i Skupština, te sukladno Statutu TZ Kvarnera, radna/savjetodavna tijela radi razmatranja određenih pitanja, davanja mišljenja i prijedloga o značajnim pitanjima.

Tijekom 2021. godine održane su:

- 2 sjednice Skupštine TZ Kvarnera (31.03. i 17.12.2021.)
- 5 sjednica Turističkog vijeća (10.02., 10.03., 21.07., 11.11., te 03.12.2021)
- 1 sjednica Poslovnog odbora (2.3.2021.).

Na sjednicama Turističkog vijeća TZ Kvarnera, uz rasprave i usvajanja raznih materijala i dokumenata, raspravljalo se i o aktualnim temama, s posebnim naglaskom na situaciju uzrokovanu nastavkom pandemije, 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 „Izveštaj o realizaciji odluka s prethodne sjednice Turističkog vijeća“ koja je dijelom svake sjednice, direktorica TZ Kvarnera 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 bili obaviještavani o poslovanju i aktivnostima u TZ Kvarnera.

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

<b>Nositelji aktivnosti i partneri:</b>	TZ Kvarnera
<b>Realizacija aktivnosti:</b>	<b>310.509,35 kn</b>

## 7. REZERVA

Rezervom se osigurava likvidnost u izvanrednim okolnostima te financiranja neplaniranih aktivnosti (Odlukom Turističkog vijeća moguća je alokacija sredstava rezerve na ostale pojedinačno planirane aktivnosti ili nove aktivnosti), za čime u 2021. godini nije bilo potrebe

<b>Nositelji aktivnosti i partneri:</b>	TZ Kvarnera
<b>Realizacija aktivnosti:</b>	<b>3.500,00 kn</b>

## FINANCIJSKI REZULTAT TZ KVARNERA ZA 2021. GODINU

U skladu s odredbama članka 57. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/19 i 42/20) TZ Kvarnera donosi Izvješće o izvršenju programa rada, koje usvaja Turističko vijeće TZ Kvarnera, te prosljeđuje Skupštini TZ Kvarnera na usvajanje.

Izvješće o izvršenju programa rada sadrži podatke izvršenju programom rada pojedinačno utvrđenih zadataka, izdacima izvršenja programom rada pojedinačno utvrđenih zadataka, izdacima za poslovanju turističkog ureda i rad tijela turističke zajednice, ostvarenju prihoda po izvorima, financijskom rezultatu poslovanja, usporedbi financijskog plana i njegova ostvarenja s obrazloženjem odstupanja, analizi i ocjeni izvršenja programa te procjeni učinka poduzetih aktivnosti na razvoj turizma.

### OSTVARENI PRIHODI 2021. GODINE

U 2021. godini, TZ Kvarnera ostvarila je ukupne prihode u iznosu 24.018.999,46 kn što je 16% više u odnosu na planirane prihode za 2021. godinu, te 48% više u odnosu na ostvarenje 2020. godine. Prihodi TZ Kvarnera za 2021. godinu planirani su temeljem iskustava iz 2020. godine, koja je u svim segmentima bila drugačija od ostalih, uzrok čemu je bio virus COVID-19.

Ocjenjuje se da je u 2021. godini, koja je bila vrlo teška s zahtjevnim okolnostima, Turistička zajednica Kvarnera poslovala vrlo dobro. Ostvaren je bolji promet noćenja u odnosu na planirano (planirano je 70% od ostvarenja 2019. godine, a realizirano je 80%). U financijskom smislu, iz osnovih izvora prihoda se planiralo uprihoditi 9.500.000 kn, a uprihodoeno je 11.326.700,95 kn, što je 39% više u odnosu na plan 2021. godine, te 33% više u odnosu na ostvarenje 2020. godine.

### Procjena učinka poduzetih aktivnosti na razvoj turizma

Kvantificirati učinke poduzetih aktivnosti na razvoj turizma moguće je povećanje broja ostvarenih noćenja, te kroz ostvarene veće prihode od plana. Međutim, 2021. godina (kao i 2020-ta) bila obilježena kontinuiranom suradnjom TZ Kvarnera sa zdravstvenim sektorom u vidu osiguravanja epidemioloških uvjeta i uvjeta za omogućavanje putovanja. Također, može se reći da je cijeli, ostvareni turistički promet u 2021. godini realiziran upravo zahvaljujući sigurnosti sanitarno-zdravstveno-epidemioloških uvjeta.

TZ Kvarnera je aktivno tijekom 2021. godine promovirala nacionalnu oznaku sigurnosti „Safe stay in Croatia“, kojom su se osiguravali sanitarno-epidemiološki i sigurnosni protokoli u određenom objektu, te tako gostima jamčili provođenje aktualnih epidemioloških mjera propisanih od strane Hrvatskog zavoda za javno zdravstvo, i to ne samo u smještajnom objektu, već i šire, primjerice u sadržajima i na lokacijama koje gosti uobičajeno posjećuju. Pitanje povjerenja gostiju u zdravstvenu sigurnost tijekom 2021.

godine bilo je „pitanje svih pitanja“, a TZ Kvarnera u tome se istaknula angažiranošću i slijedom toga odazivom na terenu, odnosno velikim interesom pružatelja turističkih usluga na Kvarneru.

### **Prihodi iz osnove turističke pristojbe**

Za 2021. godinu uzeta u obzir visina turističke pristojbe koja se određuje za najviše dva sezonska razdoblja, te posebne mjere pomoći koje je Ministarstvo turizma i sporta RH donijelo za osobe koje pružaju usluge u domaćinstvu ili na poljoprivrednom gospodarstvu. Na taj način su pružatelji usluga u domaćinstvu bili oslobođeni plaćanja 50% iznosa godišnjeg paušalnog zaduženja, te plaćanja godišnjeg paušalnog iznosa ukoliko nisu imali evidentiran turistički promet noćenja i rješenjem je utvrđen prestanak pružanja usluga.

Za 2021. godinu je planirano ostvarenje 70% fizičkog prometa iz 2019. godine, dok je prihod od turističke pristojbe od nautike bio procijenjen, s obzirom da u trenutku planiranja još nisu bili jasno definirani parametri raspodjele. Ukupna ostvarena turistička pristojba za 2021. godinu je 28% veća u odnosu na plan 2021. godine, a 53% veća u odnosu na ostvarenje 2020. godine.

Dakle, planirano je bilo od turističke pristojbe uprihoditi 8.700.000 kn, a uprihođeno je 11.163.583,28 kn, što je 23% iznad plana. Naime, turistički promet i epidemiološka situacija u zemlji se na proljeće stabilizirala, te je ostvarena bolja turistička godina od plana i to i u fizičkim i u financijskim pokazateljima.

### **Prihod iz osnove članarine:**

Prihod od članarine planiran je temeljem očekivanja umanjenog plaćanja članarine od obiteljskog smještaja (-50%), umanjene stope u odnosu na 2020. godinu (12%), te dodatnog umanjenja zbog nižih zaduženja temeljem smanjene gospodarske aktivnosti i samim time ostvarenja u 2020. godini. Uz sve mjere opreza planiranja, članarina je planirana u iznosu od 800.000kn, a ostvarena je u iznosu od 2.073.117,67 kn, što je 159% više od plana, a 22% manje od uprihođene članarine 2020. godine.

### **Prihod iz proračuna**

Prihod iz proračuna je planiran u iznosu od 50.000,00 kn od PGŽ za aktivnosti od zajedničkog interesa, međutim ugovor s PGŽ je realiziran na 100.000,00 kn. PGŽ je sudjelovala u sufinanciranju online edukacija iznajmljivača obiteljskog smještaja, te u sufinanciranju međunarodne biciklističke utrke CroRace.

### **Prihodi od sustava turističkih zajednica i JLS (udružena sredstva)**

Prihodi od sustava turističkih zajednica i JLS (udružena sredstva) planirani su u iznosu od 1.800.000,00 kn, a odnosili su se na očekivane prihode lokalnih turističkih zajednica i

gospodarskih subjekata, te JLS-ova za udruživanje sredstava za sufinanciranje promotivnih kampanja strateških projekata. Kako su tijekom godine definirani ugovori sa strateškim partnerima, tako su i iznosi udruživanja prilagođeni stvarnim potrebama. Udruženo je cca 60% manje od plana.

### **Prihodi od EU Fondova**

Prihodi od EU Fondova se odnose na:

- povrat sredstava za EU projekt „Putovima Frankopana“, realizirano u cijelosti
- povrat sredstava za EU projekt „Claustra+“, realizirano u cijelosti
- povrat sredstava za EU projekt „Arca Adriatica“, očekuje se još jedna uplata tijekom 2022. godine, a prema certificiranim izvještajima

### **Prihodi od gospodarske djelatnosti**

Prihodi od gospodarske djelatnosti nije bio planiran, međutim ostvaren je od sufinanciranja nastupa na sajmu TTG u Riminju, te od HTZ-a za provođenje edukativnih radionica na temu objavljivanja fotografija na društvenim mrežama.

### **Ostali prihodi**

Ostali prihodi sadrže odgođene prihode za oglašavanje sa strateškim partnerima koji su realizirani u cijelosti, zatim prihode od kamata, te ostale nespomenute prihode.

**Preneseni prihod iz prethodne godine** je namjenski prijenos iz 2020. u 2021. godinu kojim se osiguralo djelovanje ureda i provođenje promotivnih aktivnosti.

**OSTVARENI PRIHODI 2021.**

		OSTVARENJE 2020.	PLAN 2021. (prosinac 2020.) <i>baza: ostvarenje 70% prometa iz 2019. u hotelima i kampovima</i>	REBALANS PLANA 2021. (ožujak 2021.) <i>baza: ostvarenje 70% prometa iz 2019. u hotelima i kampovima</i>	REALIZACIJA 2021.	UDIO % U REALIZACIJI	index ostvarenje 2021./ ostvarenje 2020.	index ostvarenje 2021/ plan 2021	obrazloženje
		1	2	3	4	5	6 = 4/1*100	7 = 4/3*100	
<b>1.</b>	<b>Izvorni prihodi</b>	<b>9.932.816,74</b>	<b>9.500.000,00</b>	<b>9.500.000,00</b>	<b>13.236.700,95 kn</b>	<b>55,12</b>	<b>133,26</b>	<b>139,33</b>	
<b>1.1.</b>	<b>Turistička pristojba</b>	<b>7.285.156,04</b>	<b>8.700.000,00</b>	<b>8.700.000,00</b>	<b>11.163.583,28 kn</b>	<b>46,48</b>	<b>153,24</b>	<b>128,32</b>	
1.1.1.	Turistička pristojba - obiteljski smještaj / paušal	6.655.359,43 kn	8.500.000,00 kn	8.500.000,00 kn	10.333.669,69 kn	43,03	155,27	121,57	plan 2021. rađen je na bazi smanjenja paušalnog iznosa za vlasnike obiteljskog smještaja (50%), te ostvarenju prometa od cca 70% za hotele i kampove u odnosu na ostvarenje 2019.
1.1.2.	Turistička pristojba - hoteli								
1.1.3.	Turistička pristojba - kampovi								
1.1.4.	Turistička pristojba - odmarališta								
1.1.5.	Turistička pristojba - nekomercijalni								
1.1.6.	Turistička pristojba - nautika	629.796,61 kn	200.000,00 kn	200.000,00 kn	829.913,59 kn	3,46	131,77	414,96	u trenutku planiranja, nisu bili poznati parametri raspodjele (novi Pravilnik je stupio na snagu u 2020. godini)
1.2.	Članarina	2.647.660,70 kn	800.000,00 kn	800.000,00 kn	2.073.117,67 kn	8,63	78,30	259,14	planirano je smanjenje u odnosu na ostvarenje 2020. radi smanjene gospodarske aktivnosti i umanjene stope obračuna
2.	Prihodi iz proračuna općine/grada/županije i državnog proračuna	50.000,00 kn	50.000,00 kn	50.000,00 kn	100.000,00 kn	0,42	200,00	200,00	ugovoreno s PGŽ za zajedničke aktivnosti (edukacije iznajmljivača i međunarodna biciklistička utrka CroRace)
3.	Prihodi od sustava turističkih zajednica i JLS (udružena sredstva)	0,00 kn	1.800.000,00 kn	1.800.000,00 kn	873.396,00 kn	3,64	0,00	48,52	udruživanje usklađeno za zahtjevima/potpisanim ugovorima sa strateškim partnerima (na dan 28.2.2022. podmirena nenaplaćena su sva potraživanja)
4.	Prihodi iz EU fondova	2.864.074,51 kn	1.110.000,00 kn	1.110.000,00 kn	814.781,92 kn	3,39	28,45	73,40	
4.1.	Putevima Frankopana - traje do 1.2.2021.	...	60.000,00	60.000,00	58.906,85 kn	0,25	0,00	98,18	projekt zatvoren
4.2.	Claustra + (revitalizacija kasnorimskih ostataka) - završen 31.1.2020.	...	400.000,00	400.000,00	400.067,25 kn	1,67	0,00	100,02	projekt zatvoren
4.3.	Arca Adriatica - traje 1.1.2019. do 30.12.2021.	...	650.000,00 kn	650.000,00 kn	355.807,82 kn	1,48	0,00	54,74	očekuje se još dio uplate u 2022. godini po certificiranim izvještajima
5.	Prihodi od gospodarske djelatnosti	355.392,07 kn	0,00 kn	0,00 kn	40.166,92 kn	0,17	11,30	0,00	refundacija HTZ-a za foto radionice i refundacije gospodarskih subjekata za nastup na sajmu TTG
6.	Preneseni prihod iz prethodne godine	1.925.563,46 kn	6.000.000,00 kn	8.119.942,16 kn	8.119.942,16 kn	33,81	421,69	100,00	prijenos iz prethodnog razdoblja
7.	Ostali prihodi	1.050.542,95 kn	3.000,00 kn	3.000,00 kn	830.913,69 kn	3,46	79,09	27.697,12	
7.1.	odgođeni prihodi za oglašavanje sa strateškim partnerima	632.923,34 kn	0,00 kn	0,00 kn	497.076,66 kn	2,07	78,54	0,00	odgođeni prihodi utrošeni u cijelosti
7.2.	Prolazni račun / prihod - rashod HTZ-a i lokalnih TZ-a za media plan	389.721,88 kn	0,00 kn	0,00 kn	320.000,00 kn	1,33	82,11	0,00	TZ Kvarnera je fakturirala pripadajući dio za sudjelovanje TZ-a u marketinškoj kampanji
7.3.	Ostali prihodi	27.897,73 kn	3.000,00 kn	3.000,00 kn	13.837,03 kn	0,06	49,60	461,23	prihod od kamata i ostali nespomenuti prihodi
	<b>SVEUKUPNO PRIHODI</b>	<b>16.178.389,73 kn</b>	<b>18.463.000,00 kn</b>	<b>20.582.942,16 kn</b>	<b>24.015.901,64 kn</b>	<b>100,00</b>	<b>148,44</b>	<b>116,68</b>	

## PRIHODI IZ OSNOVE TURISTIČKE PRISTOJBE I ČLANARINE PO TURISTIČKIM ZAJEDNICAMA

TURISTIČKA ZAJEDNICA	TURISTIČKA PRISTOJBA 2021.	ČLANARINA 2021.	UKUPNO 2021.	UDJEL (%)
<b>OPATIJSKA RIVIJERA</b>	<b>1.660.914,56</b>	<b>255.263,07</b>	<b>1.916.177,63</b>	<b>15,44</b>
1. OPATIJA	1.058.524,34	144.035,67	1.202.560,01	9,69
2. IČIĆI	121.885,53	11.674,89	133.560,42	1,08
3. LOVRAN	266.645,93	29.030,51	295.676,44	2,38
4. MOŠĆENIČKA DRAGA	174.433,13	15.595,91	190.029,04	1,53
5. MATULJI	39.425,63	54.926,09	94.351,72	0,76
<b>RIJEČKO PODRUČJE</b>	<b>477.805,33</b>	<b>1.027.281,55</b>	<b>1.505.086,88</b>	<b>12,13</b>
1. RIJEKA	247.582,55	761.710,72	1.009.293,27	8,14
2. KOSTRENA	39.410,13	16.006,81	55.416,94	0,45
3. BAKAR	8.117,19	93.460,27	101.577,46	0,82
4. KRALJEVICA	129.323,37	14.519,96	143.843,33	1,16
5. ČAVLE	12.112,94	28.973,34	41.086,28	0,33
6. JELENJE	6.126,96	11.612,06	17.739,02	0,14
7. KASTAV	19.205,89	54.174,22	73.380,11	0,59
8. VIŠKOVO	11.826,05	46.824,17	58.650,22	0,47
9. KLANA	4.100,25	0,00	4.100,25	0,03
<b>CRIKVENIČKO-VINODOLSKA RIVIJERA</b>	<b>1.501.049,50</b>	<b>170.494,46</b>	<b>1.671.543,96</b>	<b>13,47</b>
1. CRIKVENICA	1.035.985,93	118.020,31	1.154.006,24	9,30
2. NOVI VINODOLSKI	414.417,95	45.029,03	459.446,98	3,70
3. VINODOLSKA OPĆINA	50.645,62	7.445,12	58.090,74	0,47
<b>OTOK KRK</b>	<b>3.502.323,98</b>	<b>316.673,27</b>	<b>3.818.997,25</b>	<b>30,78</b>
1. KRK	964.977,14	89.978,85	1.054.955,99	8,50
2. MALINSKA	445.749,82	54.296,63	500.046,45	4,03
3. OMIŠALJ	642.730,84	63.847,00	706.577,84	5,70
4. PUNAT	455.076,22	45.623,51	500.699,73	4,04
5. BAŠKA	642.587,51	33.724,50	676.312,01	5,45
6. DOBRINJ	289.246,96	18.513,92	307.760,88	2,48
7. VRBNIK	61.955,49	10.688,86	72.644,35	0,59
<b>OTOK CRES</b>	<b>556.426,44</b>	<b>40.404,60</b>	<b>596.831,04</b>	<b>4,81</b>
1. CRES	556.426,44	40.404,60	596.831,04	4,81
<b>OTOK LOŠINJ</b>	<b>1.425.483,90</b>	<b>96.525,87</b>	<b>1.522.009,77</b>	<b>12,27</b>
1. MALI LOŠINJ	1.425.483,90	96.525,87	1.522.009,77	12,27
<b>OTOK RAB</b>	<b>1.136.528,11</b>	<b>119.482,01</b>	<b>1.256.010,12</b>	<b>10,12</b>
1. RAB	742.500,63	93.416,29	835.916,92	6,74
2. LOPAR	394.027,48	26.065,72	420.093,20	3,39
<b>GORSKI KOTAR</b>	<b>73.137,87</b>	<b>46.992,84</b>	<b>120.130,71</b>	<b>0,97</b>
<b>UKUPNO :</b>	<b>10.333.669,69</b>	<b>2.073.117,67</b>	<b>12.406.787,36</b>	<b>100,00</b>



## PRIHODI IZ OSNOVE TURISTIČKE PRISTOJBE I ČLANARINE PO MJESECIMA

TURISTIČKA PRISTOJBA					
	2021.	2020.	2019.	indeks 2021/2020	indeks 2021/2019
SIJEČANJ	82.496,34 kn	164.649,10 kn	95.951,28 kn	50,10	85,98
VELJAČA	60.815,85 kn	92.291,54 kn	58.281,75 kn	65,90	104,35
OŽUJAK	58.018,33 kn	80.402,33 kn	83.344,16 kn	72,16	69,61
TRAVANJ	78.998,97 kn	9.002,05 kn	148.363,50 kn	877,57	53,25
SVIBANJ	124.564,51 kn	24.057,60 kn	321.525,99 kn	517,78	38,74
LIPANJ	522.234,16 kn	217.012,60 kn	739.755,41 kn	240,65	70,60
SRPANJ	2.025.648,76 kn	1.217.264,41 kn	1.993.981,23 kn	166,41	101,59
KOLOVOZ	2.991.364,90 kn	1.893.071,52 kn	2.429.210,31 kn	158,02	123,14
RUJAN	2.584.625,95 kn	1.223.725,49 kn	2.009.180,67 kn	211,21	128,64
LISTOPAD	1.103.638,06 kn	1.041.819,21 kn	897.898,04 kn	105,93	122,91
STUDENI	480.435,16 kn	450.957,57 kn	476.452,85 kn	106,54	100,84
PROSINAC	220.828,70 kn	241.106,01 kn	206.981,45 kn	91,59	106,69
	<b>10.333.669,69 kn</b>	<b>6.655.359,43 kn</b>	<b>9.460.926,64 kn</b>	155,27	109,22

ČLANARINA					
	2021.	2020.	2019.	indeks 2021/2020	indeks 2021/2019
SIJEČANJ	204.332,34 kn	211.879,00 kn	128.797,92 kn	96,44	158,65
VELJAČA	202.523,46 kn	250.950,60 kn	195.809,92 kn	80,70	103,43
OŽUJAK	229.050,96 kn	205.027,72 kn	146.212,48 kn	111,72	156,66
TRAVANJ	208.838,82 kn	100.181,58 kn	278.429,04 kn	208,46	75,01
SVIBANJ	197.281,15 kn	95.040,68 kn	274.454,61 kn	207,58	71,88
LIPANJ	244.053,76 kn	168.072,29 kn	142.051,21 kn	145,21	171,81
SRPANJ	151.253,15 kn	359.566,91 kn	178.459,73 kn	42,07	84,75
KOLOVOZ	121.628,84 kn	342.679,06 kn	151.087,50 kn	35,49	80,50
RUJAN	84.022,09 kn	278.774,61 kn	150.986,97 kn	30,14	55,65
LISTOPAD	111.294,22 kn	185.148,62 kn	154.134,51 kn	60,11	72,21
STUDENI	119.523,33 kn	172.281,93 kn	140.309,61 kn	69,38	85,19
PROSINAC	199.315,55 kn	278.057,70 kn	167.064,64 kn	71,68	119,30
	<b>2.073.117,67 kn</b>	<b>2.647.660,70 kn</b>	<b>2.107.798,14 kn</b>	78,30	98,35

## AKTIVNOSTI TZ Kvarnera u 2021. GODINI (RASHODI)

Sve aktivnosti Godišnjeg Programa rada TZ Kvarnera za 2021. godinu bile su usmjerene prema ostvarenju temeljnih ciljeva uspostavljenih Strateškim planom razvoja turizma Kvarnera sa strateškim i operativnim marketing planom 2016. - 2020./2021. godine, a uvažavajući pri tome trenutnu situaciju uzrokovanu nastavkom pandemije.

šifra	AKTIVNOSTI	Plan za 2021. (28.12.2020.)	REBALANS PLANA 2021. (ožujak 2021.)	REALIZACIJA 2021.	UDIO % U REALIZACIJI	index ukupno/plan	obrazloženje
	<b>SVEUKUPNO RASHODI</b>	<b>18.463.000,00 kn</b>	<b>20.582.942,16 kn</b>	<b>10.939.653,61 kn</b>	<b>100,00</b>	<b>53,15</b>	
1.	<b>ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE</b>	230.000,00 kn	230.000,00 kn	67.500,00 kn	0,62	29,35	
1.1.	<b>Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata</b>	167.000,00 kn	167.000,00 kn	67.500,00 kn	0,62	40,42	pristupilo se izradi: Monitoringa Strateškog plana razvoja turizma Kvarnera sa Strateškim i operativnim marketing planom 2016. - 2021. godine, te Plana razvoja turizma Kvarnera do 2030. godine
1.1.1.	<b>Izmjene i dopune Strateškog plana razvoja turizma Kvarnera sa Strateškim i operativnim marketing planom 2016. - 2020. godine</b>	7.000,00 kn	7.000,00 kn		0,00	0,00	
1.1.2.	<b>Akcijski / operativni plan za razvoj gastronomije na području Kvarnera</b>	80.000,00 kn	80.000,00 kn		0,00	0,00	
1.1.3.	<b>Akcijski / operativni plan kulturnog turizma na području Kvarnera</b>	80.000,00 kn	80.000,00 kn		0,00	0,00	
1.2.	<b>Istraživanje i analiza tržišta</b>	63.000,00 kn	63.000,00 kn	0,00 kn	0,00	0,00	
1.2.1.	<b>Anketiranje avio gostiju na ZL Rijeka</b>	50.000,00 kn	50.000,00 kn	- kn	0,00	0,00	nije se pristupilo zbog manjeg broja letova i putnika na ZL Rijeka
1.2.2.	<b>Benchmarking</b>	13.000,00 kn	13.000,00 kn	- kn	0,00	0,00	aktivnost odrađena s plaćanjem u 2022. godini
1.3.	<b>Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti</b>	0,00 kn	0,00 kn	0,00 kn	0,00	0,00	provodi se bez troškova
2.	<b>RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA</b>	3.777.000,00 kn	4.277.000,00 kn	2.473.472,75 kn	22,61	57,83	
2.1.	<b>Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda</b>	0,00 kn	0,00 kn	0,00 kn	0,00	0,00	provodi se bez troškova
2.2.	<b>Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda</b>	1.790.000,00 kn	2.290.000,00 kn	1.047.575,95 kn	9,58	45,75	
2.2.1.	<b>Kvarner Family - razvoj i brendiranje obiteljskog smještaja</b>	260.000,00 kn	350.000,00 kn	120.398,50 kn	1,10	34,40	aktivnost odrađena u cijelosti, s troškovima manjim od plana, a promocija Facebook projekta tereti stavku 3.2.2.
2.2.1.1.	daljnji razvoj projekta / animacija terena i edukativna studijska putovanja za iznajmljivače KF	120.000,00 kn	140.000,00 kn	43.478,50 kn	0,40	31,06	
2.2.1.2.	promocija / Facebook; web stranica www.kvarnerfamily.hr	50.000,00 kn	70.000,00 kn	0,00 kn	0,00	0,00	
2.2.1.3.	marketing projekta KF (promocijski alati, provedba kampanje...)	90.000,00 kn	140.000,00 kn	76.920,00 kn	0,70	54,94	
2.2.2.	<b>Kvarner Gourmet i Kvarner Food - razvoj i brendiranje gastronomije</b>	310.000,00 kn	520.000,00 kn	204.972,85 kn	1,87	39,42	aktivnost odrađena, s troškovima manjim od plana
2.2.2.1.	daljnji razvoj projekta	100.000,00 kn	200.000,00 kn	6.700,00 kn	0,06	3,35	
2.2.2.2.	suradnja s partnerima - JRE, Michelin	50.000,00 kn	80.000,00 kn	52.690,56 kn	0,48	65,86	
2.2.2.3.	Poticanje eno i gastro manifestacija / festivala (Wine RI, VIP Wine, Kvarner wine, trešnje, maruni...)	80.000,00 kn	80.000,00 kn	18.327,40 kn	0,17	22,91	
2.2.2.4.	marketing projekta Kvarner Gourmet & Food (promocijski alati, provedba kampanje...)	80.000,00 kn	160.000,00 kn	127.254,89 kn	1,16	79,53	
2.2.3.	<b>Kvarner Outdoor - razvoj i brendiranje aktivnog odmora</b>	700.000,00 kn	750.000,00 kn	521.897,26 kn	4,77	69,59	
2.2.3.1.	daljnji razvoj projekta sukladno Operativnom planu razvoja cikloturizma na području Kvarnera	100.000,00 kn	150.000,00 kn	55.147,26 kn	0,50	36,76	provodi se s troškovima manjim od plana
2.2.3.2.	CRO Race - profesionalna, međunarodna, cestovna biciklistička utrka, 28.9.-3.10.2021.; ciljevi Crikvenica (1.10.) i Rijeka (2.10.)	250.000,00 kn	250.000,00 kn	250.000,00 kn	2,29	100,00	u cijelosti
2.2.3.3.	"4 islands" - rekreativna MTB utrka, travanj 2021. 4 kvarnerska otoka	70.000,00 kn	70.000,00 kn	70.000,00 kn	0,64	100,00	u cijelosti
2.2.3.4.	Croatia Adventura Race, svibanj 2021. - OTKAZANO	50.000,00 kn	50.000,00 kn	0,00 kn	0,00	0,00	otkazana utrka
2.2.3.5.	Gorski kotar Bike Tour 2021., srpanj 2021.	30.000,00 kn	30.000,00 kn	30.000,00 kn	0,27	100,00	u cijelosti
2.2.3.6.	Tenis tumiri	20.000,00 kn	20.000,00 kn	20.000,00 kn	0,18	100,00	u cijelosti
2.2.3.7.	Trail running utrke; Kvarner trails	50.000,00 kn	50.000,00 kn	50.000,00 kn	0,46	100,00	u cijelosti
2.2.3.8.	Ostala sportska važnija događanja (maraton, triatlon, trčanje, bicikljade, ronjenje, podvodna fotografija, nogomet, karate, boćanje, odbojka na pijesku...)	50.000,00 kn	50.000,00 kn	30.000,00 kn	0,27	60,00	manje natjecanja u 2021. godini
2.2.3.9.	Brendiranje Kvarner Diving - promocija	30.000,00 kn	30.000,00 kn	13.750,00 kn	0,13	45,83	odrađeno ali s troškovima manjim od plana
2.2.3.10.	Razvoj golf turizma na Kvarneru	20.000,00 kn	20.000,00 kn	0,00 kn	0,00	0,00	odrađeno u ovoj fazi bez troškova
2.2.3.11.	Razvoj i valorizacija auto-moto sportova na Kvarneru	30.000,00 kn	30.000,00 kn	3.000,00 kn	0,03	10,00	aktivnost se provodi, ali u ovoj fazi iziskuje manje troškove

šifra	AKTIVNOSTI	Plan za 2021. (28.12.2020.)	REBALANS PLANA 2021. (ožujak 2021.)	REALIZACIJA 2021.	UDIO % U REALIZACIJI	index ukupno/plan	obrazloženje
<b>2.2.4.</b>	<b>Kvarner Health and Wellbeing - razvoj i brendiranje zdravstvenog turizma</b>	125.000,00 kn	225.000,00 kn	52.966,80 kn	0,48	23,54	
2.2.4.1.	Članarina Klasteru zdravstvenog turizma	18.000,00 kn	18.000,00 kn	10.500,00 kn	0,10	58,33	smanjena članarina
2.2.4.2.	Forum zdravstvenog turizma u Crikvenici	7.000,00 kn	7.000,00 kn	7.274,00 kn	0,07	103,91	u cijelosti
2.2.4.3.	marketing projekta Kvarner Health (promocijski alati, provedba kampanje...)	100.000,00 kn	200.000,00 kn	35.192,80 kn	0,32	17,60	promocija odrađena u skladu s mogućnostima na tržištu
<b>2.2.5.</b>	<b>Kvarner Culture - razvoj i brendiranje kulturne ponude</b>	230.000,00 kn	280.000,00 kn	140.206,17 kn	1,28	50,07	
2.2.5.1.	Razvoj i brendiranje kulturne ponude	50.000,00 kn	100.000,00 kn	47.026,17 kn	0,43	47,03	odrađeno ali s troškovima manjim od plana
2.2.5.2.	Rab Film festival	100.000,00 kn	100.000,00 kn	38.180,00 kn	0,35	38,18	odrađeno ali s troškovima manjim od plana
2.2.5.3.	Aplikacija za prikaz kulturnih atrakcija (Osor)	50.000,00 kn	50.000,00 kn	50.000,00 kn	0,46	100,00	u cijelosti
2.2.5.4.	Griffon Friendly - oznaka kvalitete	30.000,00 kn	30.000,00 kn	5.000,00 kn	0,05	16,67	odrađeno ali s troškovima manjim od plana
<b>2.2.6.</b>	<b>Razvoj cruising-a</b>	65.000,00 kn	65.000,00 kn	7.134,37 kn	0,07	10,98	
2.2.6.1.	welcome servis vlakova, brodova...	55.000,00 kn	55.000,00 kn	7.134,37 kn	0,07	12,97	smanjen broj dolazaka cruisera; doček prilagođen epidemiološkim mjerama (manji troškovi)
2.2.6.2.	Medcruise konferencije i nastup na sajmu kruzing industrije „Seatrade Cruise Global“	10.000,00 kn	10.000,00 kn	0,00 kn	0,00	0,00	konferencije održane online
2.2.7.	<b>Brendiranje Kvarnera - Green Destination</b>	100.000,00 kn	100.000,00 kn	0,00 kn	0,00	0,00	aktivnost se kontinuirano provodi, bez troškova
<b>2.3.</b>	<b>Podrška razvoju turističkih događanja</b>	700.000,00 kn	700.000,00 kn	189.650,80 kn	1,73	27,09	
2.3.1.	Potpore manifestacijama i projektima; Javni poziv TZ Kvarnera	500.000,00 kn	500.000,00 kn	0,00 kn	0,00	0,00	slijedom preporuke MINTS-a i odluke Turističkog vijeća, odustalo se od raspisivanja natječaja
2.3.2.	Poticanje i pomaganje razvoja turizma na području koja nisu turistički razvijena	150.000,00 kn	150.000,00 kn	155.160,00 kn	1,42	103,44	u cijelosti
2.3.3.	Ostala manja sufinanciranja	50.000,00 kn	50.000,00 kn	34.490,80 kn	0,32	68,98	prema zahtjevima i odobrenjima do 5.000 kn
2.4.	<b>Podrška razvoju i unaprjeđenju turizma na području Gorskog kotara</b>	150.000,00 kn	150.000,00 kn	152.713,00 kn	1,40	101,81	u cijelosti
2.5.	<b>EU projekti</b>	1.137.000,00 kn	1.137.000,00 kn	1.083.533,00 kn	9,90	95,30	odrađeno u skladu s provedenim natječajima
<b>2.5.1.</b>	<b>Arca Adriatica - traje do 31.12.2021. (povrat kroz EU sredstva)</b>	1.067.000,00 kn	1.067.000,00 kn	1.013.720,50 kn	9,27	95,01	
2.5.1.1.	Administrativno-tehnička pomoć	75.000,00 kn	75.000,00 kn	37.318,00 kn	0,34	49,76	odrađeno u skladu s provedenim natječajima
2.5.1.2.	Kreiranje i izrada digitalnih i tiskanih promotivnih materijala	150.000,00 kn	150.000,00 kn	197.187,50 kn	1,80	131,46	
2.5.1.3.	Provedba promo-kampanje	472.000,00 kn	472.000,00 kn	409.230,00 kn	3,74	86,70	
2.5.1.4.	Organizacija tematskih turističkih manifestacija	370.000,00 kn	370.000,00 kn	369.985,00 kn	3,38	100,00	
2.5.2.	<b>Putovima Frankopana - traje do 01.02.2021.</b>	70.000,00 kn	70.000,00 kn	69.812,50 kn	0,64	99,73	u cijelosti
<b>3.</b>	<b>KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE</b>	8.728.000,00 kn	10.031.000,00 kn	5.079.783,39 kn	46,43	50,64	
3.1.	Definiranje branding sustava i brend arhitekture	0,00 kn	0,00 kn	0,00 kn	0,00	0,00	provodi se bez troškova
3.2.	Oglašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda; MEDIA PLAN TZ KVARNERA	1.540.000,00 kn	1.860.000,00 kn	1.399.696,85 kn	12,79	75,25	
3.2.1.	Media plan TZ Kvarnera - online / offline	1.200.000,00 kn	1.500.000,00 kn	1.323.710,36 kn	12,10	88,25	odrađene dvije velike promotivne kampanje na tržištima Njemačke, Austrije, Slovenije, Hrvatske, Italije, Češke, Mađarske, Poljska - predsezona (proljeće/ljeto) i Zima na Kvarneru (Advent, Karneva i wellness)
3.2.2.	Facebook profil - vođenje i promocija	100.000,00 kn	100.000,00 kn	15.197,67 kn	0,14	15,20	odrađeno s troškovima manjim od plana
3.2.3.	Instagram profil - vođenje i promocija	100.000,00 kn	100.000,00 kn	0,00 kn	0,00	0,00	odrađeno bez troškova
3.2.4.	ostala oglašavanja	80.000,00 kn	100.000,00 kn	60.788,82 kn	0,56	60,79	odrađena dodatna oglašavanja s troškovima manjim od plana
3.2.5.	Ostale aktivnosti odnosa s javnošću / razne press konferencije	20.000,00 kn	20.000,00 kn	0,00 kn	0,00	0,00	odrađeno bez troškova
3.2.6.	Newsletter / priopćenja za HR tržište namijenjeno poslovnom okruženju	40.000,00 kn	40.000,00 kn	0,00 kn	0,00	0,00	odrađeno bez troškova

šifra	AKTIVNOSTI	Plan za 2021. (28.12.2020.)	NOVI PLAN 2021. (ožujak 2021.)	REALIZACIJA 2021.	UDIO % U REALIZACIJI	Index ukupno/plan	obrazloženje
3.3.	<b>Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR</b>	1.036.000,00 kn	1.056.000,00 kn	810.389,14 kn	7,41	76,74	
3.3.1.	<b>Hrvatska</b>	200.000,00 kn	220.000,00 kn	168.628,39 kn	1,54	76,65	odrađeno s troškovima manjim od plana
3.3.2.	<b>Njemačko govorno područje</b>	380.000,00 kn	380.000,00 kn	309.301,91 kn	2,83	81,40	odrađeno u cijelosti s troškovima manjim od plana
3.3.3.	<b>Velika Britanija</b>	96.000,00 kn	96.000,00 kn	96.089,00 kn	0,88	100,09	u cijelosti
3.3.4.	<b>Slovenija</b>	140.000,00 kn	140.000,00 kn	113.228,38 kn	1,04	80,88	odrađeno u cijelosti s troškovima manjim od plana
3.3.5.	<b>Studijska putovanja za predstavnike medija</b>	220.000,00 kn	220.000,00 kn	123.141,46 kn	1,13	55,97	odrađeno u cijelosti s troškovima manjim od plana; uključivanje ostalih partnera u financiranje
3.4.	<b>Marketinške i poslovne suradnje</b>	3.280.000,00 kn	3.880.000,00 kn	1.737.470,74 kn	15,88	44,78	
3.4.1.	<b>Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora - udruženo oglašavanje - Javni poziv TZ Kvarnera</b>	480.000,00 kn	880.000,00 kn	768.624,07 kn	7,03	87,34	Javni poziv raspisan; isplate nositeljima oglašavanja u skladu s dokaznicama i prema odrađenoj kampanji; hoteljeni / agencije su realizirali manje od ugovorenog (planiranog)
3.4.2.	<b>Strateški projekti - potpora programima na Kvarneru</b>	2.800.000,00 kn	3.000.000,00 kn	968.846,67 kn	8,86	32,29	
3.4.2.1.	udjel TZ Kvarnera	1.000.000,00 kn	1.200.000,00 kn	968.846,67 kn	8,86	80,74	sredstva udružena u skladu s potpisanim ugovorima sa strateškim partnerima, manje od planiranog; sve kampanje s partnerima su odrađene, ali dvije fakture su podmirene u 2022. godini (LOT i Eurowings jer nisu dostavljene u 2021. godini; ukupan njihov iznos je cca 500.000 kn)
3.4.2.2.	udružena sredstva s područja Kvarnera	1.800.000,00 kn	1.800.000,00 kn		0,00	0,00	
3.5.	<b>Sajmovi, prezentacije i poslovne radionice</b>	772.000,00 kn	805.000,00 kn	174.404,84 kn	1,59	21,67	
3.5.1.	<b>Sajmovi</b>	450.000,00 kn	450.000,00 kn	101.889,40 kn	0,93	22,64	
3.5.1.1.	München f.r.e.e.	70.000,00 kn	70.000,00 kn	0,00 kn	0,00	0,00	otkazano nastup
3.5.1.2.	Rimini TTG	40.000,00 kn	40.000,00 kn	33.925,67 kn	0,31	84,81	u cijelosti
3.5.1.3.	Beč	40.000,00 kn	40.000,00 kn	4.849,92 kn	0,04	12,12	odrađeno online, pa su stoga troškovi manji
3.5.1.4.	ostali eventualni sajamski nastupi/strukovne konferencije i burze u organizaciji ostalih subjekata	180.000,00 kn	180.000,00 kn	47.336,81 kn	0,43	26,30	niz prezentacija, B2B sastanaka, workshopova odrađeno online, bez troškova ili s troškovima manjim od plana
3.5.1.5.	Nastupi na SKAL godišnjim konferencijama	120.000,00 kn	120.000,00 kn	15.777,00 kn	0,14	13,15	odrađeno online, pa su stoga troškovi manji
3.5.2.	<b>Prezentacije</b>	322.000,00 kn	355.000,00 kn	72.515,44 kn	0,66	20,43	
3.5.2.1.	Njemačka	60.000,00 kn	60.000,00 kn	31.408,49 kn	0,29	52,35	odrađeno online, s manjim troškovima
3.5.2.2.	Austrija	35.000,00 kn	35.000,00 kn	0,00 kn	0,00	0,00	odrađeno online bez troškova
3.5.2.3.	Švicarska	40.000,00 kn	40.000,00 kn	0,00 kn	0,00	0,00	otkazano
3.5.2.4.	ostale prezentacije (Slovenija, Italija, Mađarska, Poljska, Slovačka, Češka...)	187.000,00 kn	220.000,00 kn	41.106,95 kn	0,38	18,68	prezentacije odrađene online
3.6.	<b>Suradnja s organizatorima putovanja - BUY CROATIA</b>	270.000,00 kn	270.000,00 kn	16.021,05 kn	0,15	5,93	
3.6.1.	<b>Studijska putovanja agenata - BUY CROATIA radionice</b>	80.000,00 kn	80.000,00 kn	16.021,05 kn	0,15	20,03	odrađeno u manjem obujmu (manji broj ljudi)
3.6.2.	<b>Domaćinstvo Kvarnera godišnjoj konferenciji ETC-a (European Travel Commission / Europska putnička komisija)</b>	100.000,00 kn	100.000,00 kn	0,00 kn	0,00	0,00	otkazano
3.6.3.	<b>Prihvata snimanja reality show emisija</b>	90.000,00 kn	90.000,00 kn	0,00 kn	0,00	0,00	nije realizirano

šifra	AKTIVNOSTI	Plan za 2021. (28.12.2020.)	NOVI PLAN 2021. (ožujak 2021.)	REALIZACIJA 2021.	UDIO % U REALIZACIJI	Index ukupno/plan	obrazloženje
3.7.	Kreiranje promotivnog materijala	1.030.000,00 kn	1.200.000,00 kn	457.126,44 kn	4,18	38,09	
3.7.1.	Info brošura	80.000,00 kn	100.000,00 kn	0,00 kn	0,00	0,00	nije bilo potrebe za tiskom
3.7.2.	Kvarner Magazin 2022. (njemačko i englesko izdanje)	500.000,00 kn	500.000,00 kn	186.413,43 kn	1,70	37,28	u cijelosti otkupljen, dio fakture plaćen u 2021., a drugi dio zaprimljen u 2022. godini i plaćen u 2022.
3.7.3.	Tisak i dotisak brošura	100.000,00 kn	100.000,00 kn	34.280,00 kn	0,31	34,28	dotisak odrađen u skladu s potrebama
3.7.4.	Grafičke pripreme brošura	50.000,00 kn	100.000,00 kn	88.025,00 kn	0,80	88,03	u skladu sa manjim tiskanin materijalom, i grafičke pripreme su manje od plana
3.7.5.	Izrada suvenira i ostalog promotivnog materijala (lavande, leci, roll upovi, beach flag, banneri, majice, sitni reklamni materijal...)	150.000,00 kn	200.000,00 kn	113.528,01 kn	1,04	56,76	u skladu s potrebama
3.7.6.	Video materijal	150.000,00 kn	200.000,00 kn	34.880,00 kn	0,32	17,44	dio video materijala je odrađen u 2021. godini, aktivnost izrade je i dalje u tijeku i teretit će 2022.
3.8.	Internetske stranice - www.kvarner.hr	150.000,00 kn	250.000,00 kn	155.965,84 kn	1,43	62,39	
3.8.1.	web portal www.kvarner.hr - priprema za HTZ-ovu integraciju	100.000,00 kn	200.000,00 kn	112.350,53 kn	1,03	56,18	aktivnost se provodi prema dinamici koju diktira HTZ
3.8.2.	održavanje web portala	50.000,00 kn	50.000,00 kn	43.615,31 kn	0,40	87,23	u cijelosti
3.9.	Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka	250.000,00 kn	300.000,00 kn	136.016,15 kn	1,24	45,34	
3.9.1.	Digitalna turistička destinacijska platforma / projekt „PGŽ – pametna regija“ u suradnji s razvojnom agencijom Prigoda	100.000,00 kn	100.000,00 kn	41.606,25 kn	0,38	41,61	mjesečni troškovi održavanja aplikacije; live od ljeta
3.9.2.	otkup fotografija	150.000,00 kn	200.000,00 kn	94.409,90 kn	0,86	47,20	fotografije se otkupljuju kontinuirano, u skladu s potrebama ali i ponudom
3.10.	Turističko-informativne aktivnosti	400.000,00 kn	410.000,00 kn	192.692,34 kn	1,76	47,00	
3.10.1.	Kvarner Info – Vrata Jadrana	210.000,00 kn	220.000,00 kn	77.492,34 kn	0,71	35,22	
3.10.1.1.	djelatnici info punkta	90.000,00 kn	90.000,00 kn	33.254,13 kn	0,30	36,95	
3.10.1.2.	hladni pogon	70.000,00 kn	70.000,00 kn	44.238,21 kn	0,40	63,20	
3.10.1.3.	uređenje interijera	50.000,00 kn	60.000,00 kn	0,00 kn	0,00	0,00	
3.10.2.	Kvarner Info – Zl Rijeku	190.000,00 kn	190.000,00 kn	115.200,00 kn	1,05	60,63	u skladu s radnim vremenom
4.	DESTINACIJSKI MENADŽMENT	245.000,00 kn	261.942,16 kn	143.466,05 kn	1,31	54,77	
4.1.	Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor	0,00 kn	0,00 kn	0,00 kn	0,00	0,00	odrađeno bez troškova
4.2.	Stručni skupovi i edukacije	70.000,00 kn	70.000,00 kn	62.145,50 kn	0,57	88,78	odrađeno s troškovima manjim od plana, a uz sufinanciranje HTZ-a
4.3.	Koordinacija i nadzor	105.000,00 kn	105.000,00 kn	66.985,45 kn	0,61	63,80	
4.3.1.	Koordinacija direktora TZ-a i aktivnosti djelovanja TZ Kvarnera u sustavu TZ-a	50.000,00 kn	50.000,00 kn	49.704,52 kn	0,45	99,41	u cijelosti
4.3.2.	Aktivnosti koordinacije s predstavnicima gospodarskih subjekata (hotelijeri, kampovi...)	15.000,00 kn	15.000,00 kn	7.081,00 kn	0,06	47,21	većina sastanaka održana putem online platformi, bez troškova
4.3.3.	Koordinacije s ostalim subjektima (MINT, HTZ, PGŽ, PU PGŽ...)	40.000,00 kn	40.000,00 kn	10.199,93 kn	0,09	25,50	većina sastanaka održana putem online platformi, bez troškova
4.4.	Upravljanje kvalitetom u destinaciji-Kvarnerski dan turizma	70.000,00 kn	86.942,16 kn	14.335,10 kn	0,13	16,49	odrađeno djelomično (priznanje dodijeljena poštom)
4.5.	Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša	0,00 kn	0,00 kn	0,00 kn	0,00	0,00	provodi se bez troškova
5.	ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA	42.000,00 kn	42.000,00 kn	16.909,98 kn	0,15	40,26	
5.1.	Međunarodne strukovne i sl. organizacije	42.000,00 kn	42.000,00 kn	16.909,98 kn	0,15	40,26	zbog pandemije, članarine smanjene i trenutno ukinute
5.2.	Domaće strukovne i sl. organizacije	0,00 kn	0,00 kn	0,00 kn	0,00	0,00	nije planirano
6.	ADMINISTRATIVNI POSLOVI	4.041.000,00 kn	4.041.000,00 kn	3.155.021,44 kn	28,84	78,08	
6.1.	Plaće	2.696.000,00 kn	2.696.000,00 kn	1.989.131,56 kn	18,18	73,78	u cijelosti
6.2.	Materijalni troškovi	960.000,00 kn	960.000,00 kn	855.380,53 kn	7,82	89,10	u cijelosti
6.3.	Tijela turističke zajednice (Turističko vijeće i radna tjela)	385.000,00 kn	385.000,00 kn	310.509,35 kn	2,84	80,65	u cijelosti
7.	REZERVA - STRATEŠKI PROJEKTI, AKTIVNOSTI OD INTERESA ZA KVARNER...	1.400.000,00 kn	1.700.000,00 kn	3.500,00 kn	0,03	0,21	
	<b>SVEUKUPNO</b>	<b>18.463.000,00 kn</b>	<b>20.582.942,16 kn</b>	<b>10.939.653,61 kn</b>	<b>100,00</b>	<b>53,15</b>	

## ZADUŽENJA I UPLATE, TE POTRAŽIVANJA TURISTIČKE PRISTOJBE 2021. I PRETHODNIH GODINA

Potraživanja u TZ Kvarnera se na dan 28.2.2022. godine nema. Sve turističke zajednice i JLS su podmirile svoje obaveze za sufinanciranje marketinških kampanja s avio prijevoznicima i drugim strateškim partnerima.

Prema podacima eVisitora, potraživanja (udjel za TZ Kvarnera) iz osnove turističke pristojbe za 2021. godinu iznose 696.062,52 kn, 8% manje u odnosu na 2020. godinu, kada su dugovanja iznosila 755.181,46 kn.

Najveći udjel u dugovanjima bilježe objekti u domaćinstvu (64%). Kontinuiranim pritiskom na iznajmljivače se u vrlo slaboj mjeri može utjecati na naplatu, te bi naplata trebala biti regulirana na državnoj razini. Naime, sustav turističkih zajednica ima vrlo slab utjecaj na naplatu jer iznajmljivač primjerice odjavi kapacitete (za koje ima dugovanje), te pronađu način da ponovno prijave nove kapacitete, dok staro dugovanje ostaje otvoreno.

TZ Kvarnera je o dugovanjima turističke pristojbe raspravljala na nekoliko koordinacija s direktorima turističkih zajednica, te je zaključeno da se pokuša iznaći rješenja u dogovoru s Državnim inspektoratom.

HTZ najavila je povezivanje s Državnim inspektoratom, koji bi kroz eVisitor trebao upisivati podatke o pokrenutim postupcima prisilne naplate. Dakle, prijavom u eVisitor, TZ Kvarnera bi imala u svakom trenutku uvid u broju pokrenutih postupaka naplate, bez da kontaktira lokalnu TZ, te od nje dobije potrebne informacije. Međutim i dalje na državnoj razini nije uspostavljen automatski sustav kontrole naplate od strane Državnog inspektorata, o čemu je tijekom 2021. godine raspravljalo.

U nastavku je prikaz dugovanja turističke pristojbe po vrsti smještaja:

TURISTIČKA PRISTOJBA - prema vrsti smještaja (izvor eVisitor)		Razdoblje 01.01.2021. - 01.02.2022.				Izrađeno: 03.02.2022. Vrijeme ažurnosti podataka: 2.2.2022. 8:14		
VRSTA SMJEŠTAJA	CJELOKUPNI IZNOS				UDIO TZ KVARNERA (15%)			
	Donos iz preth. razdoblja	Zaduženo do 01.02.2022.	Uplate do 01.02.2022.	Saldo	Zaduženo do 01.02.2022.	Uplate do 01.02.2022.	Saldo	
	1	2	3	5 = 1 + 2 - 3				
Hoteli	1.027.904,02	22.022.200,00	21.789.033,75	1.261.070,27	3.093.798,71	3.060.715,24	176.938,29	
Objekti u domaćinstvu	3.754.706,16	24.508.261,92	25.127.072,08	3.135.896,00	3.456.019,02	3.544.745,51	442.644,18	
Kampovi	238.144,15	22.264.535,10	22.231.049,79	271.629,46	3.123.005,65	3.118.309,20	38.079,15	
Odmarališta i sl.	69.020,85	1.469.696,50	1.472.084,28	66.633,07	211.072,84	211.779,82	8.557,13	
Nekomercijalni smještaj	270.984,39	3.980.083,15	4.040.094,53	210.973,01	558.427,70	566.813,20	29.843,77	
<b>SVEUKUPNO</b>	<b>5.360.759,57</b>	<b>74.244.776,67</b>	<b>74.659.334,43</b>	<b>4.946.201,81</b>	<b>10.442.323,91</b>	<b>10.502.362,98</b>	<b>696.062,52</b>	

**Pregled dugovanja turističke pristojbe po subregijama i po vrsti smještaja:**

<b>TURISTIČKA PRISTOJBA - prema subregijama i vrsti smještaja</b> (izvor eVisitor)					Izrađeno: 03.02.2022. Vrijeme ažurnosti podataka: 2.2.2022. 8:14		
<b>01.01.2021. - 01.02.2022.</b>							
SUBREGIJA / VRSTA SMJEŠTAJA	Donos iz preth. razdoblja 1	Zaduženo do 01.02.2022. 2	Uplate do 01.02.2022. 3	Razlika 4 = 2 - 3	Saldo 5 = 1 + 4	Saldo prema TZ Kvarnera	
<b>Opatijska rivijera</b>	<b>376.130,17</b>	<b>12.243.098,28</b>	<b>12.204.143,43</b>	<b>38.954,85</b>	<b>415.085,02</b>	<b>58.215,67</b>	
Hoteli	70.606,50	8.845.753,00	8.748.056,04	97.696,96	168.303,46	23.604,56	
Objekti u domaćinstvu	282.860,68	2.502.105,44	2.588.330,90	-86.225,46	196.635,22	27.578,09	
Kampovi	76,50	602.416,50	580.331,09	22.085,41	22.161,91	3.108,21	
Odmarališta i sl.	302,48	127.710,00	125.277,48	2.432,52	2.735,00	383,58	
Nekomercijalni smještaj	22.284,01	165.113,34	162.147,92	2.965,42	25.249,43	3.541,23	
<b>Riječko područje</b>	<b>360.882,56</b>	<b>3.461.277,40</b>	<b>3.477.581,79</b>	<b>-16.304,39</b>	<b>344.578,17</b>	<b>48.558,48</b>	
Hoteli	-9.355,33	859.455,50	857.612,00	1.843,50	-7.511,83	-1.053,53	
Objekti u domaćinstvu	328.205,31	1.528.122,00	1.536.678,74	-8.556,74	319.648,57	45.056,46	
Kampovi	-1.497,75	396.150,00	394.652,25	1.497,75	0,00	0,00	
Odmarališta i sl.	41.207,92	655.315,00	670.193,00	-14.878,00	26.329,92	3.698,42	
Nekomercijalni smještaj	2.322,41	22.234,90	18.445,80	3.789,10	6.111,51	857,14	
<b>Crikv.-vin. rivijera</b>	<b>2.445.161,26</b>	<b>10.980.807,00</b>	<b>10.950.978,44</b>	<b>29.828,56</b>	<b>2.474.989,82</b>	<b>347.117,32</b>	
Hoteli	957.261,57	3.200.951,00	3.125.234,58	75.716,42	1.032.977,99	144.875,16	
Objekti u domaćinstvu	1.191.975,53	5.432.098,50	5.531.879,83	-99.781,33	1.092.194,20	153.180,24	
Kampovi	273.145,72	1.405.787,00	1.406.299,00	-512,00	272.633,72	38.236,88	
Odmarališta i sl.	2.638,00	320.473,00	297.310,00	23.163,00	25.801,00	3.618,59	
Nekomercijalni smještaj	20.140,44	621.497,50	590.255,03	31.242,47	51.382,91	7.206,45	
<b>otok Krk</b>	<b>1.329.753,38</b>	<b>24.763.784,84</b>	<b>25.119.714,84</b>	<b>-355.930,00</b>	<b>973.823,38</b>	<b>136.578,73</b>	
Hoteli	-2.839,76	4.698.734,00	4.673.288,74	25.445,26	22.605,50	3.170,42	
Objekti u domaćinstvu	1.197.665,50	7.484.944,08	7.806.576,79	-321.632,71	876.032,79	122.863,60	
Kampovi	-11.048,13	10.402.102,00	10.393.194,66	8.907,34	-2.140,79	-300,25	
Odmarališta i sl.	30.375,00	151.695,50	159.852,00	-8.156,50	22.218,50	3.116,14	
Nekomercijalni smještaj	115.600,77	2.026.309,26	2.086.802,65	-60.493,39	55.107,38	7.728,81	
<b>Cresko-lošinjski otoci</b>	<b>210.717,67</b>	<b>14.227.252,10</b>	<b>14.231.591,01</b>	<b>-4.338,91</b>	<b>206.378,76</b>	<b>28.944,62</b>	
Hoteli	18.712,04	2.596.681,00	2.569.940,24	26.740,76	45.452,80	6.374,76	
Objekti u domaćinstvu	112.832,55	3.389.904,50	3.391.762,48	-1.857,98	110.974,57	15.564,18	
Kampovi	-25.262,69	7.243.037,60	7.237.920,26	5.117,34	-20.145,35	-2.825,39	
Odmarališta i sl.	2.371,00	115.719,00	113.773,00	1.946,00	4.317,00	605,46	
Nekomercijalni smještaj	102.064,77	881.910,00	918.195,03	-36.285,03	65.779,74	9.225,61	
<b>otok Rab</b>	<b>562.711,87</b>	<b>8.052.425,25</b>	<b>8.123.350,01</b>	<b>-70.924,76</b>	<b>491.787,11</b>	<b>68.973,14</b>	
Hoteli	-737,50	1.724.157,50	1.725.539,15	-1.381,65	-2.119,15	-297,21	
Objekti u domaćinstvu	555.992,48	3.853.082,50	3.917.204,14	-64.121,64	491.870,84	68.984,89	
Kampovi	3.047,00	2.207.514,50	2.211.127,52	-3.613,02	-566,02	-79,38	
Odmarališta i sl.	0,00	8.765,00	8.765,00	0,00	0,00	0,00	
Nekomercijalni smještaj	4.409,89	258.905,75	260.714,20	-1.808,45	2.601,44	364,85	
<b>Gorski kotar</b>	<b>75.402,66</b>	<b>516.131,80</b>	<b>551.974,91</b>	<b>-35.843,11</b>	<b>39.559,55</b>	<b>7.674,55</b>	
Hoteli	-5.743,50	96.468,00	89.363,00	7.105,00	1.361,50	264,13	
Objekti u domaćinstvu	85.174,11	318.004,90	354.639,20	-36.634,30	48.539,81	9.416,72	
Kampovi	-316,50	7.527,50	7.525,01	2,49	-314,01	-60,92	
Odmarališta i sl.	-7.873,55	90.019,00	96.913,80	-6.894,80	-14.768,35	-2.865,06	
Nekomercijalni smještaj	4.162,10	4.112,40	3.533,90	578,50	4.740,60	919,68	
<b>SVEUKUPNO</b>	<b>5.360.759,57</b>	<b>74.244.776,67</b>	<b>74.659.334,43</b>	<b>-414.557,76</b>	<b>4.946.201,81</b>	<b>696.062,52</b>	

## Pregled dugovanja turističke pristojbe po vrsti smještaja / po subregijama:

TURISTIČKA PRISTOJBA - prema vrsti smještaja i subregiji (izvor eVisitor)			Razdoblje 01.01.2021. - 01.02.2022.				Izrađeno: 03.02.2022. Vrijeme ažurnosti podataka: 2.2.2022. 8:14			
VRSTA SMJEŠTAJA / SUBREGIJA	Donos iz preth. razdoblja	Zaduženo do 01.02.2022.	Uplate do 01.02.2022.	Razlika	Saldo	Saldo prema TZ Kvarnera (15%)	Udjel u dugovanju (ukupno / unutar vrste smještaja)		Udjel u ostvarenim noćenjima u 2021. (ukupno / unutar vrste smještaja)	
	1	2	3	4 = 2 - 3	5 = 1 + 4					
<b>Hoteli</b>	<b>1.027.904,02</b>	<b>22.022.200,00</b>	<b>21.789.033,75</b>	<b>233.166,25</b>	<b>1.261.070,27</b>	<b>176.938,29</b>	<b>25,42%</b>		<b>15,48%</b>	
<i>Opatijska rivijera</i>	70.606,50	8.845.753,00	8.748.056,04	97.696,96	168.303,46	23.604,56	3,39%	13,34%	4,80%	31,03%
<i>Riječko područje</i>	-9.355,33	859.455,50	857.612,00	1.843,50	-7.511,83	-1.053,53	-0,15%	-0,60%	0,60%	3,90%
<i>Crikv.-vin. rivijera</i>	957.261,57	3.200.951,00	3.125.234,58	75.716,42	1.032.977,99	144.875,16	20,81%	81,88%	2,67%	17,27%
<i>otok Krk</i>	-2.839,76	4.698.734,00	4.673.288,74	25.445,26	22.605,50	3.170,42	0,46%	1,79%	3,83%	24,72%
<i>Cresko-lošinjski otoci</i>	18.712,04	2.596.681,00	2.569.940,24	26.740,76	45.452,80	6.374,76	0,92%	3,60%	2,10%	13,54%
<i>otok Rab</i>	-737,50	1.724.157,50	1.725.539,15	-1.381,65	-2.119,15	-297,21	-0,04%	-0,17%	1,41%	9,09%
<i>Gorski kotar</i>	-5.743,50	96.468,00	89.363,00	7.105,00	1.361,50	264,13	0,04%	0,15%	0,07%	0,45%
<b>Objekti u domaćinstvu</b>	<b>3.754.706,16</b>	<b>24.508.261,92</b>	<b>25.127.072,08</b>	<b>-618.810,16</b>	<b>3.135.896,00</b>	<b>442.644,18</b>	<b>63,59%</b>		<b>43,51%</b>	
<i>Opatijska rivijera</i>	282.860,68	2.502.105,44	2.588.330,90	-86.225,46	196.635,22	27.578,09	3,96%	6,23%	4,36%	10,03%
<i>Riječko područje</i>	328.205,31	1.528.122,00	1.536.678,74	-8.556,74	319.648,57	45.056,46	6,47%	10,18%	2,60%	5,99%
<i>Crikv.-vin. rivijera</i>	1.191.975,53	5.432.098,50	5.531.879,83	-99.781,33	1.092.194,20	153.180,24	22,01%	34,61%	9,14%	21,00%
<i>otok Krk</i>	1.197.665,50	7.484.944,08	7.806.576,79	-321.632,71	876.032,79	122.863,60	17,65%	27,76%	14,18%	32,59%
<i>Cresko-lošinjski otoci</i>	112.832,55	3.389.904,50	3.391.762,48	-1.857,98	110.974,57	15.564,18	2,24%	3,52%	5,48%	12,60%
<i>otok Rab</i>	555.992,48	3.853.082,50	3.917.204,14	-64.121,64	491.870,84	68.984,89	9,91%	15,58%	7,22%	16,61%
<i>Gorski kotar</i>	85.174,11	318.004,90	354.639,20	-36.634,30	48.539,81	9.416,72	1,35%	2,13%	0,52%	1,19%
<b>Kampovi</b>	<b>238.144,15</b>	<b>22.264.535,10</b>	<b>22.231.049,79</b>	<b>33.485,31</b>	<b>271.629,46</b>	<b>38.079,15</b>	<b>5,47%</b>		<b>22,32%</b>	
<i>Opatijska rivijera</i>	76,50	602.416,50	580.331,09	22.085,41	22.161,91	3.108,21	0,45%	8,16%	0,61%	2,72%
<i>Riječko područje</i>	-1.497,75	396.150,00	394.652,25	1.497,75	0,00	0,00	0,00%	0,00%	0,35%	1,59%
<i>Crikv.-vin. rivijera</i>	273.145,72	1.405.787,00	1.406.299,00	-512,00	272.633,72	38.236,88	5,49%	100,41%	1,22%	5,48%
<i>otok Krk</i>	-11.048,13	10.402.102,00	10.393.194,66	8.907,34	-2.140,79	-300,25	-0,04%	-0,79%	9,28%	41,59%
<i>Cresko-lošinjski otoci</i>	-25.262,69	7.243.037,60	7.237.920,26	5.117,34	-20.145,35	-2.825,39	-0,41%	-7,42%	8,42%	37,70%
<i>otok Rab</i>	3.047,00	2.207.514,50	2.211.127,52	-3.613,02	-566,02	-79,38	-0,01%	-0,21%	2,42%	10,85%
<i>Gorski kotar</i>	-316,50	7.527,50	7.525,01	2,49	-314,01	-60,92	-0,01%	-0,16%	0,02%	0,08%
<b>Odmarališta i sl.</b>	<b>69.020,85</b>	<b>1.469.696,50</b>	<b>1.472.084,28</b>	<b>-2.387,78</b>	<b>66.633,07</b>	<b>8.557,13</b>	<b>1,23%</b>		<b>1,48%</b>	
<i>Opatijska rivijera</i>	302,48	127.710,00	125.277,48	2.432,52	2.735,00	383,58	0,06%	4,48%	0,08%	5,08%
<i>Riječko područje</i>	41.207,92	655.315,00	670.193,00	-14.878,00	26.329,92	3.698,42	0,53%	43,22%	0,48%	32,15%
<i>Crikv.-vin. rivijera</i>	2.638,00	320.473,00	297.310,00	23.163,00	25.801,00	3.618,59	0,52%	42,29%	0,41%	27,57%
<i>otok Krk</i>	30.375,00	151.695,50	159.852,00	-8.156,50	22.218,50	3.116,14	0,45%	36,42%	0,21%	13,88%



VRSTA SMJEŠTAJA / SUBREGIJA	Donos iz preth. razdoblja	Zaduženo do 01.02.2022.	Uplate do 01.02.2022.	Razlika	Saldo	Saldo prema TZ Kvarnera (15%)	Udjel u dugovanju (ukupno / unutar vrste smještaja)		Udjel u ostvarenim noćenjima u 2021. (ukupno / unutar vrste smještaja)	
	1	2	3	4 = 2 - 3	5 = 1 + 4					
<i>Cresko-lošinjski otoci</i>	2.371,00	115.719,00	113.773,00	1.946,00	4.317,00	605,46	0,09%	7,08%	0,23%	15,46%
<i>otok Rab</i>	0,00	8.765,00	8.765,00	0,00	0,00	0,00	0,00%	0,00%	0,01%	0,47%
<i>Gorski kotar</i>	-7.873,55	90.019,00	96.913,80	-6.894,80	-14.768,35	-2.865,06	-0,41%	-33,48%	0,08%	5,38%
<b>Nekomercijalni smještaj</b>	<b>270.984,39</b>	<b>3.980.083,15</b>	<b>4.040.094,53</b>	<b>-60.011,38</b>	<b>210.973,01</b>	<b>29.843,77</b>	<b>4,29%</b>		<b>17,22%</b>	
<i>Opatijska rivijera</i>	22.284,01	165.113,34	162.147,92	2.965,42	25.249,43	3.541,23	0,51%	11,87%	0,44%	2,58%
<i>Riječko područje</i>	2.322,41	22.234,90	18.445,80	3.789,10	6.111,51	857,14	0,12%	2,87%	0,57%	3,32%
<i>Crikv.-vin. rivijera</i>	20.140,44	621.497,50	590.255,03	31.242,47	51.382,91	7.206,45	1,04%	24,15%	3,01%	17,48%
<i>otok Krk</i>	115.600,77	2.026.309,26	2.086.802,65	-60.493,39	55.107,38	7.728,81	1,11%	25,90%	8,76%	50,86%
<i>Cresko-lošinjski otoci</i>	102.064,77	881.910,00	918.195,03	-36.285,03	65.779,74	9.225,61	1,33%	30,91%	3,39%	19,70%
<i>otok Rab</i>	4.409,89	258.905,75	260.714,20	-1.808,45	2.601,44	364,85	0,05%	1,22%	1,01%	5,86%
<i>Gorski kotar</i>	4.162,10	4.112,40	3.533,90	578,50	4.740,60	919,68	0,13%	3,08%	0,03%	0,20%
<b>SVEUKUPNO</b>	<b>5.360.759,57</b>	<b>74.244.776,67</b>	<b>74.659.334,43</b>	<b>-414.557,76</b>	<b>4.946.201,81</b>	<b>696.062,52</b>	<b>100,00%</b>		<b>100,00%</b>	

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

Sukladno donesenom Pravilniku o sustavu financijskog upravljanja i kontroli te izradi i izvršavanju financijskih planova neprofitnih organizacija, NN 119/15, TZ Kvarnera izradila je Financijski izvještaj za 2021. godinu iz kojeg je vidljiv rezultat poslovanja. Plan prihoda i rashoda (i izvještavanje) pripremaju se najmanje na razini skupine iz Računskog plana za neprofitne organizacije.

**PRIHODI 2021.**

račun iz računovodstvenog plana	PRIHODI 2021.	PLAN PRIHODA 2021.	REALIZACIJA 2021.
32	PRIHOD OD ČLANARINA	800.000,00 kn	2.073.118,00 kn
33	PRIHODI PO POSEBNIM PROPISIMA	8.700.000,00 kn	11.163.583,00 kn
34	PRIHODI OD IMOVINE	3.000,00 kn	6.149,00 kn
35	PRIHODI OD EU FONDOVA	1.110.000,00 kn	922.470,00 kn
36	OSTALI PRIHODI	1.850.000,00 kn	1.730.640,00 kn
37	PRIHOD OD OSTALIH NEPROFITNIH ORGANIZACIJA	- kn	- kn
	<b>PRIHODI (32+33+34+35+36+37)</b>	12.463.000,00 kn	15.895.960,00 kn
	<b>PRIJENOS</b>	8.119.942,16 kn	8.119.942,16 kn
	<b>SVEUKUPNO PRIHODI (32+33+34+35+36+37+PRIJENOS)</b>	<b>20.582.942,16 kn</b>	<b>24.015.902,16 kn</b>

**RASHODI 2021.**

račun iz računovodstvenog plana	RASHODI 2021.	PLAN RASHODA 2021.	REALIZACIJA RASHODA 2021.
41	<b>RASHODI ZA RADNIKE</b> - osobni bruto dohodak za djelatnike ureda na godišnjoj razini (osnovni bruto dohodak sa pripadajućim porezima i doprinosima); TZ Kvarnera zapošljava 11 djelatnica	2.786.000,00 kn	2.147.467,56 kn
42	<b>MATERIJALNI RASHODI</b>	16.020.242,16 kn	8.508.165,49 kn
43	<b>RASHODI AMORTIZACIJE</b>	75.000,00 kn	63.711,79 kn
44	<b>FINANCIJSKI RASHODI</b> odnosi se na bankarske naknade i ostale usluge	1.700,00 kn	19.088,77 kn
45	<b>DONACIJE</b>	0,00 kn	196.500,00 kn
46	<b>OSTALI RASHODI</b>	1.700.000,00 kn	4.720,00 kn
47	<b>RASHODI VEZANI UZ FINANCIRANJE POVEZANIH NEPROFITNIH ORGANIZACIJA</b>	0,00 kn	0,00 kn
	<b>SVEUKUPNO RASHODI (41+42+43+44+45+46+47)</b>	<b>20.582.942,16 kn</b>	<b>10.939.653,61 kn</b>

## FINANCIJSKI REZULTAT TZ KVARNERA U 2021. GODINI

Namjenski prijenos sredstava iz 2021. u 2022. godinu se utvrđuje po Godišnjem financijskom izvještaju TZ Kvarnera za 2021. godinu. Po zakonu o neprofitnim organizacijama, prihod predstavlja sve ono za što postoje ugovori, sporazumi, izdani računi, bez obzira da li su naplaćeni ili ne, pa to stvara značajnu vremensku razliku između momenta kada se prihod ostvari i naplati, te značajno povećava prijenos u sljedeću godinu. S obzirom na specifičnosti 2021. godine, te činjenicu da se većina aktivnosti nije mogla odraditi (otkazani sajamski nastupi, manifestacije, prezentacije, workshopovi, edukacije i dr.), došlo je do odstupanja u nekim vrijednostima.

stavka	PLAN 2021. (1. izmjena)	REZULTAT TEKUĆE GODINE 2021.	OSTVAREN VIŠAK PRIHODA NAD RASHODIMA IZ PRETODNOG RAZDOBLJA	OSTVARENJE 2021.	INDEKS ostvarenje / plan
PRIHODI	20.582.942,16 kn	15.895.959,48 kn	8.119.942,16 kn	24.015.901,64 kn	116,68
RASHODI	20.582.942,16 kn	10.939.653,61 kn	/	10.939.653,61 kn	53,15
RAZLIKA / OSTVAREN VIŠAK PRIHODA NAD RASHODIMA	- kn	4.956.305,87 kn	8.119.942,16 kn	13.076.248,03 kn	-

Stoga se predlaže usvajanje novog Godišnjeg programa rada TZ Kvarnera za 2022. godinu koji je već prilagođen novim okolnostima i situaciji nastalih do veljače 2022. godine. Od iznosa koji se prenosi u sljedeću godinu i dijelom je već usvojenog Godišnjeg programa rada TZ Kvarnera za 2022. godinu, gotovo 70% se ulaže u promociju regije kroz razvoj proizvoda, odnosno motiva dolaska, zatim kroz marketinške kampanje na domaćem i inozemnom tržištu u okruženju, kroz razne online platforme i sajamske nastupe i druge moguće oblike promocije koje doprinosi jačoj vidljivosti i prepoznatljivosti regije Kvarner.

### Pregled prijenosa po skupinama aktivnosti

šifra	AKTIVNOSTI	PLAN 2021. (1. izmjena 31.3.2021.)	PLAN 2022.	udio % PLANU 2022.	prijenos 2021. u 2022.	NOVI PLAN 2022.
	<b>SVEUKUPNO RASHODI</b>	<b>20.582.942,16 kn</b>	<b>24.928.000,00 kn</b>	<b>100,00</b>	<b>13.076.248,03 kn</b>	<b>32.004.248,03 kn</b>
1.	<b>ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE</b>	230.000,00 kn	455.000,00 kn	1,83	455.000,00 kn	545.000,00 kn
2.	<b>RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA</b>	4.277.000,00 kn	5.525.000,00 kn	22,16	4.958.000,00 kn	8.436.000,00 kn
3.	<b>KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE</b>	10.031.000,00 kn	14.951.000,00 kn	59,98	5.645.000,00 kn	18.298.000,00 kn
4.	<b>DESTINACIJSKI MENADŽMENT</b>	261.942,16 kn	275.000,00 kn	1,10	228.000,00 kn	325.000,00 kn
5.	<b>ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA</b>	42.000,00 kn	42.000,00 kn	0,17	42.000,00 kn	42.000,00 kn
6.	<b>ADMINISTRATIVNI POSLOVI</b>	4.041.000,00 kn	3.680.000,00 kn	14,76	1.070.000,00 kn	3.680.000,00 kn
7.	<b>REZERVA - STRATEŠKI PROJEKTI, AKTIVNOSTI OD INTERESA ZA KVARNER...</b>	1.700.000,00 kn	0,00 kn	0,00	678.248,03 kn	678.248,03 kn
	<b>SVEUKUPNO</b>	<b>20.582.942,16 kn</b>	<b>24.928.000,00 kn</b>	<b>100,00</b>	<b>13.076.248,03 kn</b>	<b>32.004.248,03 kn</b>

**Analitika namjenskog prijenos sredstava po aktivnostima i prijedlog Rebalansa Godišnjeg Programa rada TZ Kvarnera za 2022.**

šifra	AKTIVNOSTI	PLAN 2021. (1. Izmjena 31.3.2021.)	PLAN 2022. prosinač 2022.	prijenos 2021. u 2022.	NOVI PLAN 2022./1. IZMJENA ožujak 2022.	udjel
	<b>SVEUKUPNO RASHODI</b>	<b>20.582.942,16 kn</b>	<b>24.928.000,00 kn</b>	<b>13.076.248,03 kn</b>	<b>32.004.248,03 kn</b>	<b>100,00</b>
<b>1.</b>	<b>ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE</b>	<b>230.000,00 kn</b>	<b>455.000,00 kn</b>	<b>455.000,00 kn</b>	<b>545.000,00 kn</b>	<b>1,70</b>
<b>1.1.</b>	<b>Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata</b>	<b>167.000,00 kn</b>	<b>305.000,00 kn</b>	<b>305.000,00 kn</b>	<b>345.000,00 kn</b>	<b>1,08</b>
	Izmjene i dopune Strateškog plana razvoja turizma Kvarnera sa Strateškim i operativnim marketing planom 2016. – 2020. godine	7.000,00 kn	0,00 kn	0,00 kn	0,00 kn	0,00
	Akcijski / operativni plan kulturnog turizma na području Kvarnera	80.000,00 kn	0,00 kn	0,00 kn	0,00 kn	0,00
1.1.1.	Plan razvoja turizma Kvarnera do 2030. godine	0,00 kn	100.000,00 kn	100.000,00 kn	100.000,00 kn	0,31
1.1.2.	Akcijski plan razvoja turizma Kvarnera za razdoblje 2022. – 2027.	0,00 kn	125.000,00 kn	125.000,00 kn	125.000,00 kn	0,39
1.1.3.	Akcijski / operativni plan za razvoj gastronomije na području Kvarnera	80.000,00 kn	80.000,00 kn	80.000,00 kn	120.000,00 kn	0,37
<b>1.2.</b>	<b>Istraživanje i analiza tržišta</b>	<b>63.000,00 kn</b>	<b>100.000,00 kn</b>	<b>100.000,00 kn</b>	<b>150.000,00 kn</b>	<b>0,47</b>
1.2.1.	Anketiranje avio gostiju na ZL Rijeka	50.000,00 kn	50.000,00 kn	50.000,00 kn	50.000,00 kn	0,16
1.2.2.	Provođenje istraživanja o zadovoljstvu posjetitelja i druga tržišna istraživanja s raznim partnerima	13.000,00 kn	50.000,00 kn	50.000,00 kn	100.000,00 kn	0,31
1.3.	Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti	0,00 kn	50.000,00 kn	50.000,00 kn	50.000,00 kn	0,16
<b>2.</b>	<b>RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA</b>	<b>4.277.000,00 kn</b>	<b>5.525.000,00 kn</b>	<b>4.958.000,00 kn</b>	<b>8.436.000,00 kn</b>	<b>26,36</b>
<b>2.1.</b>	<b>Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda</b>	<b>0,00 kn</b>	<b>0,00 kn</b>	<b>100.000,00 kn</b>	<b>100.000,00 kn</b>	<b>0,31</b>
<b>2.2.</b>	<b>Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda</b>	<b>2.290.000,00 kn</b>	<b>3.844.000,00 kn</b>	<b>3.777.000,00 kn</b>	<b>6.555.000,00 kn</b>	<b>20,48</b>
<b>2.2.1.</b>	<b>Kvarner Family - razvoj i brendiranje obiteljskog smještata</b>	<b>350.000,00 kn</b>	<b>295.000,00 kn</b>	<b>285.000,00 kn</b>	<b>440.000,00 kn</b>	<b>1,37</b>
2.2.1.1.	daljnji razvoj projekta / animacija terena	40.000,00 kn	80.000,00 kn	40.000,00 kn	120.000,00 kn	0,37
2.2.1.2.	edukativna studijska putovanja za iznajmljivače KF (npr. OPG - Gorski kotar, Istra, Slovenija)	100.000,00 kn	50.000,00 kn	60.000,00 kn	110.000,00 kn	0,34
2.2.1.3.	promocija / Facebook; web stranica www.kvarnerfamily.hr	70.000,00 kn	50.000,00 kn	70.000,00 kn	70.000,00 kn	0,22
2.2.1.4.	marketing projekta KF (promocijski alati, provedba kampanje...)	140.000,00 kn	115.000,00 kn	115.000,00 kn	140.000,00 kn	0,44
<b>2.2.2.</b>	<b>Kvarner Gourmet i Kvarner Food - razvoj i brendiranje gastronomije</b>	<b>520.000,00 kn</b>	<b>697.000,00 kn</b>	<b>1.195.000,00 kn</b>	<b>1.860.000,00 kn</b>	<b>5,81</b>
2.2.2.1.	daljnji razvoj projekta	200.000,00 kn	505.000,00 kn	945.000,00 kn	1.450.000,00 kn	4,53
2.2.2.2.	suradnja s partnerima (JRE, G&M, HSK)	80.000,00 kn	32.000,00 kn	100.000,00 kn	130.000,00 kn	0,41
2.2.2.3.	Poticanje eno i gastro manifestacija / festivala	80.000,00 kn	100.000,00 kn	60.000,00 kn	150.000,00 kn	0,47
2.2.2.4.	marketing projekta Kvarner Gourmet & Food (promocijski alati, provedba kampanje...)	160.000,00 kn	60.000,00 kn	90.000,00 kn	130.000,00 kn	0,41
<b>2.2.3.</b>	<b>Kvarner Outdoor - razvoj i brendiranje aktivnog odmora</b>	<b>750.000,00 kn</b>	<b>1.590.000,00 kn</b>	<b>1.790.000,00 kn</b>	<b>2.830.000,00 kn</b>	<b>8,84</b>
2.2.3.1.	CroRace - međunarodna biciklistička utrka; 27.9. – 2.10.2022.	250.000,00 kn	250.000,00 kn		250.000,00 kn	0,78
2.2.3.2.	„4 islands - MTB stage race - Epic Serious IRONMAN - LEGEND race“; brdska biciklistička utrka, 19-23.04.2022.	70.000,00 kn	340.000,00 kn		340.000,00 kn	1,06
2.2.3.3.	Croatia Rally- FIA world Rally championship; 21. do 24.4.2022. u HR; 23.4.2022. Platak i/ili Gorski kotar	0,00 kn	340.000,00 kn		340.000,00 kn	1,06
2.2.3.4.	Kvarner trails - Salomon Golden trail National Series Croatia; ukupno 4 utrke Kvarner trails-a, Učka, Risnjak, Hahlići, Malinska/ 2 uvrštene u serijal – Učka (10.9.2022.) i NP Risnjak (2.7.2022.)	50.000,00 kn	60.000,00 kn		60.000,00 kn	0,19
2.2.3.5.	IXS Downhill Cup Mercedes-Benz UCI Mountain Bike World Cup; Europski kup biciklističke spust utrke, 1.-3.4.2022., Veli Lošinj	0,00 kn	70.000,00 kn	70.000,00 kn	70.000,00 kn	0,22
2.2.3.6.	Via Apsyrtides trail – Fastest Known Time; trail utrka, 6. – 12.6.2022.	0,00 kn	50.000,00 kn	50.000,00 kn	50.000,00 kn	0,16
2.2.3.7.	Rab Island Hero – lipanj 2022.; “bike event”	0,00 kn	30.000,00 kn	30.000,00 kn	30.000,00 kn	0,09
2.2.3.8.	Rabacuda 2022. – Sea Kayak Event Program	0,00 kn	30.000,00 kn	30.000,00 kn	30.000,00 kn	0,09
2.2.3.9.	Crikvenički plivački marathon sa 100 godišnjom tradicijom	0,00 kn	30.000,00 kn	30.000,00 kn	30.000,00 kn	0,09
2.2.3.10.	Crikvenica - Adria Advent marathon	0,00 kn	30.000,00 kn	30.000,00 kn	30.000,00 kn	0,09
2.2.3.11.	Crikvenica Cup - nogometni turnir	0,00 kn	30.000,00 kn	30.000,00 kn	30.000,00 kn	0,09
2.2.3.12.	Gorski kotar bike tour; srpanj 2022	30.000,00 kn	30.000,00 kn		30.000,00 kn	0,09

šifra	AKTIVNOSTI	PLAN 2021. (1. izmjena 31.3.2021.)	PLAN 2022. prosinac 2022.	prijenos 2021. u 2022.	NOVI PLAN 2022./1. IZMJENA ožujak 2022.	udjel
2.2.3.13.	Kids CroRace, listopad 2022.	0,00 kn	50.000,00 kn	50.000,00 kn	50.000,00 kn	0,16
2.2.3.14.	Edukacija bike vodiča	0,00 kn	30.000,00 kn	30.000,00 kn	30.000,00 kn	0,09
2.2.3.15.	Jedinstvena signalizacija bike i hike	150.000,00 kn	80.000,00 kn	200.000,00 kn	200.000,00 kn	0,62
2.2.3.16.	Ostale outdoor aktivnosti	50.000,00 kn	90.000,00 kn	90.000,00 kn	110.000,00 kn	0,34
2.2.3.17.	Razvoj golfa i daljnji razvoj automoto sportova	50.000,00 kn	50.000,00 kn	50.000,00 kn	50.000,00 kn	0,16
2.2.3.18.	Carnival Snowboard Session Platak, ožujak 2022.	0,00 kn	0,00 kn	50.000,00 kn	50.000,00 kn	0,16
2.2.3.19.	Kvarner Outdoor - infrastruktura i revizija staza	0,00 kn	0,00 kn	500.000,00 kn	500.000,00 kn	1,56
2.2.3.20.	Kvarner Outdoor - Kartografske podloge	0,00 kn	0,00 kn	350.000,00 kn	350.000,00 kn	1,09
2.2.3.21.	Kvarner Outdoor - standardi i upravljanje projektom	0,00 kn	0,00 kn	200.000,00 kn	200.000,00 kn	0,62
	Croatia Adventura Race - otkazano	50.000,00 kn	0,00 kn		0,00 kn	0,00
	Tenis turniri	20.000,00 kn	0,00 kn		0,00 kn	0,00
	Brendiranje Kvarner Diving - promocija	30.000,00 kn	0,00 kn		0,00 kn	0,00
<b>2.2.4.</b>	<b>Kvarner Health and Wellbeing - razvoj i brendiranje zdravstvenog turizma</b>	<b>225.000,00 kn</b>	<b>352.000,00 kn</b>	<b>368.000,00 kn</b>	<b>458.000,00 kn</b>	<b>1,43</b>
2.2.4.1.	Članarina Klasteru zdravstvenog turizma	18.000,00 kn	12.000,00 kn	3.000,00 kn	15.000,00 kn	0,05
2.2.4.2.	Forum zdravstvenog turizma u Crikvenici	7.000,00 kn	10.000,00 kn	5.000,00 kn	15.000,00 kn	0,05
2.2.4.3.	Prezentacije zdravstvenog turizma na emitivnim tržištima	0,00 kn	150.000,00 kn	132.000,00 kn	150.000,00 kn	0,47
2.2.4.4.	Radionica Abano Terme	0,00 kn	10.000,00 kn	10.000,00 kn	20.000,00 kn	0,06
2.2.4.5.	HTI konferencija Bruxelles i/ili eventualne druge radionice	0,00 kn	30.000,00 kn	30.000,00 kn	30.000,00 kn	0,09
2.2.4.6.	radionica - aktualnosti u zdravstvenom turizmu	0,00 kn	10.000,00 kn	18.000,00 kn	28.000,00 kn	0,09
2.2.4.7.	certificiranje sadržaja destinacije zdravlja	0,00 kn	50.000,00 kn	50.000,00 kn	50.000,00 kn	0,16
2.2.4.8.	potpore znanstvenim događanjima s temom zdravstvenog turizma na Kvarneru	0,00 kn	30.000,00 kn	20.000,00 kn	50.000,00 kn	0,16
2.2.4.9.	marketing projekta Kvarner Health (promocijski alati, provedba kampanje...)	200.000,00 kn	50.000,00 kn	100.000,00 kn	100.000,00 kn	0,31
<b>2.2.5.</b>	<b>Kvarner Culture - razvoj i brendiranje kulturne ponude</b>	<b>280.000,00 kn</b>	<b>760.000,00 kn</b>	<b>115.000,00 kn</b>	<b>805.000,00 kn</b>	<b>2,52</b>
2.2.5.1.	RAFF 2022 - Rab Film Festival, od 19.-25.8.2022. uz pred-i post programe i prateće sadržaje	100.000,00 kn	80.000,00 kn	20.000,00 kn	100.000,00 kn	0,31
2.2.5.2.	Nastavak završenih EU projekata - Arca Adriatica i Putevima Frankopana	0,00 kn	595.000,00 kn		595.000,00 kn	1,86
2.2.5.2.1.	Arca Adriatica	0,00 kn	495.000,00 kn		495.000,00 kn	1,55
2.2.5.2.1.1.	Fiumare	0,00 kn	100.000,00 kn		100.000,00 kn	0,31
2.2.5.2.1.2.	Krčka jedra	0,00 kn	55.000,00 kn		55.000,00 kn	0,17
2.2.5.2.1.3.	Smotra Mošćenička draga	0,00 kn	90.000,00 kn		90.000,00 kn	0,28
2.2.5.2.1.4.	Ribarski tjedan u Crikvenici	0,00 kn	50.000,00 kn		50.000,00 kn	0,16
2.2.5.2.1.5.	Lošinjskim jedrima oko svijeta	0,00 kn	60.000,00 kn		60.000,00 kn	0,19
2.2.5.2.1.6.	promocija maritime baštine (Arca Adriatica)	0,00 kn	20.000,00 kn		20.000,00 kn	0,06
2.2.5.2.1.7.	Escale a Sete (Arca Adriatica);	0,00 kn	120.000,00 kn		120.000,00 kn	0,37
2.2.5.2.2.	KTR Putovima Frankopana - oglašavanje, interpretacija medijima i studijskim grupama i drugo	0,00 kn	100.000,00 kn		100.000,00 kn	0,31
2.2.5.3.	Konferencije kulturnog turizma - sudjelovanje	0,00 kn	15.000,00 kn	15.000,00 kn	30.000,00 kn	0,09
2.2.5.4.	Kvarner Nature	30.000,00 kn	20.000,00 kn	30.000,00 kn	30.000,00 kn	0,09
2.2.5.5.	marketing projekta (produkcija promocijskih alata, provedba kampanje...)	100.000,00 kn	50.000,00 kn	50.000,00 kn	50.000,00 kn	0,16
	Aplikacija za prikaz kulturnih atrakcija (Osor)	50.000,00 kn	0,00 kn		0,00 kn	0,00
<b>2.2.6.</b>	<b>Razvoj cruising-a</b>	<b>65.000,00 kn</b>	<b>50.000,00 kn</b>	<b>24.000,00 kn</b>	<b>62.000,00 kn</b>	<b>0,19</b>
2.2.6.1.	welcome servis brodova, vlakova i dr...	55.000,00 kn	38.000,00 kn	12.000,00 kn	50.000,00 kn	0,16
2.2.6.2.	Medcruise konferencije i nastup na sajmu kruzinge industrije „Seatrade Cruise Global“	10.000,00 kn	12.000,00 kn	12.000,00 kn	12.000,00 kn	0,04
<b>2.2.7.</b>	<b>Brendiranje Kvarnera kao održive turističke destinacije</b>	<b>100.000,00 kn</b>	<b>100.000,00 kn</b>		<b>100.000,00 kn</b>	<b>0,31</b>
<b>2.3.</b>	<b>Podrška razvoju turističkih događanja</b>	<b>1.987.000,00 kn</b>	<b>1.681.000,00 kn</b>	<b>1.081.000,00 kn</b>	<b>1.781.000,00 kn</b>	<b>5,56</b>
<b>2.3.1.</b>	<b>Potpore manifestacijama i projektima; Javni poziv TZ Kvarnera</b>	<b>500.000,00 kn</b>	<b>850.000,00 kn</b>	<b>850.000,00 kn</b>	<b>850.000,00 kn</b>	<b>2,66</b>
<b>2.3.2.</b>	<b>Poticanje i pomaganje razvoja turizma na području koja nisu turistički razvijena</b>	<b>150.000,00 kn</b>	<b>150.000,00 kn</b>		<b>150.000,00 kn</b>	<b>0,47</b>
<b>2.3.3.</b>	<b>Ostala manja sufinanciranja</b>	<b>50.000,00 kn</b>	<b>50.000,00 kn</b>		<b>50.000,00 kn</b>	<b>0,16</b>
<b>2.3.4.</b>	<b>Podrška razvoju i unaprjeđenju turizma na području Gorskog kotara</b>	<b>150.000,00 kn</b>	<b>300.000,00 kn</b>		<b>300.000,00 kn</b>	<b>0,94</b>

šifra	AKTIVNOSTI	PLAN 2021. (1. izmjena 31.3.2021.)	PLAN 2022. prosinac 2022.	prijenos 2021. u 2022.	NOVI PLAN 2022./1. IZMJENA ožujak 2022.	udjel
2.3.5.1.	UPREST "UP - & Reskilling Sustainable Tourism in a new digital era" (1.1.2022. - 1.5.2024.)	0,00 kn	91.000,00 kn	91.000,00 kn	91.000,00 kn	0,28
2.3.5.1.	priprema novih projekata	0,00 kn	40.000,00 kn	40.000,00 kn	40.000,00 kn	0,12
	Arca Adriatica	1.067.000,00 kn	0,00 kn		0,00 kn	0,00
	Putevima Frankopana	70.000,00 kn	0,00 kn		0,00 kn	0,00
2.3.6.	Jadranski festival znanja, tehnologije i informacija - travanj 2022.	0,00 kn	200.000,00 kn		200.000,00 kn	0,62
2.3.7.	Women's weekend Festival	0,00 kn	0,00 kn	100.000,00 kn	100.000,00 kn	0,31
<b>3.</b>	<b>KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE</b>	<b>10.031.000,00 kn</b>	<b>14.951.000,00 kn</b>	<b>5.645.000,00 kn</b>	<b>18.298.000,00 kn</b>	<b>57,17</b>
3.1.	Definiranje branding sustava i brend arhitekture	0,00 kn	100.000,00 kn		100.000,00 kn	0,31
3.2.	Oglašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda	1.860.000,00 kn	1.930.000,00 kn	810.000,00 kn	2.330.000,00 kn	7,28
3.2.1.	Media plan TZ Kvarnera - online / offline	1.500.000,00 kn	1.670.000,00 kn	600.000,00 kn	2.070.000,00 kn	6,47
3.2.1.2.	zajednički media plan (TZ Kvarnera sa TZ po subregijama)	0,00 kn	1.370.000,00 kn		1.370.000,00 kn	4,28
3.2.1.3.	samostalno	0,00 kn	300.000,00 kn	600.000,00 kn	700.000,00 kn	2,19
3.2.2.	Facebook profil - vođenje i promocija	100.000,00 kn	100.000,00 kn	50.000,00 kn	100.000,00 kn	0,31
3.2.3.	Instagram profil - vođenje i promocija	100.000,00 kn	100.000,00 kn	100.000,00 kn	100.000,00 kn	0,31
3.2.4.	Ostale aktivnosti odnosa s javnošću / razne press konferencije	20.000,00 kn	20.000,00 kn	20.000,00 kn	20.000,00 kn	0,06
	ostala oglašavanja	100.000,00 kn	0,00 kn		0,00 kn	0,00
3.2.5.	Newsletter / priopćenja za HR tržište namijenjeno poslovnom okruženju	40.000,00 kn	40.000,00 kn	40.000,00 kn	40.000,00 kn	0,12
3.3.	Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR	1.056.000,00 kn	1.206.000,00 kn	370.000,00 kn	1.356.000,00 kn	4,24
3.3.1.	Hrvatska	220.000,00 kn	200.000,00 kn	100.000,00 kn	200.000,00 kn	0,62
3.3.2.	Njemačko govorno područje	380.000,00 kn	380.000,00 kn	50.000,00 kn	400.000,00 kn	1,25
3.3.2.1.	A.R.T. RedaktionsTeam	380.000,00 kn	380.000,00 kn	50.000,00 kn	400.000,00 kn	1,25
3.3.3.	Velika Britanija	96.000,00 kn	96.000,00 kn		96.000,00 kn	0,30
3.3.3.1.	Julia Berg Consulting Ltd. - englesko govorno područje	96.000,00 kn	96.000,00 kn		96.000,00 kn	0,30
3.3.4.	Slovenija	140.000,00 kn	140.000,00 kn		140.000,00 kn	0,44
3.3.4.1.	Sincro Plus Ljubljana - slovensko govorno područje	140.000,00 kn	140.000,00 kn		140.000,00 kn	0,44
3.3.5.	Studijska putovanja za predstavnike medija	220.000,00 kn	390.000,00 kn	220.000,00 kn	520.000,00 kn	1,62
3.3.5.1.	Grupno studijsko putovanje u suradnji s ART Redakcionsteamom	0,00 kn	50.000,00 kn	10.000,00 kn	60.000,00 kn	0,19
3.3.5.2.	Specijalizirano grupno studijsko putovanje	0,00 kn	50.000,00 kn	10.000,00 kn	60.000,00 kn	0,19
3.3.5.3.	ostala studijska putovanja	0,00 kn	290.000,00 kn	200.000,00 kn	400.000,00 kn	1,25
3.4.	Marketinške i poslovne suradnje	3.880.000,00 kn	7.735.000,00 kn	1.700.000,00 kn	9.235.000,00 kn	28,86
3.4.1.	Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora - udruženo oglašavanje - Javni poziv TZ Kvarnera	880.000,00 kn	1.500.000,00 kn	1.200.000,00 kn	2.500.000,00 kn	7,81
3.4.1.1.	Javni poziv TZ Kvarnera prema gospodarskim subjektima	880.000,00 kn	1.000.000,00 kn	700.000,00 kn	1.500.000,00 kn	4,69
3.4.1.2.	Javni poziv TZ Kvarnera prema lokalnim TZ-a - potpora media planovima	0,00 kn	500.000,00 kn	500.000,00 kn	1.000.000,00 kn	3,12
3.4.2.	Strateški projekti - potpora programima na Kvarneru	3.000.000,00 kn	6.235.000,00 kn	500.000,00 kn	6.735.000,00 kn	21,04
3.4.2.1.	udjel TZ Kvarnera	1.200.000,00 kn	2.500.000,00 kn	500.000,00 kn	3.000.000,00 kn	9,37
3.4.2.2.	udružena sredstva s područja Kvarnera	1.800.000,00 kn	3.735.000,00 kn		3.735.000,00 kn	11,67
3.5.	Sajmovi, prezentacije i poslovne radionice	805.000,00 kn	1.480.000,00 kn	645.000,00 kn	1.500.000,00 kn	4,69
3.5.1.	Sajmovi	330.000,00 kn	680.000,00 kn	250.000,00 kn	510.000,00 kn	1,59
3.5.1.1.	Muenchen	70.000,00 kn	100.000,00 kn	30.000,00 kn	30.000,00 kn	0,09
3.5.1.2.	CMT Stuttgart	0,00 kn	130.000,00 kn		0,00 kn	0,00
3.5.1.3.	Berlin	0,00 kn	170.000,00 kn		50.000,00 kn	0,16
3.5.1.4.	Rimini TTG, Milano...	40.000,00 kn	40.000,00 kn	30.000,00 kn	70.000,00 kn	0,22
3.5.1.5.	Beč - Ferienmesse	40.000,00 kn	60.000,00 kn	40.000,00 kn	60.000,00 kn	0,19
3.5.1.6.	ostali eventualni sajamski nastupi/strukovne konferencije i burze u organizaciji ostalih subjekata	180.000,00 kn	180.000,00 kn	150.000,00 kn	300.000,00 kn	0,94
3.5.2.	Prezentacije	475.000,00 kn	800.000,00 kn	395.000,00 kn	990.000,00 kn	3,09
3.5.2.1.	Njemačka	60.000,00 kn	60.000,00 kn	40.000,00 kn	100.000,00 kn	0,31
3.5.2.2.	Austrija	35.000,00 kn	120.000,00 kn	35.000,00 kn	120.000,00 kn	0,37
3.5.2.3.	ostale prezentacije - Slovenija, Italija, Poljska, Češka, Srbija, Rusija, Skandinavija, Švicarska, daleka tržišta, ostala europska tržišta	260.000,00 kn	500.000,00 kn	200.000,00 kn	650.000,00 kn	2,03
3.5.2.4.	Nastupi na SKAL godišnjim konferencijama	120.000,00 kn	120.000,00 kn	120.000,00 kn	120.000,00 kn	0,37

šifra	AKTIVNOSTI	PLAN 2021. (1. izmjena 31.3.2021.)	PLAN 2022. prosinac 2022.	prijenos 2021. u 2022.	NOVI PLAN 2022./1. IZMJENA ožujak 2022.	udjel
3.6.	Suradnja s organizatorima putovanja	270.000,00 kn	370.000,00 kn	750.000,00 kn	750.000,00 kn	2,34
3.6.1.	Studijska putovanja agenata / radionice	80.000,00 kn	80.000,00 kn	300.000,00 kn	300.000,00 kn	0,94
3.6.2.	Domaćinstvo Kvarnera godišnjoj SKAL konferenciji, listopad 2022.	0,00 kn	250.000,00 kn	350.000,00 kn	350.000,00 kn	1,09
3.6.3.	Prihvat snimanja reality show emisija	90.000,00 kn	40.000,00 kn	100.000,00 kn	100.000,00 kn	0,31
	Domaćinstvo Kvarnera godišnjoj konferenciji ETC-a (European Travel Commission / Europska putnička komisija)	100.000,00 kn	0,00 kn		0,00 kn	0,00
3.7.	Kreiranje promotivnog materijala	1.200.000,00 kn	1.150.000,00 kn	770.000,00 kn	1.750.000,00 kn	5,47
3.7.1.	Info brošura	100.000,00 kn	100.000,00 kn	100.000,00 kn	100.000,00 kn	0,31
3.7.2.	Kvarner Magazin 2023. (njemačko i englesko izdanje)	500.000,00 kn	500.000,00 kn	300.000,00 kn	800.000,00 kn	2,50
3.7.3.	Tisak i dotisak brošura	100.000,00 kn	100.000,00 kn	50.000,00 kn	100.000,00 kn	0,31
3.7.4.	Grafičke pripreme brošura	100.000,00 kn	100.000,00 kn		150.000,00 kn	0,47
3.7.5.	Izrada suvenira i ostalog promotivnog materijala (lavande, leci, roll upovi, beach flag, banneri, majice, sitni reklamni materijal...)	200.000,00 kn	150.000,00 kn	150.000,00 kn	300.000,00 kn	0,94
3.7.6.	Video materijal	200.000,00 kn	200.000,00 kn	170.000,00 kn	300.000,00 kn	0,94
3.8.	Internetske stranice - www.kvarner.hr	250.000,00 kn	250.000,00 kn	200.000,00 kn	350.000,00 kn	1,09
3.8.1.	web portal www.kvarner.hr - priprema za HTZ-ovu integraciju	200.000,00 kn	200.000,00 kn	100.000,00 kn	200.000,00 kn	0,62
3.8.2.	održavanje web portala	50.000,00 kn	50.000,00 kn		50.000,00 kn	0,16
3.8.3.	Kvarner Outdoor - novi web	0,00 kn	0,00 kn	100.000,00 kn	100.000,00 kn	0,31
3.9.	Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka	300.000,00 kn	310.000,00 kn	260.000,00 kn	497.000,00 kn	1,55
3.9.1.	Mobilna aplikacija Visit Kvarner - digitalna turistička destinacijska platforma / projekt „PGŽ – pametna regija“ u suradnji s JU Razvojna agencija PGŽ	100.000,00 kn	110.000,00 kn	60.000,00 kn	110.000,00 kn	0,34
3.9.2.	otkup fotografija	200.000,00 kn	200.000,00 kn	200.000,00 kn	387.000,00 kn	1,21
3.10.	Turističko-informativne aktivnosti	410.000,00 kn	420.000,00 kn	140.000,00 kn	430.000,00 kn	1,34
3.10.1.	Kvarner Info – Vrata Jadrana	220.000,00 kn	220.000,00 kn	70.000,00 kn	230.000,00 kn	0,72
3.10.1.1.	djelatnici info punkta	90.000,00 kn	90.000,00 kn	10.000,00 kn	100.000,00 kn	0,31
3.10.1.2.	hladni pogon	70.000,00 kn	70.000,00 kn		70.000,00 kn	0,22
3.10.1.3.	uređenje interijera	60.000,00 kn	60.000,00 kn	60.000,00 kn	60.000,00 kn	0,19
3.10.2.	Kvarner Info – ZL Rijeka	190.000,00 kn	200.000,00 kn	70.000,00 kn	200.000,00 kn	0,62
4.	DESTINACIJSKI MENADŽMENT	261.942,16 kn	275.000,00 kn	228.000,00 kn	325.000,00 kn	1,02
4.1.	Turistički informacijski sustavi i aplikacije / eVisitor	0,00 kn	0,00 kn		0,00 kn	0,00
4.2.	Stručni skupovi i edukacije	70.000,00 kn	70.000,00 kn	70.000,00 kn	70.000,00 kn	0,22
4.3.	Koordinacija i nadzor	105.000,00 kn	115.000,00 kn	88.000,00 kn	165.000,00 kn	0,52
4.3.1.	Koordinacija direktora TZ-a i aktivnosti djelovanja TZ Kvarnera u sustavu TZ-a	50.000,00 kn	60.000,00 kn	50.000,00 kn	110.000,00 kn	0,34
4.3.2.	Aktivnosti koordinacije s predstavnicima gospodarskih subjekata (hotelijeri, kampovi...)	15.000,00 kn	15.000,00 kn	8.000,00 kn	15.000,00 kn	0,05
4.3.3.	Koordinacije s ostalim subjektima (MINTS, HTZ, PGŽ, PU PGŽ...)	40.000,00 kn	40.000,00 kn	30.000,00 kn	40.000,00 kn	0,12
4.4.	Upravljanje kvalitetom u destinaciji- Kvarnerski dan turizma	86.942,16 kn	90.000,00 kn	70.000,00 kn	90.000,00 kn	0,28
4.5.	Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša	0,00 kn	0,00 kn		0,00 kn	0,00
5.	ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA	42.000,00 kn	42.000,00 kn	42.000,00 kn	42.000,00 kn	0,13
5.1.	Međunarodne strukovne i sl. organizacije	42.000,00 kn	42.000,00 kn	42.000,00 kn	42.000,00 kn	0,13
5.2.	Domaće strukovne i sl. organizacije	0,00 kn	0,00 kn		0,00 kn	0,00
6.	ADMINISTRATIVNI POSLOVI	4.041.000,00 kn	3.680.000,00 kn	1.070.000,00 kn	3.680.000,00 kn	11,50
6.1.	Plaće	2.696.000,00 kn	2.315.000,00 kn	800.000,00 kn	2.315.000,00 kn	7,23
6.2.	Materijalni troškovi	960.000,00 kn	980.000,00 kn	200.000,00 kn	980.000,00 kn	3,06
6.3.	Tijela turističke zajednice (Turističko vijeće i radna tijela)	385.000,00 kn	385.000,00 kn	70.000,00 kn	385.000,00 kn	1,20
7.	REZERVA - STRATEŠKI PROJEKTI, AKTIVNOSTI OD INTERESA ZA KVARNER...	1.700.000,00 kn	0,00 kn	678.248,03 kn	678.248,03 kn	2,12
	<b>SVEUKUPNO</b>	<b>20.582.942,16 kn</b>	<b>24.928.000,00 kn</b>	<b>13.076.248,03 kn</b>	<b>32.004.248,03 kn</b>	<b>100,00</b>