



# IZVJEŠĆE O IZVRŠENJU PROGRAMA RADA TZ PRIMORSKO-GORANSKE ŽUPANIJE ZA 2024. GODINU

Opatija, ožujak 2025.



# SADRŽAJ

<b>UVOD</b>	<b>1</b>
<b>REZULTATI FIZIČKOG TURISTIČKOG PROMETA U 2024. GODINI</b>	<b>4</b>
<b>NAUTIKA</b>	<b>18</b>
<b>KAPACITETI ZA SMJEŠTAJ TURISTA NA PODRUČJU PGŽ</b>	<b>19</b>
<b>1. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE</b>	<b>23</b>
<b>1.1. STRATEŠKI / OPERATIVNI / KOMUNIKACIJSKI / AKCIJSKI DOKUMENTI</b>	<b>23</b>
1.1.1. Plan razvoja turizma PGŽ do 2030. godine (provedba i monitoring)	23
1.1.2. Akcijski plan razvoja turizma PGŽ do 2027. godine	23
1.1.3. Akcijski / operativni plan razvoja gastronomije	24
<b>1.2. ISTRAŽIVANJE I ANALIZA TRŽIŠTA</b>	<b>25</b>
1.2.1. Provođenje istraživanja o zadovoljstvu posjetitelja i druga tržišna istraživanja s raznim partnerima	25
<b>1.3. MJERENJE UČINKOVITOSTI PROMOTIVNIH AKTIVNOSTI</b>	<b>26</b>
<b>2. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA</b>	<b>27</b>
<b>2.1. IDENTIFIKACIJA I VREDNOVANJE RESURSA TE STRUKTURIRANJE TURISTIČKIH PROIZVODA</b>	<b>27</b>
<b>2.2. SUSTAVI OZNAČAVANJA KVALITETE TURISTIČKOG PROIZVODA</b>	<b>27</b>
2.2.1. Kvarner Family - razvoj i brendiranje obiteljskog smještaja	27
2.2.2. Kvarner Gourmet i Kvarner Food – razvoj i brendiranje gastronomije	34
2.2.3. Kvarner Outdoor – razvoj i brendiranje aktivnog odmora	58
2.2.4. Kvarner Health and Wellbeing – razvoj i brendiranje zdravstvenog turizma	71
2.2.5. Kvarner Culture - razvoj i brendiranje kulturne ponude	73
2.2.6. Nautički turizam i cruising – razvoj i brendiranje	85
2.2.7. Održiva turistička destinacija - razvoj i brendiranje	86
<b>2.3. PODRŠKA RAZVOJU TURISTIČKIH DOGAĐANJA</b>	<b>89</b>
2.3.1. Potpore manifestacijama i projektima; javni poziv TZ PGŽ	89
2.3.2. Poticanje i pomaganje razvoja turizma na turistički nedovoljno razvijenim područjima (Javni poziv TZ PGŽ i HTZ-a)	90
2.3.3. Fond za turističke zajednice na turistički nedovoljno razvijenim područjima – razvoj i unapređenje Gorskog kotara	90
2.3.4. Ostala manja sufinanciranja	92
2.3.5. Women`s weekend festival 2024	93
2.3.6. RetrOpatija 2024	93
2.3.7. Opatija Advent 2024	94
2.3.8. Obilježavanje 180 godina turizma u Opatiji i Dani hrvatskog turizma	94
2.3.9. Riječki karneval 2024	95
2.3.10. Obilježavanje 150 godina turizma u Fužinama	95
2.3.11. Obilježavanje 500 godina Krčkog sajma	96
<b>2.4. EU projekti</b>	<b>96</b>
2.4.1. EU projekt: UPREST (OD 31.1.2022. DO 31.07.2024.)	97
2.4.2. Očekivani EU projekti	99

<b>3. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE</b>	<b>105</b>
<b>3.1. DEFINIRANJE BRENDING SUSTAVA I BRENDA ARHITEKTURE</b>	<b>105</b>
<b>3.2. OGLAŠAVANJE DESTINACIJSKOG BRENDIA, TURISTIČKE PONUDE I PROIZVODA; MEDIA PLAN TZ PGŽ</b>	<b>105</b>
3.2.1. Media plan DESTINACIJE – online / offline	105
3.2.1.1. zajednički media plan TZ PGŽ sa TZ-ima po subregijama i	105
3.2.1.2. oglašavanje destinacije kvarner	105
<b>3.3. ODNOSI S JAVNOŠĆU (GLOBALNI I DOMAĆI PR)</b>	<b>108</b>
3.3.1. Hrvatska	108
3.3.2. Njemačko govorno područje	109
3.3.3. Velika Britanija	112
3.3.4. Slovenija	113
3.3.5. Studijska putovanja predstavnika medija - novinara, blogera, TV ekipa, influencera	114
<b>3.4. MARKETINŠKE I POSLOVNE SURADNJE</b>	<b>117</b>
3.4.1. Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora - udruženo oglašavanje – javni poziv TZ PGŽ	117
3.4.2. Strateški projekti	119
<b>3.5. SAJMOVI, PREZENTACIJE I POSLOVNE RADIONICE</b>	<b>124</b>
3.5.1. Sajmovi	124
3.5.2. Presentacije	130
<b>3.6. SURADNJA S ORGANIZATORIMA PUTOVANJA</b>	<b>133</b>
3.6.1. Studijska putovanja agenata	133
3.6.2. Prihvati snimanja emisija o destinaciji, reality show emisija i sl.	135
3.6.3. Konferencija autobusera, touroperatora i agenata	136
3.6.4. Loop luxury travel fair 2024	137
<b>3.7. KREIRANJE PROMOTIVNOG MATERIJALA</b>	<b>138</b>
3.7.1. Info brošura	138
3.7.2. Tisak i dotisak brošura	139
3.7.3. Grafičke pripreme	139
3.7.4. Suvenir i ostali promotivni materijali	140
3.7.5. Video materijal	141
3.7.6. Baza fotografija	144
<b>3.8. INTERNETSKE STRANICE</b>	<b>145</b>
3.8.1. Web portal <a href="http://www.kvarner.hr">www.kvarner.hr</a> / <a href="http://www.kvarner.croatia.hr">www.kvarner.croatia.hr</a>	145
3.8.2. Održavanje web portala	145
<b>3.9. KREIRANJE I UPRAVLJANJE BAZAMA TURISTIČKIH PODATAKA</b>	<b>146</b>
3.9.1. Mobilna aplikacija Visit Kvarner - digitalna turistička destinacijska platforma/projekt „PGŽ – pametna regija“ u suradnji s JU Regionalna razvojna agencija PGŽ	146
<b>3.10. TURISTIČKO-INFORMATIVNE AKTIVNOSTI</b>	<b>147</b>
3.10.1. Kvarner Info – Vrata Jadrana	147
<b>4. DESTINACIJSKI MENADŽMENT</b>	<b>148</b>
<b>4.1. TURISTIČKI INFORMACIJSKI SUSTAVI I APLIKACIJE/EVISITOR</b>	<b>148</b>
<b>4.2. STRUČNI SKUPOVI I EDUKACIJE</b>	<b>148</b>
<b>4.3. KOORDINACIJA I NADZOR</b>	<b>149</b>
4.3.1. Koordinacija direktora TZ-a i aktivnosti djelovanja TZ PGŽ u sustavu TZ-a	150
4.3.2. Aktivnosti koordinacije s ostalim subjektima	151

<b>4.4. UPRAVLJANJE KVALITETOM U DESTINACIJI</b>	<b>152</b>
<b>4.5. POTICANJE NA OČUVANJE I UREĐENJE OKOLIŠA</b>	<b>153</b>
<b>5. ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA</b>	<b>154</b>
<b>5.1. MEĐUNARODNE STRUKOVNE I SL. ORGANIZACIJE I</b>	<b>154</b>
<b>5.2. DOMAĆE STRUKOVNE I SL. ORGANIZACIJE</b>	<b>154</b>
<b>6. ADMINISTRATIVNI POSLOVI</b>	<b>155</b>
<b>6.1. PLAĆE</b>	<b>157</b>
<b>6.2. MATERIJALNI TROŠKOVI</b>	<b>158</b>
<b>6.3. TIJELA TURISTIČKE ZAJEDNICE</b>	<b>158</b>
<b>7. REZERVA</b>	<b>160</b>
<b>9. FONDOVI – posebne namjene (numeracija sukladno Metodologiji HTZ-a)</b>	<b>161</b>
<b>FINANCIJSKI REZULTATI TZ PGŽ ZA 2024. GODINU</b>	<b>162</b>

## UVOD

---

Turistička 2024. godina na Kvarneru ostaje zapamćena po mnogo čemu uspješnome, pa čak i po "podizanju ljestvice" u kvaliteti proizvoda i promociji tih proizvoda, unatoč vrlo opreznom i pažljivom planiranju uslijed nepoznanica s kojima se očekivala 2024. godina. Fokus TZPGŽ bio je na razvoju i promociji turističkog proizvoda, komunikaciji i oglašavanju, te na svim drugim aktivnostima potrebnim za uspješno djelovanje.

Opseg aktivnosti bio je vrlo ambiciozno planiran s obzirom na financijske i radne kapacitete ureda TZ PGŽ. Trebalo je ukupno poslovanje voditi i organizirati tako da su se pratile smjernice strateških dokumenta (i njihovih terminskih planova) koji predviđaju dugoročni razvojni okvir turizma za područje PGŽ-a:

- Plan razvoja turizma PGŽ do 2030. godine
- Plan razvoja PGŽ do 2027. godine
- Nacionalna razvojna strategija Republike Hrvatske do 2030.
- Akcijski plan razvoja turizma PGŽ do 2027. godine
- Akcijski plan razvoja gastronomije do 2027. godine

Također, TZPGŽ vodila se jedinstvenim ciljevima koji su sadržani u svim dokumentima, a to je orijentacija na unapređenje kvalitete i izvrsnosti, osnaživanje inovativnosti i održivosti, sticanje raznolikosti i posebnosti, provođenje zelene i digitalne tranzicije, jačanje partnerstva i destinacijskog menadžmenta. Sve to usmjereno je bilo na realizaciju vizije turizma Primorsko-goranske županije kao raznolike, kvalitetne i inovativne destinacije održivog turizma, koja cijele godine turistima pruža jedinstveno doživljajno iskustvo u primorju, otocima i gorju, a lokalnom stanovništvu osigurava kvalitetne uvjete za život i rad. Uzevši u obzir da je kompletno turističko gospodarstvo trpjelo zbog pomanjkanja radne snage i oscilacije cijena roba i usluga, može se reći da su ovogodišnji rezultati zahtjevali zaista velike napore na svim razinama i konstantnu prilagodbu. To uključuje intenzivan rad na povećanju kvalitete u svim turističkim proizvodima, a to donosi prepoznatljivost proizvodnih brendova i rezultate.

Ovaj izvještaj donosi detaljan pregled, kako statistički u pogledu kretanja i strukture turističkog prometa, tako i aktivnosti koje je proveo ured TZ PGŽ.

Turistički promet za razdoblje siječanj – prosinac 2024. godine zabilježio je odličnih 3,2 milijuna dolazaka i nešto više od 18 milijuna noćenja. U odnosu na prošlu godinu dolasci su ostali na istoj razini dok je broj noćenja manji za 1%. U odnosu na 2019. godinu dolazaka je 3% više, a

noćenja 5% manje. Navedeni podaci se odnose na sve segmente smještaja: komercijalni i nekomercijalni. Kao i prethodne dvije godine, na komercijalni smještaj otpada 86% noćenja, a na nekomercijalni 14%.

Sam komercijalni smještaj je ostvario 1% više dolazaka i 1% manje noćenja u odnosu na 2023.; a u odnosu na 2019. 4% više dolazaka i noćenja na istoj razini. Posebno ističemo rast turističkog prometa u predsezoni: ostvareno je 9% više noćenja u odnosu na prošlu godinu te 29% više u odnosu na 2019. godinu. Domaći gosti ostvarili su 515.000 dolazaka i 2,5 milijuna noćenja. U odnosu na 2023. godinu, broj dolazaka porastao je za 10%, a noćenja za 2%. Strani gosti ostvarili su 2,7 milijuna dolazaka i 15,5 milijuna noćenja. U odnosu na 2023. godinu, broj dolazaka manji je za 1%, a noćenja za 2%. Domaći gosti sudjeluju u ukupnim noćenjima s 14%, a strani s 86%. Kvarner je i nadalje jedna od najjačih turističkih regija u Hrvatskoj.

Godina će ostati zapamćena po ulaganjima u povećanje kvalitete proizvoda, povećanje kompetencija dionika u turističkoj ponudi s brojnim edukacijama (od iznajmljivača, ugostitelja do sommeliera), kontinuiranoj razini informiranja javnosti i kontinuiranom prisustvu na što više tržišta, što je bilo izuzetno važno i dalo je rezultate za uspješan završetak još jedne turističke godine.

Uz sve brendove kvarnerskih turističkih proizvoda koje je TZ PGŽ već razvila, od Kvarner Outdoor, Kvarner Family, Kvarner Health&Wellbeing, Kvarner Culture, Kvarner Maritime Heritage, Kvarner Gourmet, Kvarner Food, Kvarner Wines, u 2024. godini dostigunata je kruna u brendiranju eno-gastronomije postizanjem titule Kvarner Europska regija gastronomije 2026. Time je Kvarner iznio snagu tradicije, autohtonosti i posvećenosti toj temi svih uključenih u sektor eno-gastronomije. Ukratko i pojednostavljeno rečeno; nije se to dogodilo slučajno, veliki posao je iza toga, a proces dobivanja titule trajao je 5 godina. Time je Kvarner, kao prva i jedina regija u Hrvatskoj s tom titulom, istaknuo primjer koji može biti uzor drugim hrvatskim regijama.

Također, tu prijelomnu godinu iskoraka na globalno tržište kroz titulu Europske regije gastronomije, „začinili“ smo izdavanjem jedne sasvim posebne i kreativne brošure – baštinskog leksikona „Vodič po okusima od mora do gora“, koji je hommage kvarnerskoj kuhinji i poslužit će kao zaista zanimljivo štivo ne samo turistima ljubiteljima gastronomskih doživljaja, već i domaćem stanovništvu i generacijama mladih koji tek kroče u taj uzbudljivi svijet. Objavljen je i Manifest kvarnerske gastronomije kojim se jasno obznanjuju temeljne vrijednosti kvarnerske kuhinje za koju se TZ PGŽ zalaže. Formirana je mreža od 24 profesionalca koji su postali ambasadori projekta i brenda „Kvarner-Europska regija gastronomije“, koji svojim ugledom i radom podržavaju aktivnosti koje provodi TZ PGŽ.

Cijelu 2024. godinu uživali smo u plodovima rada prethodnih godina kroz dobivanje niza svjetskih nagrada za promo video destinacije, pod nazivom „Make your own movie“, zatim za najbolji gastro suvenir „Crocantessa“ na svjetskom natjecanju, i brojna druga priznanja. Na primjer, postali smo i „Najbolja održiva destinacija vinskog turizma u Europi“, proglašena od strane Kulturne rute Vijeća Europe „Iter Vitis“, a Croatia Airlines je u zrakoplovima diljem Europe pronijela „Okuse Kvarnera“ i tako putnicima već u zraku dočarala Kvarner kao destinaciju vrhunske i privlačne gastronomije. „European Cultural Travel Network“ dodijelio nam je nagradu „Destination of Sustainable Cultural Tourism“. Cinehill, najveći hrvatski filmski festival, u 2024. godini u punom je opsegu preseljen u Gorski kotar, te nastavlja biti atrakcija koja dovodi ljubitelje filma i umjetnosti u neočekivanu sredinu – u šume Gorskog kotara.

Uz sve to, Kvarner je bio domaćinom europskom udruženju europskih organizatora grupnih putovanja RDA, koji su održali godišnju skupštinu i upoznali se s ponudom koja je idealna za grupna putovanja.

Brojne destinacije, proizvodi, i što je navažnije, ljudi, donijeli su PGŽ priznanja i nagrade koje su nas kolektivno učinile ponosnima, te i ovom prigodom zahvaljujemo i čestitamo na ogromnom trudu i osobnim zalaganjima svima koji su doprinijeli ugledu PGŽ.

I na kraju, ono što nas čini ponosnima – TZ Kvarnera proslavila je 30 godina djelovanja!

Niz bismo mogli nastaviti, ali o svemu detaljnije govori ovaj izvještaj.

Bez kvalitetne suradnje TZ PGŽ sa svim navedenim dionicima i posebice s tijelima TZ PGŽ zaduženim za ključne odluke, uspješni rezultati iz 2024. godine ne bi bili ostvarivi.

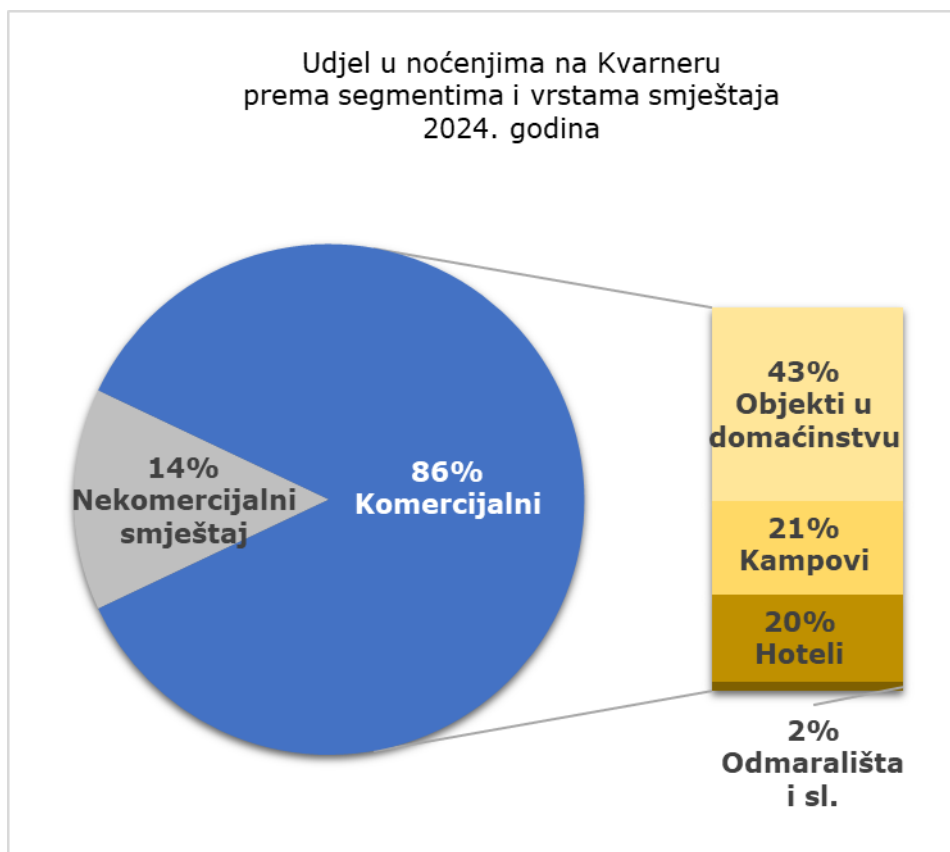
## REZULTATI FIZIČKOG TURISTIČKOG PROMETA U 2024. GODINI

Tijekom 2024. godine na području Primorsko-goranske županije ostvareno je 3,2 milijuna dolazaka i nešto više od 18 milijuna noćenja. U odnosu na prošlu godinu dolasci su ostali na istoj razini dok je broj noćenja manji za 1%.

U odnosu na 2019. godinu dolazaka je 3% više, a noćenja 5% manje.

Navedeni podaci se odnose na sve segmente smještaja: komercijalni i nekomercijalni. Kao i prethodne dvije godine, na komercijalni smještaj otpada 86% noćenja, a na nekomercijalni 14%.

Sam komercijalni smještaj je ostvario 1% više dolazaka i 1% manje noćenja u odnosu na 2023.; a u odnosu na 2019. 4% više dolazaka i noćenja na istoj razini.



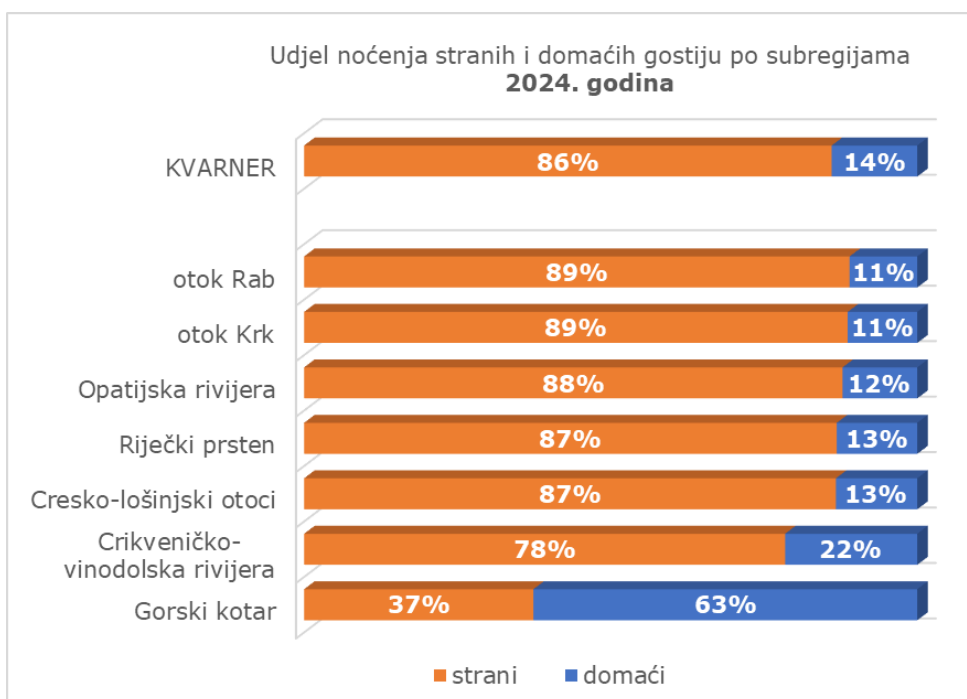
Posebno ističemo rast turističkog prometa u predsezoni: ostvareno je 9% više noćenja u odnosu na prošlu godinu te 29% više u odnosu na 2019. godinu.

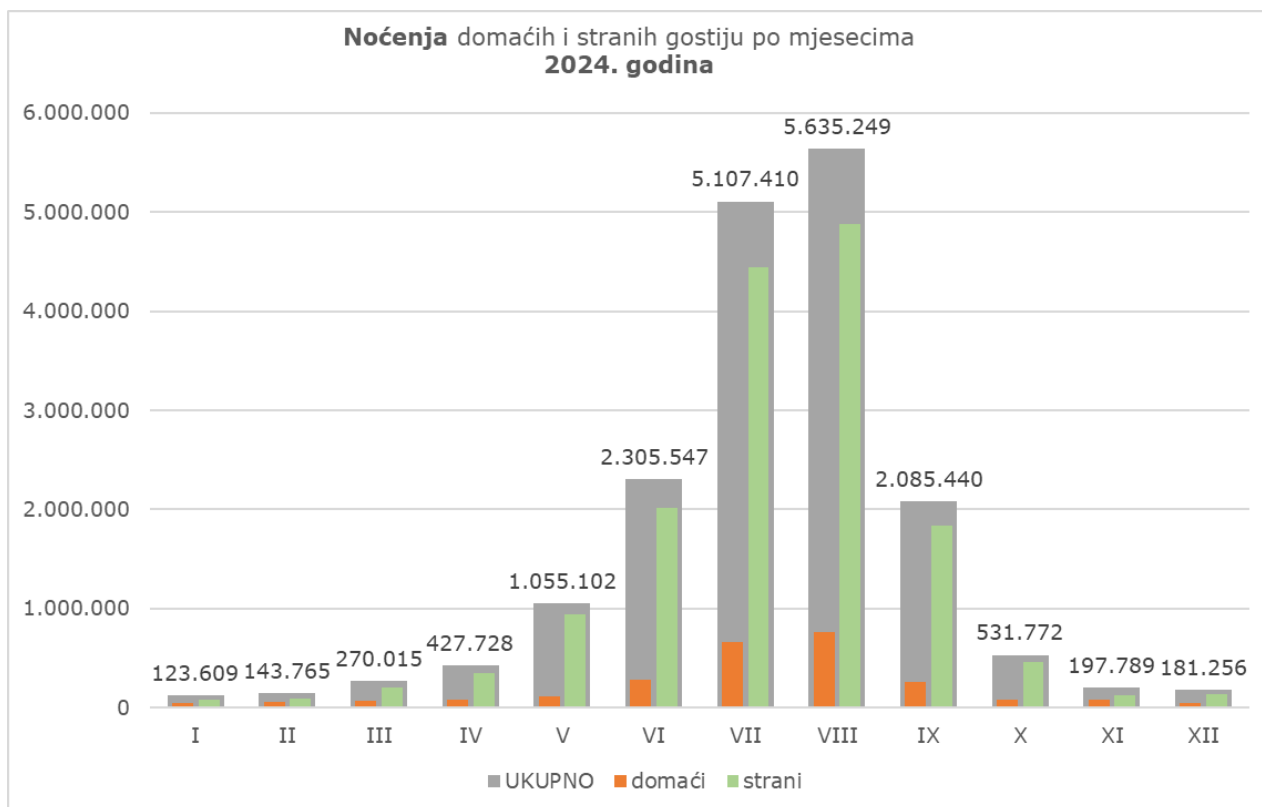
Tablica prikazuje noćenja ostvarena po mjesecima i segmentima smještaja, uz usporedbu s istim razdobljima 2023. i 2019. godine.

Kvamer - SEGMENTI SMJEŠTAJA									
RAZDOBLJE	UKUPNO KOMERCIJALNI			NEKOMERCIJALNI			SVEUKUPNO		
	2024.	2024./ 2023. / 2019.		2024.	INDEKS 2024./ 2023. / 2019.		2024.	INDEKS 2024./ 2023. / 2019.	
I.	107.466	101	141	16.143	103	163	123.609	101	144
II.	126.737	106	150	17.028	121	165	143.765	108	152
III.	247.790	144	175	22.225	131	161	270.015	142	173
IV.	396.179	81	86	31.549	103	112	427.728	83	88
V.	993.435	119	143	61.667	114	93	1.055.102	119	139
I.-V.	1.871.607	109	129	148.612	113	116	2.020.219	109	127
VI.	2.028.994	89	89	276.553	94	69	2.305.547	90	86
VII.	4.271.911	98	97	835.499	94	69	5.107.410	98	91
VIII.	4.752.370	102	96	882.879	95	68	5.635.249	100	90
VI.-VIII.	11.053.275	98	95	1.994.931	94	69	13.048.206	97	90
IX.	1.779.377	93	105	306.063	95	63	2.085.440	93	96
X.	487.321	102	110	44.451	112	50	531.772	103	100
XI.	170.908	132	148	26.881	126	100	197.789	131	138
XII.	161.435	105	132	19.821	122	134	181.256	106	133
IX.-XII.	2.599.041	97	109	397.216	99	65	2.996.257	97	100
I.-XII.	15.523.923	99	100	2.540.759	96	70	18.064.682	99	95
I.-XII. (%)	86%			14%					

**Domaći** gosti ostvarili su 515.000 dolazaka i 2,5 milijuna noćenja. U odnosu na 2023. godinu, **broj dolazaka porastao je za 10%**, a noćenja za 2%. **Strani** gosti ostvarili su 2,7 milijuna dolazaka i 15,5 milijuna noćenja. U odnosu na 2023. godinu, broj dolazaka manji je za 1%, a noćenja za 2%. Domaći gosti sudjeluju u ukupnim noćenjima s 14%, a strani s 86%.

Graf u nastavku prikazuje omjer noćenja domaćih i stranih gostiju po subregijama. Samo u Gorskom kotaru su domaći gosti zastupljeniji od inozemnih.



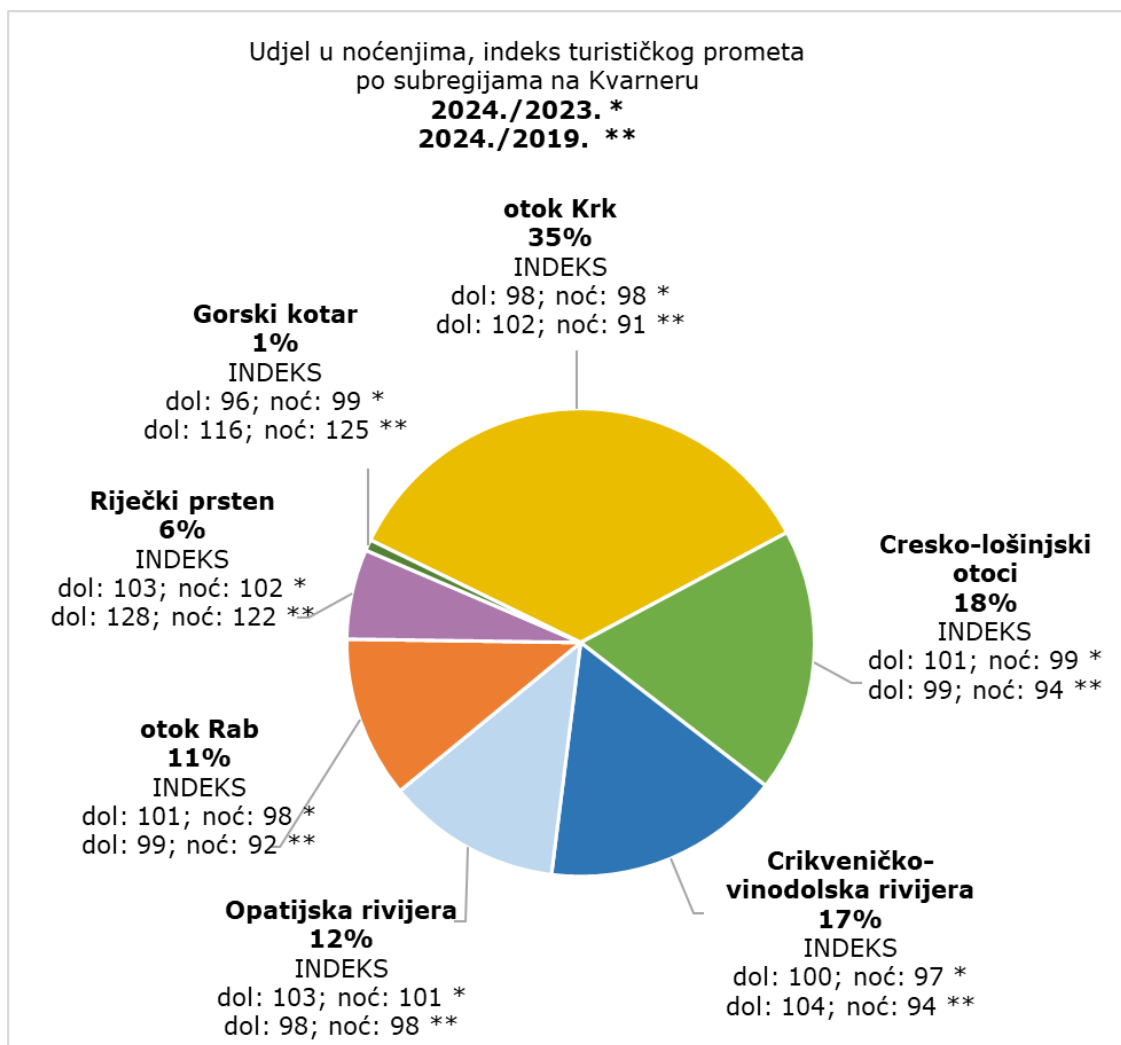


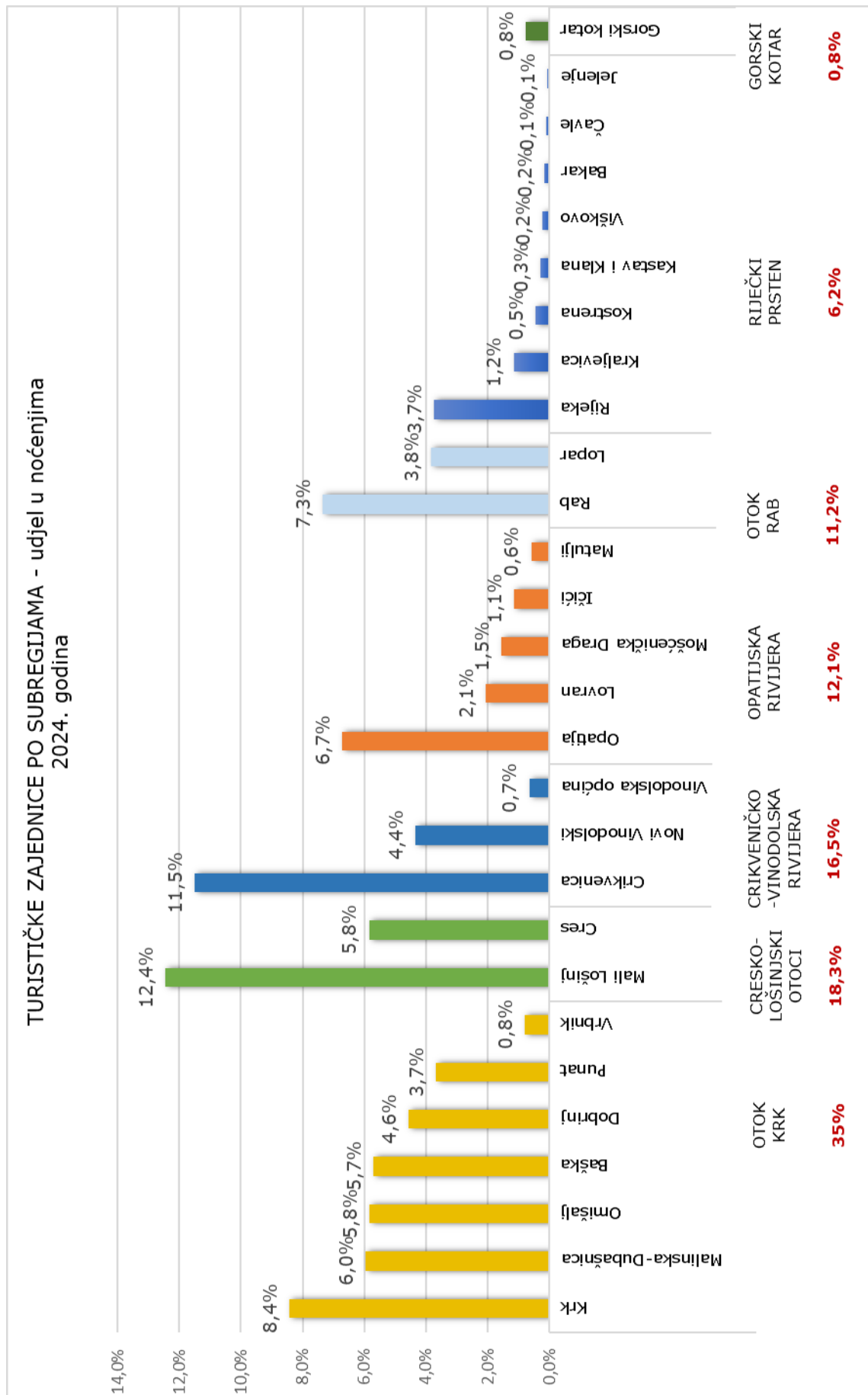
### Prema subregijama

- Najviše noćenja ostvareno je na **otoku Krku**: 6,3 milijuna što čini 35% od ukupnog broja noćenja na Kvarneru. Na Krku se nalazi i najviše smještajnih kapaciteta; 121.000 stalnih kreveta u komercijalnom i nekomercijalnom smještaju što od ukupnih 384.000 predstavlja 32%. Prvih 5 mjesta po popunjenosti među kampovima redom su zauzeli krčki kampovi.
- Na **Cresko-lošinjskim otocima** je ostvareno 3,3 milijuna noćenja što predstavlja udjel od 18% u ukupnom broju noćenja. Tu se nalaze dva najveća kvarnerska kampa, a ako gledamo turističke zajednice pojedinačno, Mali Lošinj ostvaruje najviše noćenja.
- Na trećem mjestu po broju noćenja je **Crikveničko-vinodolska rivijera** s 3 milijuna noćenja i udjelom od 17%. Rivijera je imala najveći rast broja noćenja u predsezoni, a prednjači i po broju noćenja domaćih gostiju u komercijalnom smještaju.
- **Opatijska rivijera** s 2,2 milijuna noćenja i udjelom od 12% je na četvrtom mjestu po broju noćenja. Međutim, na prvom je mjestu po udjelu noćenja ostvarenih u 5\*, a ima i najbolju popunjenost kreveta.
- Na **otoku Rabu** je ostvareno 2 milijuna noćenja, a to je 11% od svih ostvarenih noćenja, a taj udjel je veći od udjela u smještajnim kapacitetima.

- Na području **Riječkog prstena** ostvareno je 1,1 milijun noćenja, odnosno 6%. Riječki prsten ima pozitivne indekse turističkog prometa u odnosu na prošlu i na 2019tu godinu.
- **Gorski kotar** je ostvario 140.000 noćenja, proporcionalno udjelu u kapacitetima od 1%. Gorski kotar je jedina turistička zajednica gdje je broj domaćih gostiju gotovo dvostruko veći od stranih

2024.			
SUBREGIJA	DOLASCI	NOĆENJA	% NOĆENJA
otok Krk	955.458	6.318.156	35%
Cresko-lošinjski otoci	445.626	3.302.731	18%
Crikveničko-vinodolska rivijera	529.639	2.983.182	17%
Opatijska rivijera	622.795	2.179.404	12%
otok Rab	283.545	2.018.921	11%
Riječki prsten	320.901	1.123.759	6%
Gorski kotar	48.250	138.529	1%
<b>UKUPNO</b>	<b>3.206.214</b>	<b>18.064.682</b>	<b>100%</b>





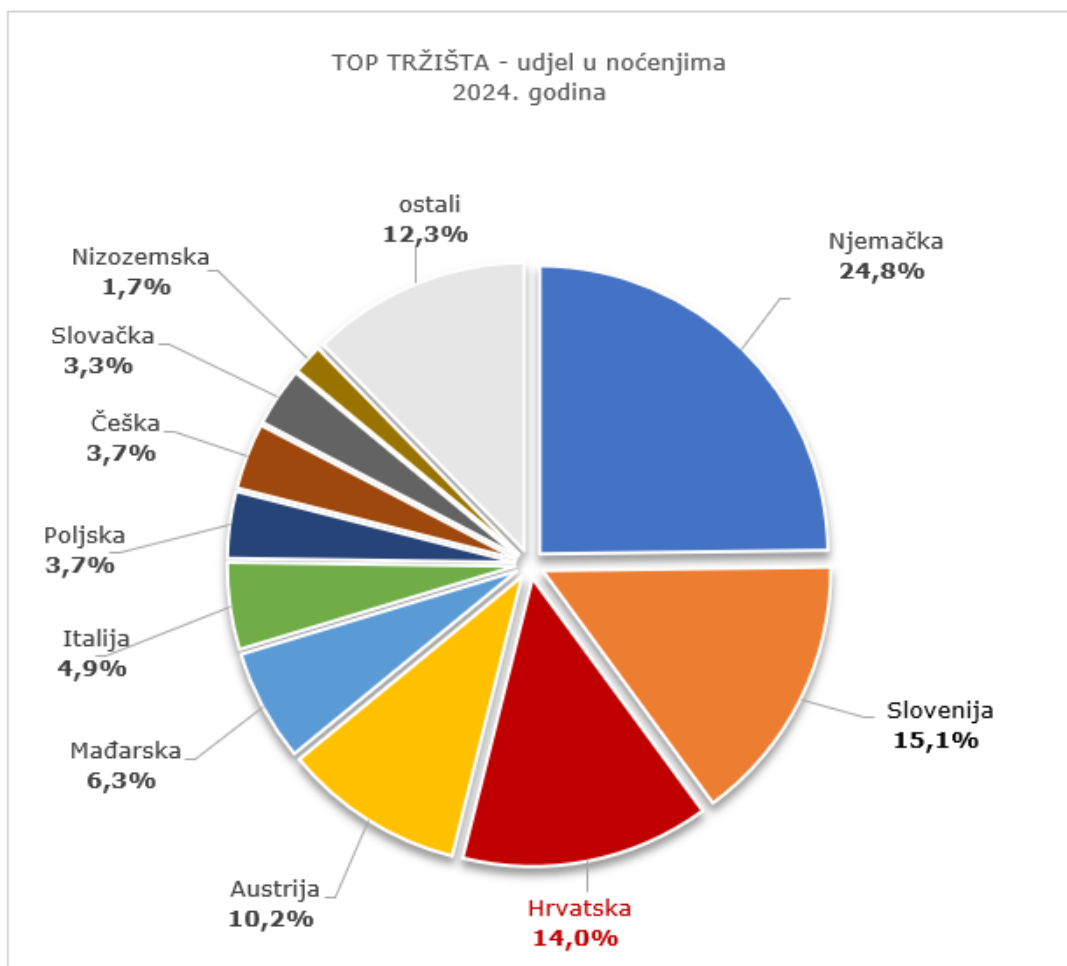
### Prema tržištima

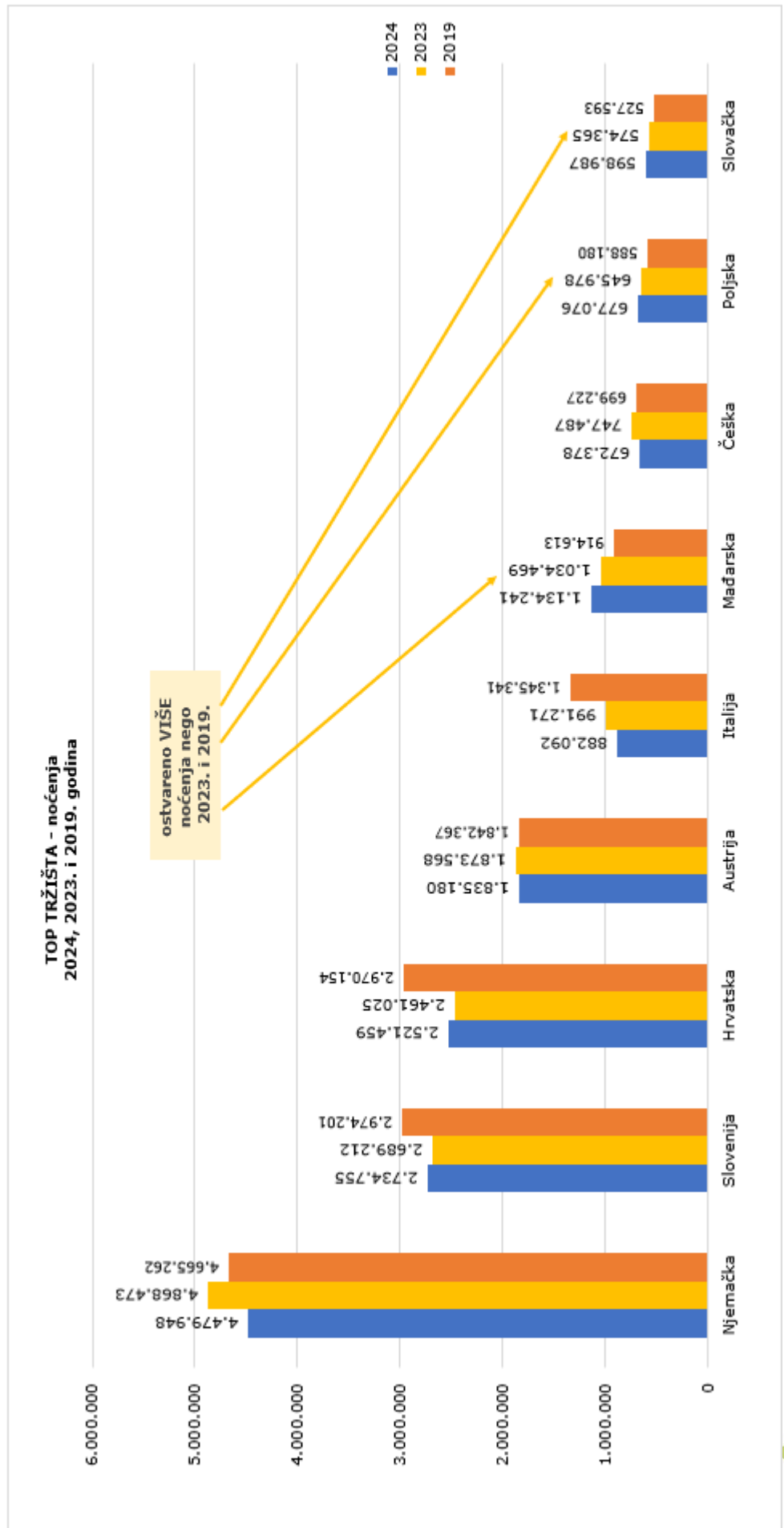
U 2024. godini najveći broj inozemnih noćenja na području PGŽ ostvarili su gosti iz Njemačke, Slovenije, Austrije, Mađarske, Italije, Poljske, Češke i Slovačke.

Navedenih osam tržišta ostvaruje 85% inozemnih noćenja. Domaći gosti s 2,5 milijuna noćenja bi u ukupnom poretku bili na trećem mjestu.

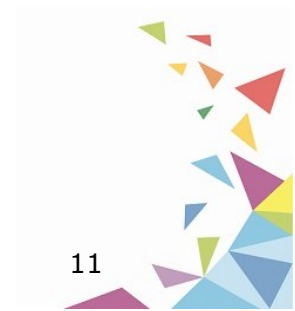
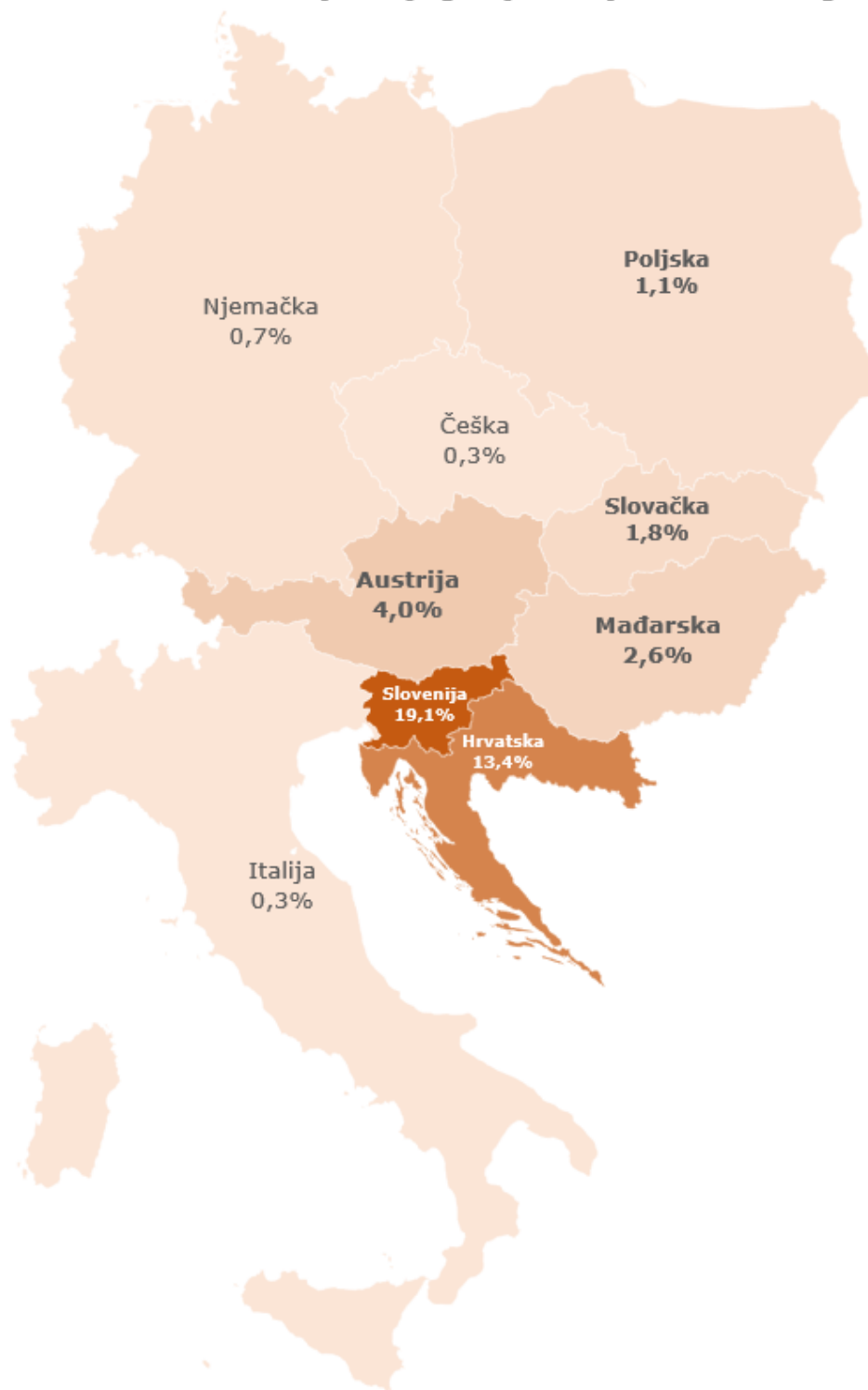
Mađarska, Poljska i Slovačka su tržišta koja su nadmašila svoje rezultate iz 2023. i 2019. godine, što pokazuje rast interesa za Kvarner.

Turistički promet se uobičajeno prati kroz broj dolazaka i noćenja, no zanimljiv je pogled na odnos broja gostiju u odnosu na broj stanovnika u svakoj od tih zemalja. Slovenija se izdvaja s 19,1% svojih stanovnika koji su ove godine boravili na Kvarneru, što ukazuje na vrlo visoku stopu posjećenosti.





**TOP TRŽIŠTA - udjel broja gostiju u broju stanovnika tog tržišta**

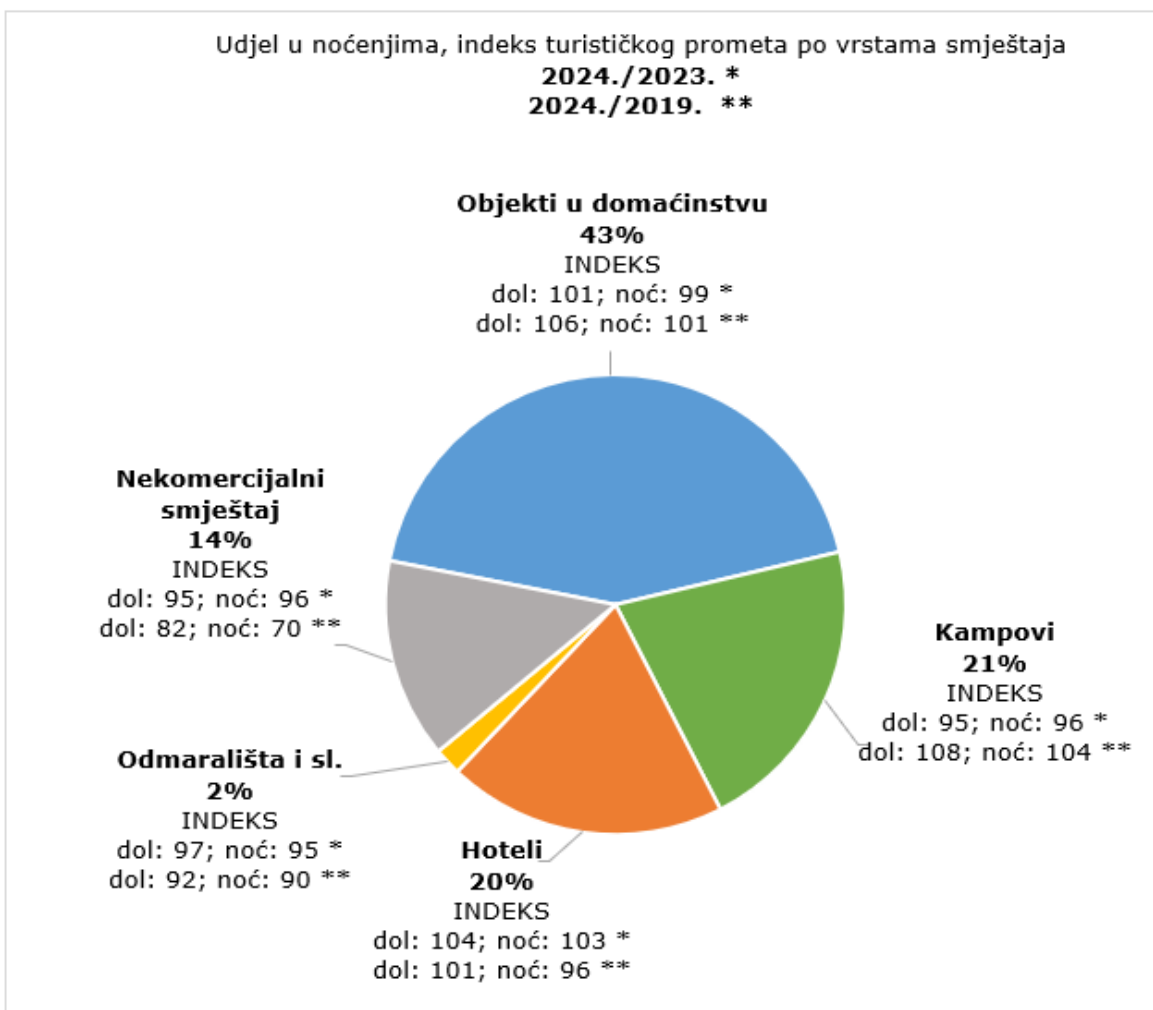


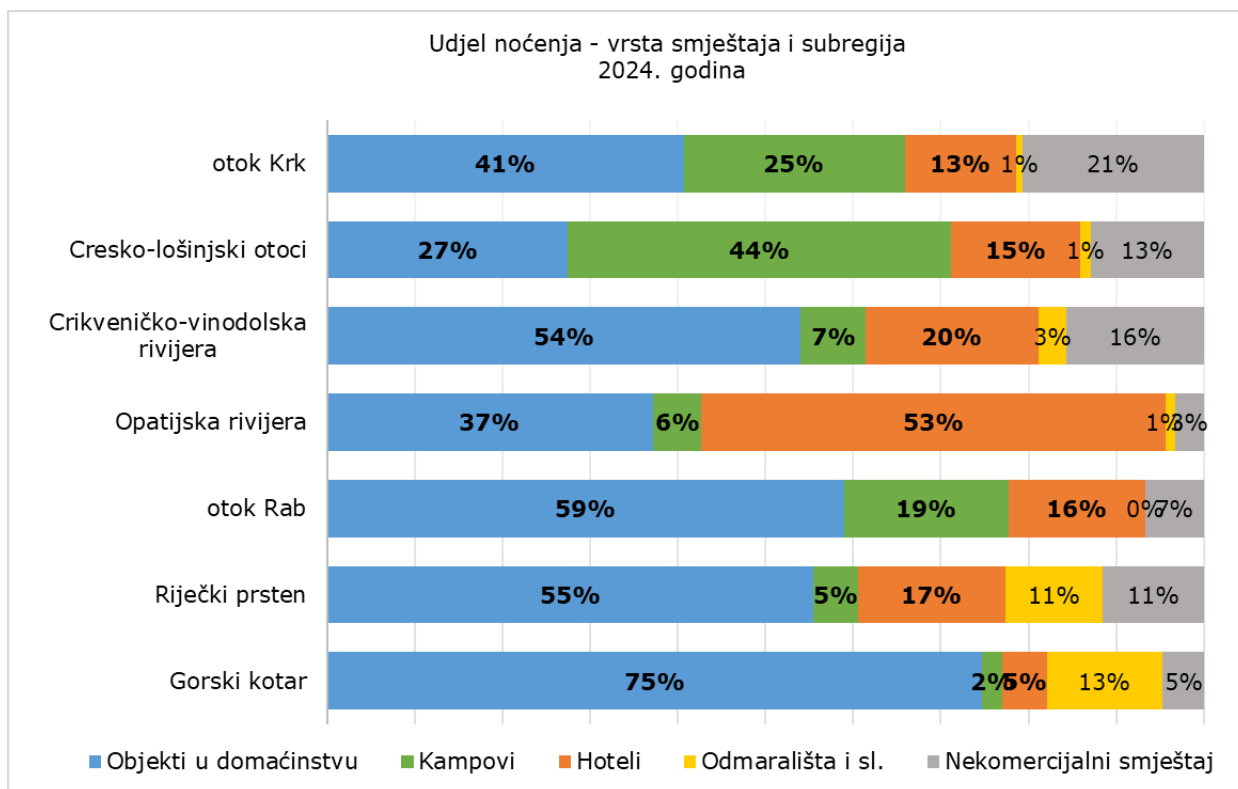
### Prema smještajnim kapacitetima

Ukupnih 18 milijuna noćenja dijeli se na: 15,4 milijuna noćenja u komercijalnom smještaju (udjel 86%) i 2,6 milijuna noćenja u nekomercijalnom smještaju (udjel 14%).

Najviše noćenja u komercijalnim smještajnim objektima ostvareno je u objektima u domaćinstvu: 7,8 milijuna. U kampovima je ostvareno 3,8 milijuna noćenja, a u hotelima 3,6 milijuna noćenja.

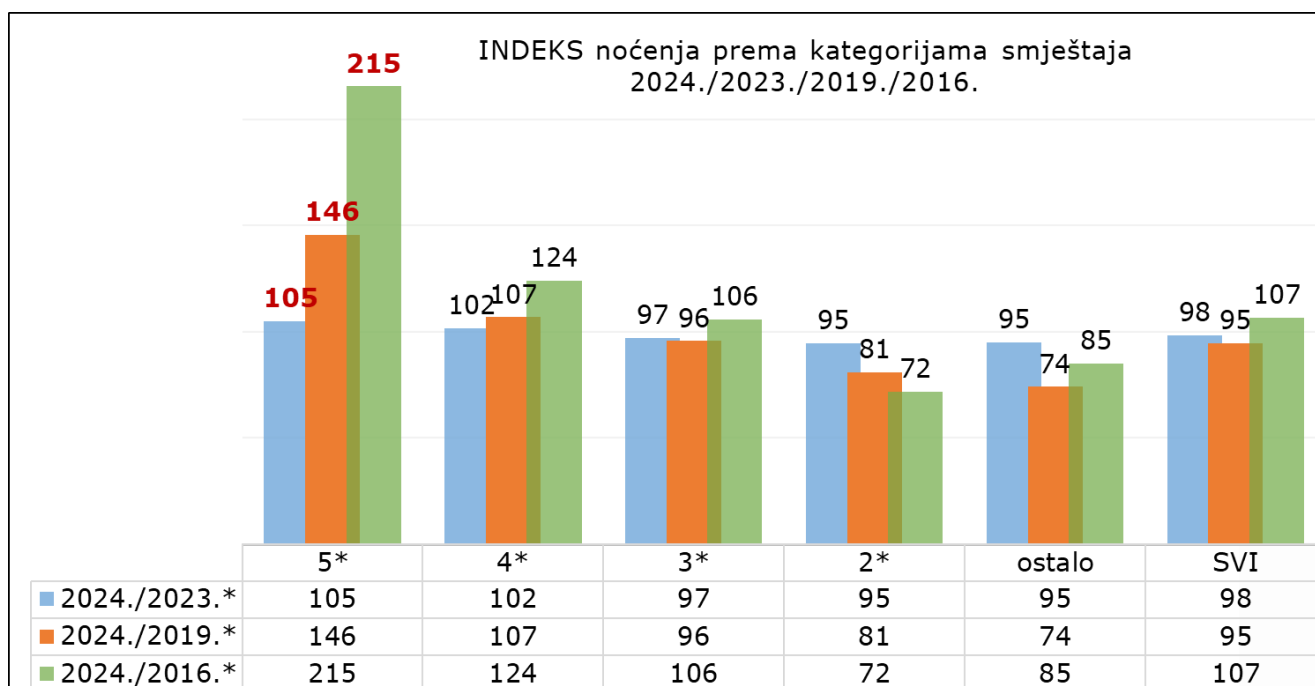
2024			
SEGMENTI / VRSTE SMJEŠTAJA	DOLASCI	NOĆENJA	% NOĆENJA
Objekti u domaćinstvu	1.329.952	7.814.215	43%
Kampovi	637.336	3.821.774	21%
Hoteli	1.038.159	3.540.443	20%
Odmarališta i sl.	99.097	347.491	2%
Nekomercijalni smještaj	101.670	2.540.759	14%
<b>UKUPNO</b>	<b>3.206.214</b>	<b>18.064.682</b>	<b>100%</b>



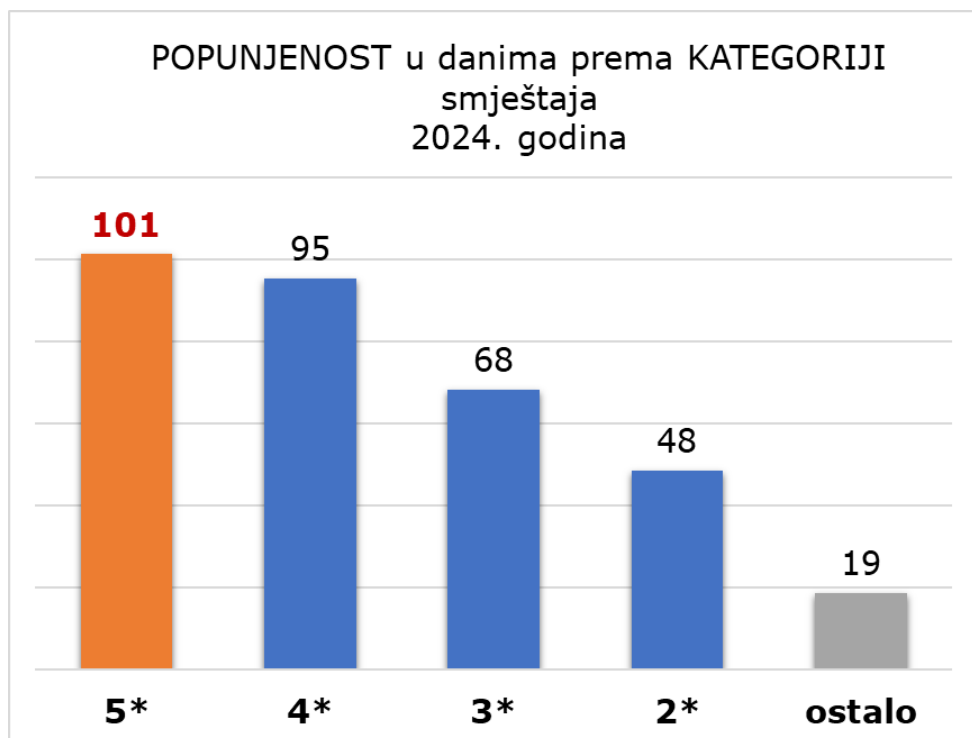
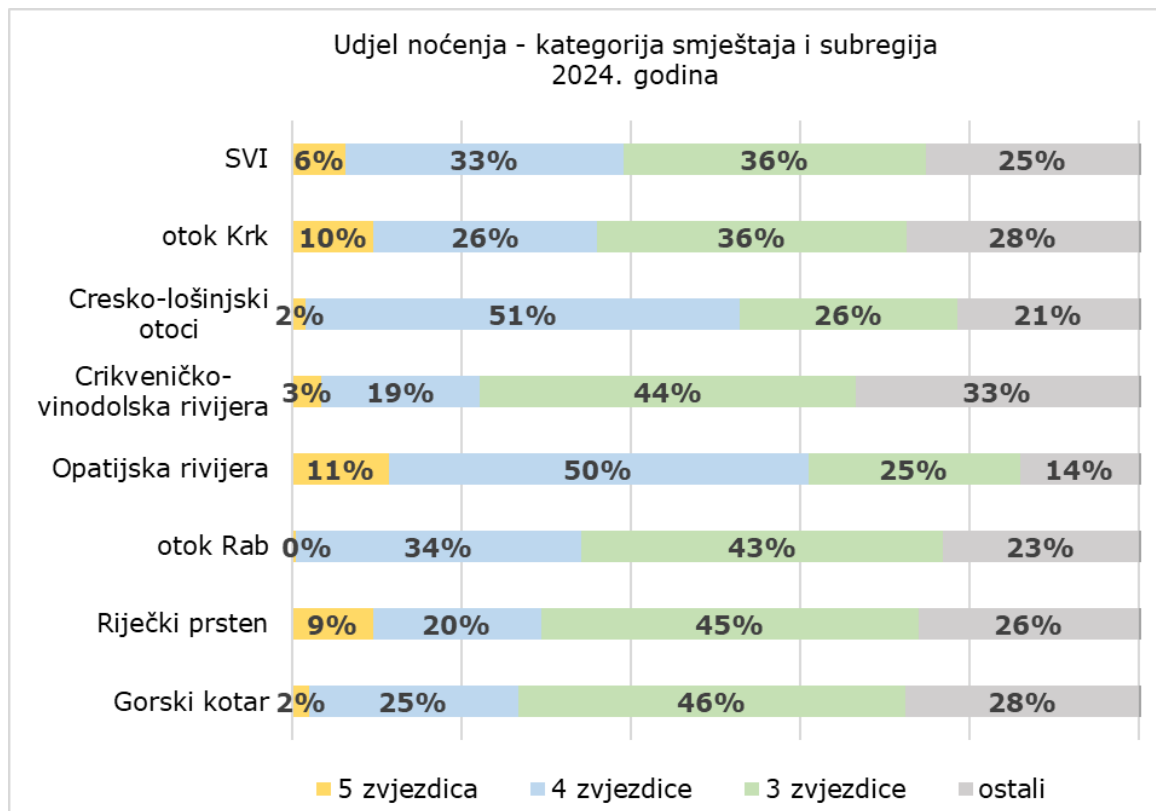


### Prema kategoriji smještaja

Neovisno o vrsti smještaja, smještaj više kategorije zabilježio je veće indekse noćenja u usporedbi s prethodnim godinama. Grafovi prikazuju indekse noćenja prema kategoriji smještaja za 2024. godinu u usporedbi s 2023., 2019. i 2016. godinom. U objektima s 5\* je ostvareno 46% više noćenja nego 2019-te te čak 115% više nego 2016.



Iz grafova je vidljivo da objekti visoke kategorije imaju: najveći porast noćenja, najbolju popunjenost i najmanju sezonalnost, a čime se potvrđuje trend rasta popularnosti i stabilnosti objekata više kategorije.



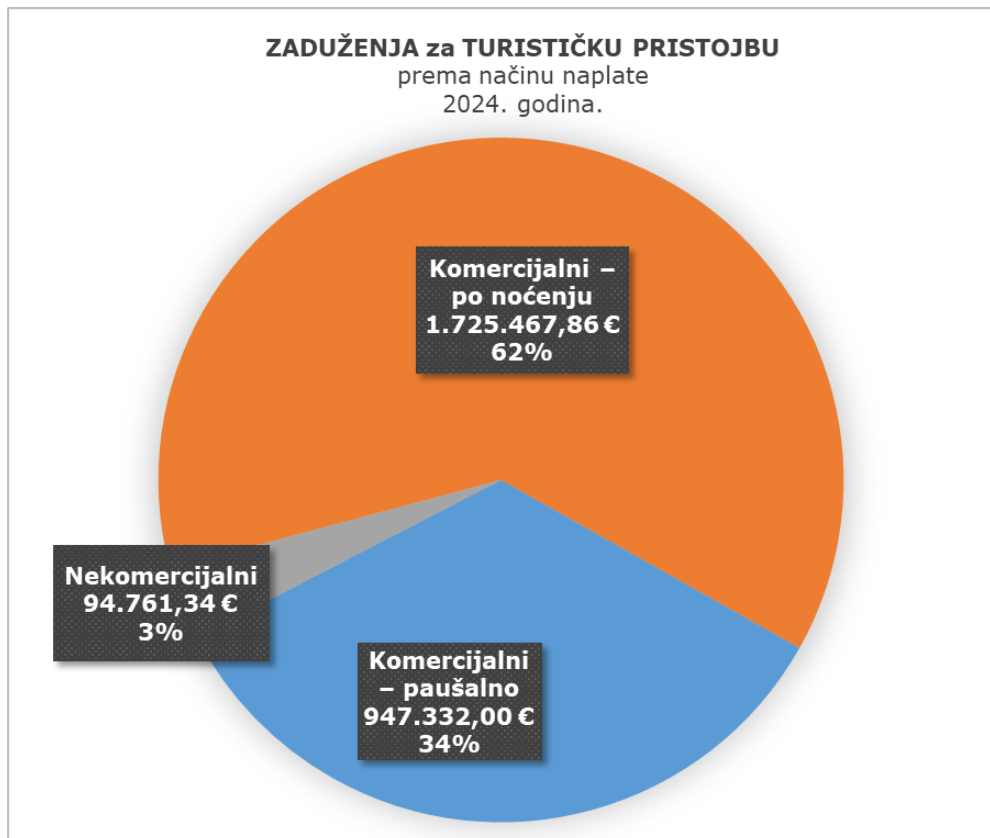
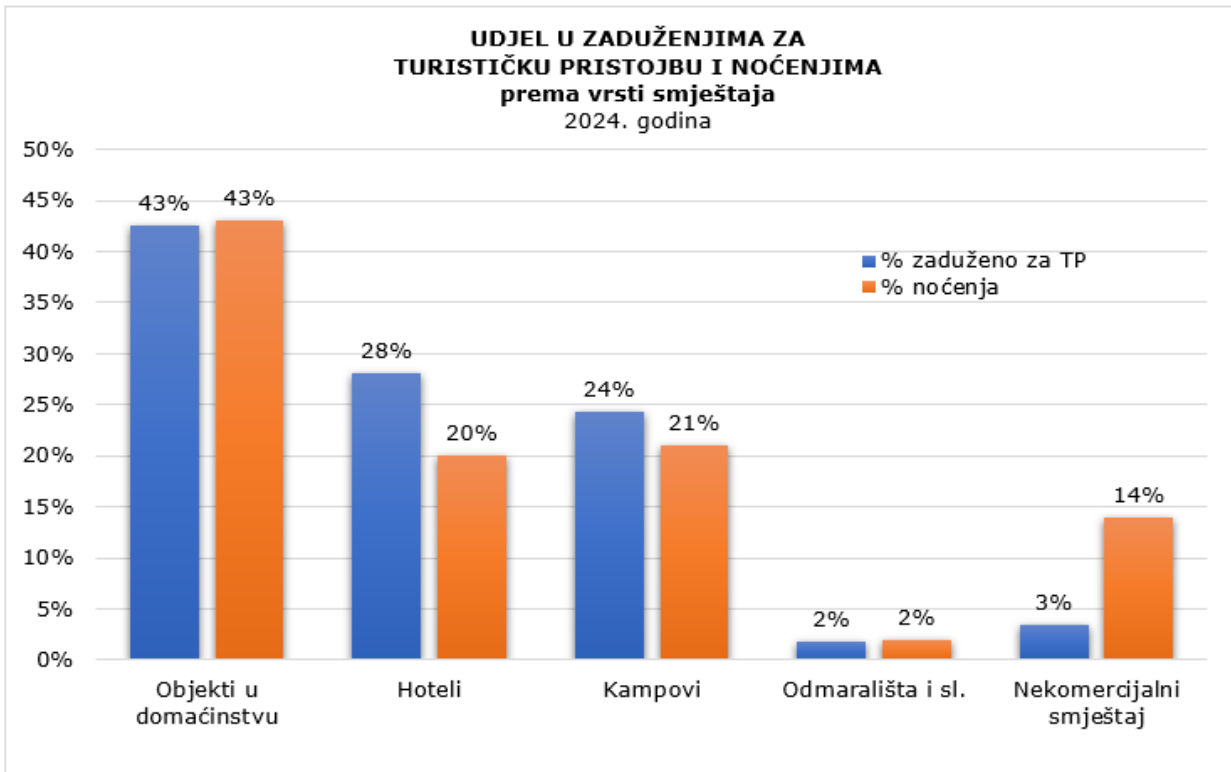
VRSTA i KATEGORIJA SMJEŠTAJA	TURISTIČKI PROMET			IND. 24/23	
	DOL.	NOĆ.	%	DOL.	NOĆ.
Objekti u domaćinstvu	1.329.952	7.814.215	43%	+1	-1
<b>5*</b>	54.711	353.457	5%	<b>+9</b>	<b>+8</b>
4*	313.196	1.718.916	22%	+6	+2
3*	781.396	4.600.725	59%	-1	-2
2*	72.274	428.404	5%	-2	-2
ostalo	108.375	712.713	9%	-4	-4
Hoteli	1.038.159	3.540.443	20%	+4	+3
<b>5*</b>	134.376	389.319	11%	<b>+15</b>	<b>+13</b>
4*	584.689	1.913.557	54%	+9	+7
3*	278.407	1.086.272	31%	-4	-3
2*	7.377	28.457	1%	-45	-48
ostalo	33.310	122.838	3%	-16	-12
Kampovi	637.336	3.821.774	21%	-5	-4
5*	70.962	375.634	10%	-2	-4
4*	333.093	2.325.087	61%	-3	-3
3*	155.481	777.475	20%	-6	-5
2*	75.270	334.409	9%	-8	-2
ostalo	2.530	9.169	0%	-61	-69
Odmarališta i sl.	99.097	347.491	2%	-3	-5
3*	871	5.189	1%	+11	+4
2*	204	1.078	0%	+12	+10
ostalo	97.984	341.072	98%	-3	-5
<b>TOT. KOMERCIJALNI</b>	<b>3.104.544</b>	<b>15.523.923</b>	<b>86%</b>	<b>+1</b>	<b>-1</b>
Nekomercijalni smještaj	101.670	2.540.759	14%	-5	-4
<b>SVEUKUPNO</b>	<b>3.206.214</b>	<b>18.064.682</b>		<b>0</b>	<b>-1</b>

KATEGORIJA SMJEŠTAJA	TURISTIČKI PROMET			IND. 24/23	
	DOL.	NOĆ.	%	DOL.	NOĆ.
<b>5*</b>	260.087	1.118.562	6%	<b>+9</b>	<b>+5</b>
4*	1.230.978	5.957.560	33%	+5	+2
3*	1.216.198	6.469.979	36%	-2	-3
2*	155.125	792.348	4%	-8	-5
ostalo	343.826	3.726.233	21%	-6	-5
<b>SVEUKUPNO</b>	<b>3.206.214</b>	<b>18.064.682</b>		<b>0</b>	<b>-1</b>

### Prema turističkoj pristojbi

Dio turističke pristojbe je prihod turističkih zajednica. Plaća se po ostvarenom noćenju ili paušalno. Iako je turistička pristojba u smislu prihoda obrađena u poglavlju financije, podaci su dostupni i putem eVisitora pa prikazujemo nekoliko relevantnih grafova koji povezuju turistički promet i turističku pristojbu.

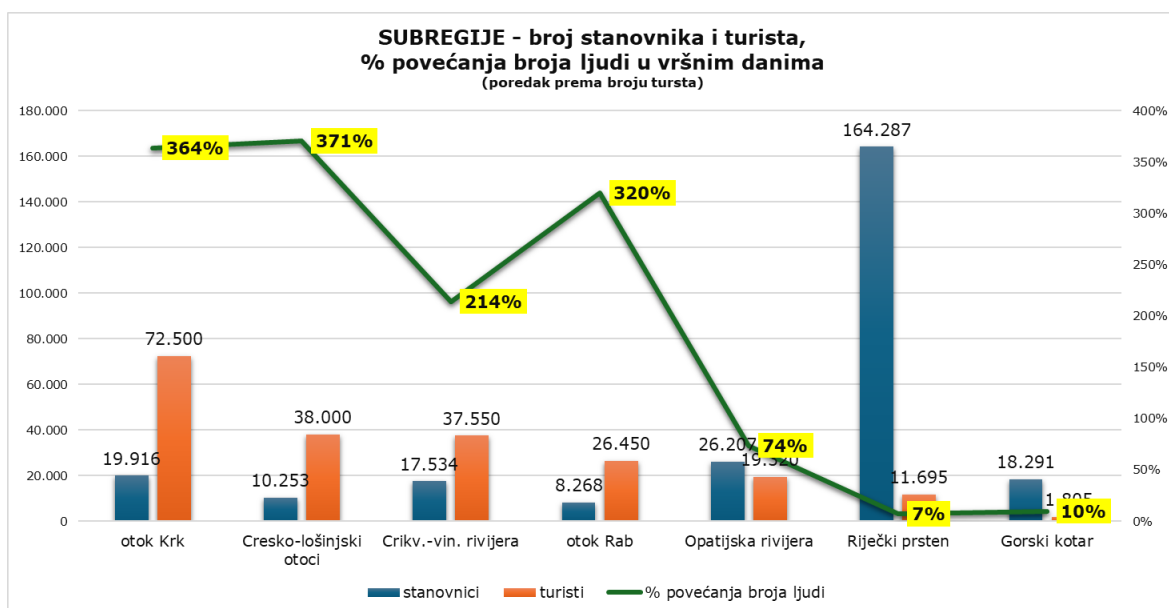
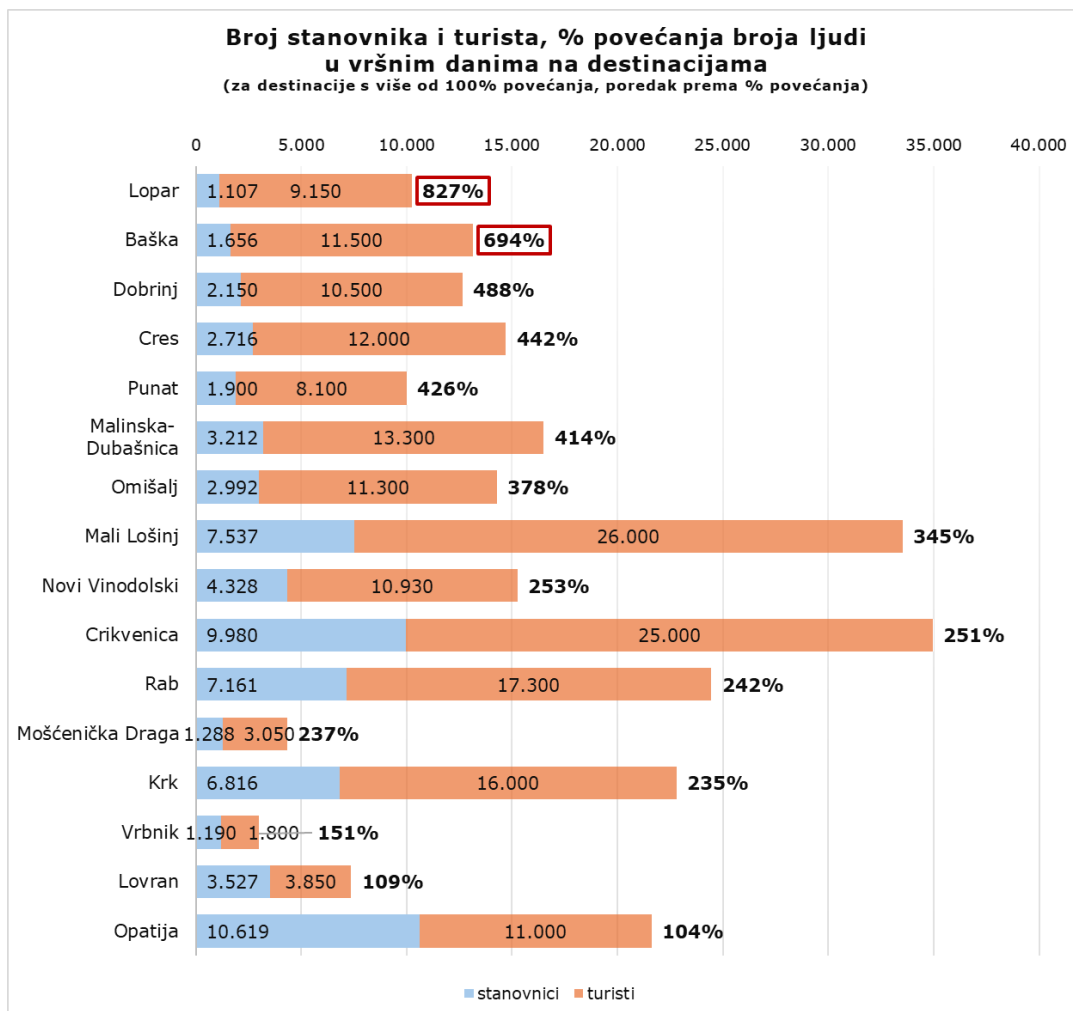
Idući graf prikazuje odnos omjera zaduženja za TP i broja noćenja. Kod obiteljskog smještaja i kampova odstupanja su mala, no kod hotela i nekomercijalnog smještaja su razlike veće. U slučaju hotela udjel zadužene turističke pristojbe je gotovo 50% veći od udjela u broju noćenja. Kod nekomercijalnog smještaja situacija je drugačija: za 14% ostvarenih noćenja zaduženo je tek 3% turističke pristojbe.



## Turisti i domicilno stanovništvo

Iduća 2 grafa prikazuju broj domaćih stanovnika i broj turista koji borave na destinaciji tijekom vršnih razdoblja. Ekstremni primjer su Lopar i Baška; destinacije na kojima se broj ljudi gotovo udeseterostruči.

Na razini subregija odstupanje je najizraženije na **otocima**: na svima se broj ljudi tijekom ljeta **poveća za više od 300%**.



## NAUTIKA

Turistički promet ostvaren na plovilima evidentira se zasebno te ti podaci nisu uključeni u dosad prikazani turistički promet. Noćenja ostvarena tijekom 2024. godine manja su za 4% u odnosu na 2023. godinu, a veća za 5% u odnosu na 2019. Po razdobljima, nautičari su najbolje rezultate ostvarili u posezoni: 4% više noćenja u odnosu na 2023. godinu i 25% više u odnosu na 2019.

	SIJEČANJ-PROSINAC						INDEKS			
	2024.		2023.		2019.		2024./23.		2024./19.	
	dol.	noć.	dol.	noć.	dol.	noć.	dol.	noć.	dol.	noć.
<b>PREDESEZONA</b> (I-VI)	9.593	51.573	9.775	58.039	9.478	51.685	98	89	101	<b>100</b>
domaći	680	3.174	657	3.293	751	3.062	104	96	91	104
strani	8.913	48.399	9.118	54.746	8.727	48.623	98	88	102	100
<b>GLAVNA SEZONA</b> (VII-VIII)	10.097	67.094	10.389	69.532	10.010	68.687	97	96	101	98
domaći	985	6.104	950	5.648	914	5.340	104	108	108	114
strani	9.112	60.990	9.439	63.884	9.096	63.347	97	95	100	96
<b>POSEZONA</b> (IX-XII)	6.058	44.465	6.638	42.951	5.016	35.616	91	<b>104</b>	121	<b>125</b>
domaći	285	1.539	378	1.732	419	2.038	75	89	68	76
strani	5.773	42.926	6.260	41.219	4.597	33.578	92	104	126	128
<b>UKUPNO</b>	<b>25.748</b>	<b>163.132</b>	<b>26.802</b>	<b>170.522</b>	<b>24.504</b>	<b>155.988</b>	<b>96</b>	<b>96</b>	<b>105</b>	<b>105</b>
domaći	1.950	10.817	1.985	10.673	2.084	10.440	98	101	94	104
strani	23.798	152.315	24.817	159.849	22.420	145.548	96	95	106	105

**TURISTIČKA  
ZAJEDNICA\***  
na čijem području  
se nalaze luke  
isplovljavanja

	2024.			IND. 24./23.	
	dolasci	noćenja	% noć.	dol.	noć.
<b>Punat</b>	<b>15.946</b>	<b>98.136</b>	<b>60%</b>	<b>103</b>	<b>103</b>
Rijeka	3.462	22.714	14%	75	73
Opatija	2.082	14.364	9%	117	120
Novi Vinodolski	1.992	13.103	8%	80	81
Mali Lošinj	847	5.497	3%	79	80
Krk	732	4.888	3%	93	92
<i>ostali</i>	<i>687</i>	<i>4.430</i>	<i>3%</i>	<i>128</i>	<i>128</i>
<b>UKUPNO</b>	<b>25.748</b>	<b>163.132</b>		<b>96</b>	<b>96</b>

\* za više od 3.000 noćenja  
izvor: eVisitor, mjesečni izvještaj

TOP TRŽIŠTA*	2024.			IND. 24./23.	
	dolasci	noćenja	% noć.	dol.	noć.
	<b>Njemačka</b>	<b>7.434</b>	<b>51.339</b>	<b>31%</b>	<b>90</b>
Austrija	6.336	36.780	23%	102	105
Hrvatska	1.950	10.817	7%	98	101
Italija	1.278	8.477	5%	92	97
Švicarska	1.178	8.377	5%	92	89
Češka	1.259	8.342	5%	93	91
Slovenija	1.625	7.639	5%	118	105
Ujedinjena Kraljev	611	4.223	3%	99	103
Australija	495	3.570	2%	181	189
Francuska	399	3.374	2%	93	95
Slovačka	515	3.098	2%	110	101
Poljska	441	3.043	2%	68	68
<i>ostali</i>	<i>2.227</i>	<i>14.053</i>	<i>9%</i>	<i>88</i>	<i>86</i>
<b>UKUPNO</b>	<b>25.748</b>	<b>163.132</b>		<b>96</b>	<b>96</b>

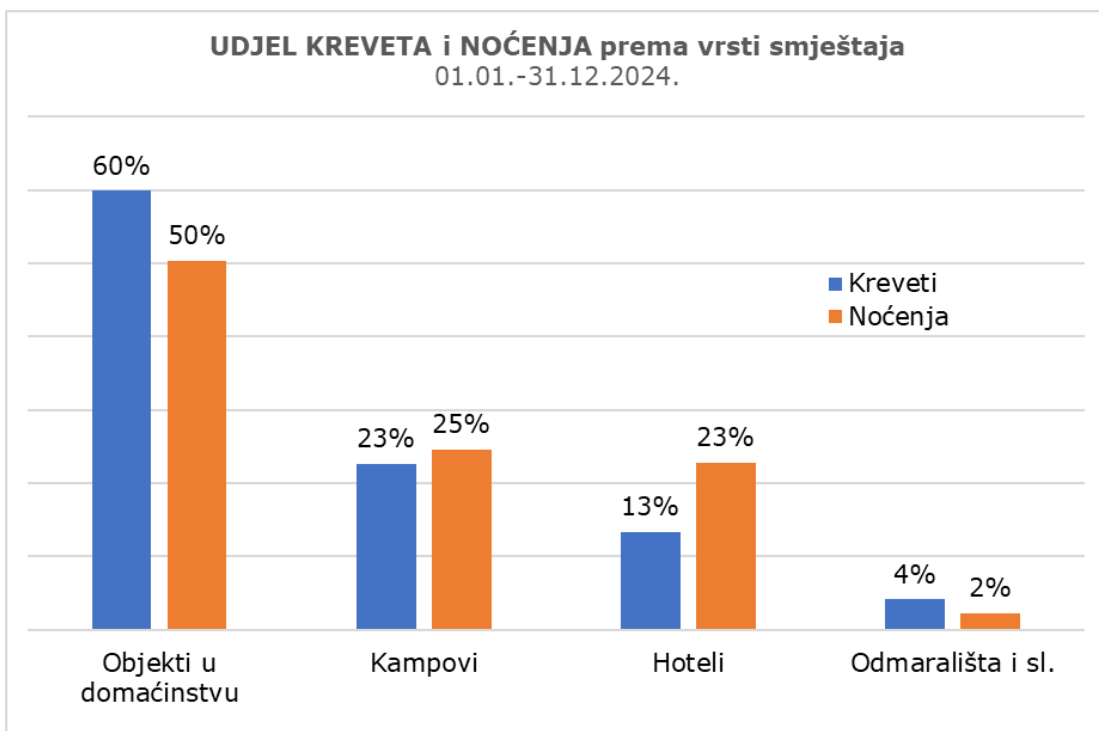
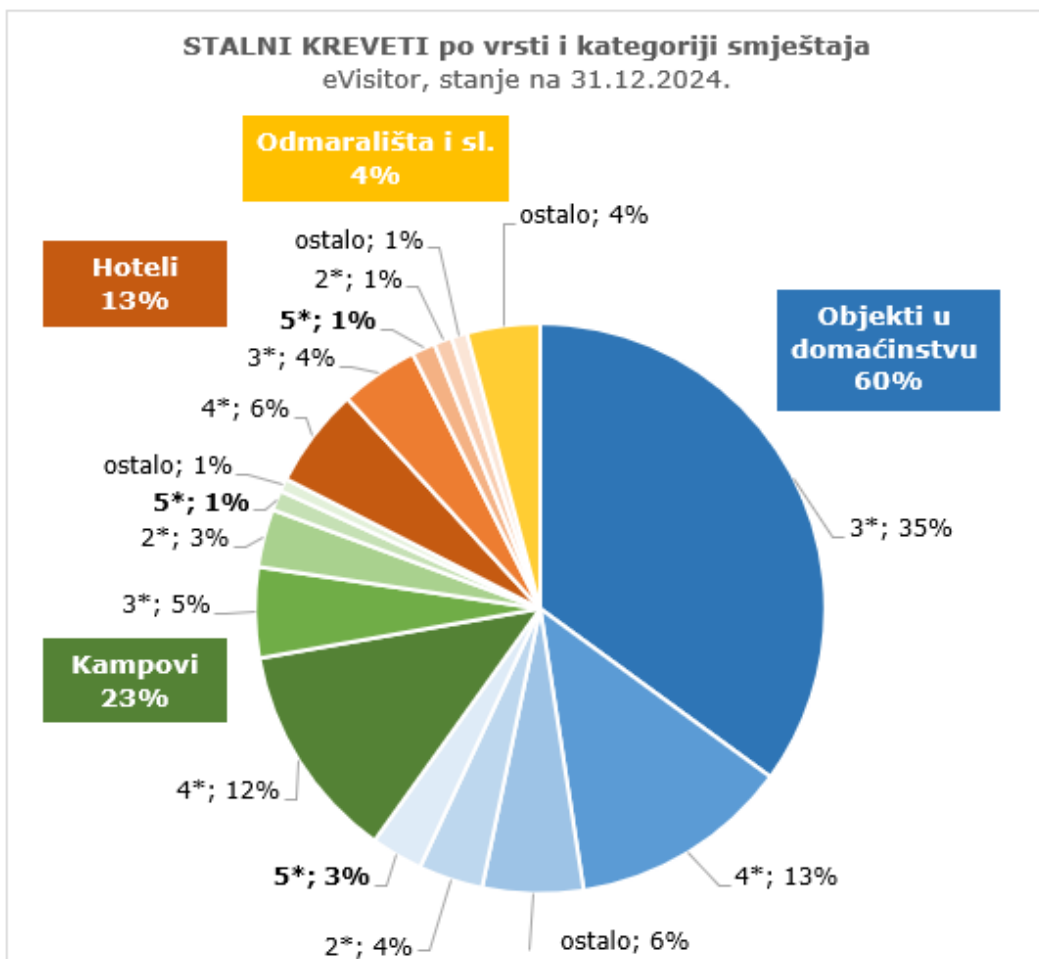
## KAPACITETI ZA SMJEŠTAJ TURISTA NA PODRUČJU PGŽ

Prema podacima iz eVisitora PGŽ na 31.12.2024. godine raspolaže s **203.766 stalnih kreveta u komercijalnom smještaju**. S dodatnih 178.372 kreveta u nekomercijalnom smještaju ukupan broj je 382.138 kreveta.

Od 2016. godine u dogodile su se sljedeće promjene u smještajnim kapacitetima prema vrstama smještaja:

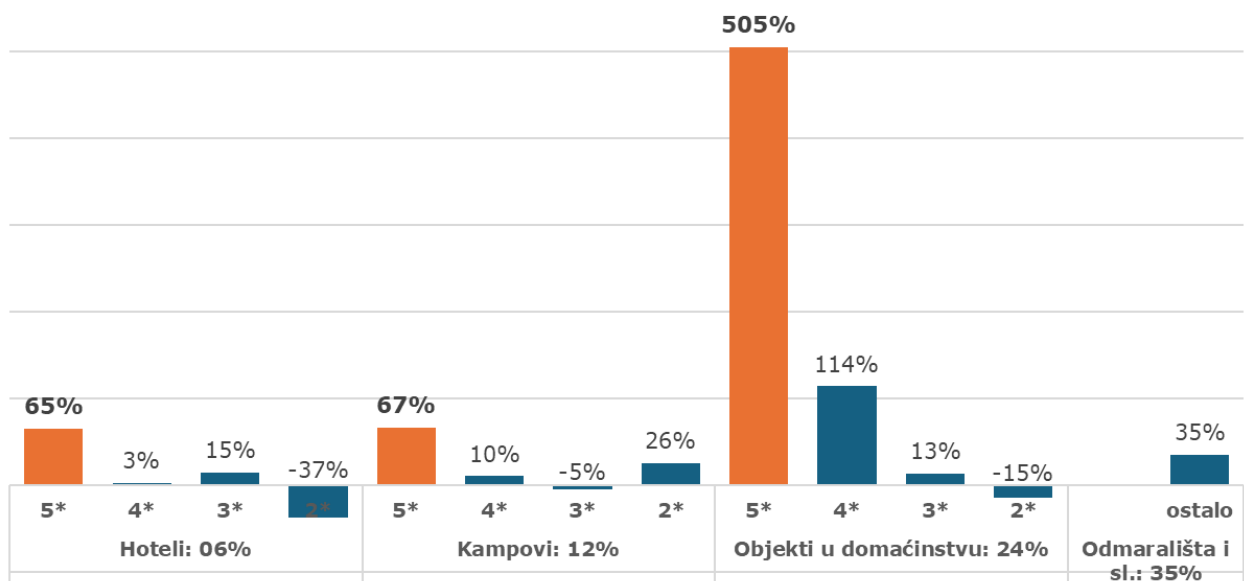
- **Objekti u domaćinstvu:** Kontinuirani porast smještajnih kapaciteta prekinut je tijekom pandemije kada ne samo da nisu otvarani novi kapaciteti nego je dio postojećih objavljen. Stagnacija je trajala 2020. i 2021., a od 2022. nastavio se rast. Trenutna situacija je gotovo 122.000 kreveta; 24% više u odnosu na 2016..
- **Hoteli:** najmanja promjena broja kreveta, otvoreno je nekoliko novih objekata (1.500 kreveta više)
- **Kampovi:** porast od 12% rezultat je povećanja kapaciteta nekih postojećih kampova te, od 2018., novootvorenog kampa Omišalj s 5\*
- **Odmarališta i sl.:** porast od 35% koji se gotovo u cijelosti odnosi na kapacitete u studentskim/đačkim naseljima (1.500 kreveta)

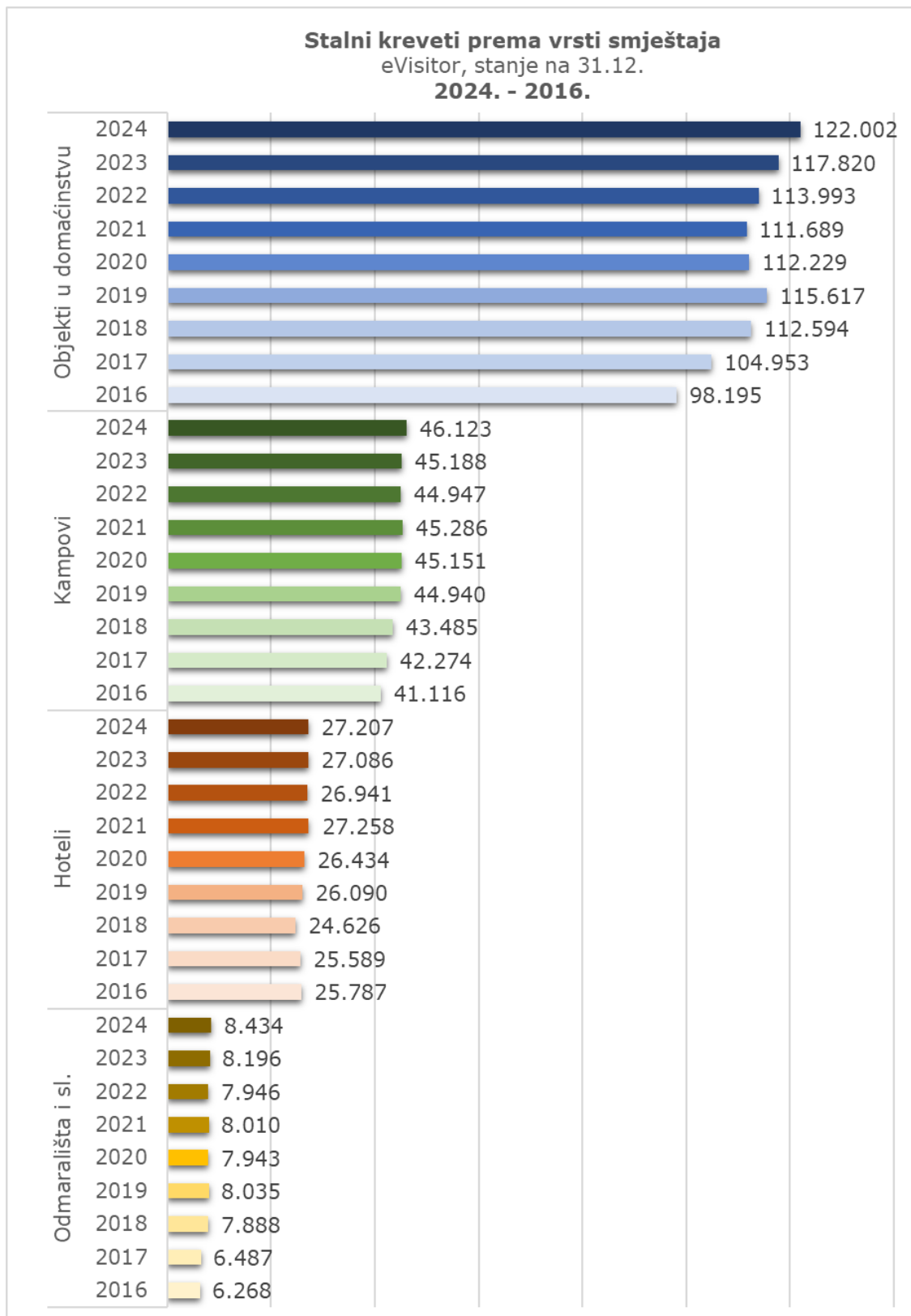
**Među svim vrstama smještaja najviše je rastao broj kreveta u 5\*;** kod hotela za 65%, kampova 67%, a objekata u domaćinstvu čak 505% u odnosu na 2016. godinu



Vrsta / kategorija	KREVETI			NOĆENJA		
	Broj kreveta	% u vrsti	% u komercijalnom smještaju	Broj	% u vrsti	% u komercijalnom smještaju
<b>Objekti u domaćinstvu</b>	122.002		<b>60%</b>	7.814.215		<b>50%</b>
3*	71.407	59%	35%	4.600.725	59%	30%
4*	25.504	21%	13%	1.718.916	22%	11%
ostalo	11.641	10%	6%	712.713	9%	5%
2*	7.456	6%	4%	428.404	5%	3%
5*	5.994	5%	3%	353.457	5%	2%
<b>Kampovi</b>	46.123		<b>23%</b>	3.821.774		<b>25%</b>
4*	25.150	55%	12%	2.325.087	61%	15%
3*	10.455	23%	5%	777.475	20%	5%
2*	6.703	15%	3%	334.409	9%	2%
5*	2.325	5%	1%	375.634	10%	2%
ostalo	1.490	3%	1%	9.169	0%	0%
<b>Hoteli</b>	27.207		<b>13%</b>	3.540.443		<b>23%</b>
4*	11.560	42%	6%	1.913.557	54%	12%
3*	9.031	33%	4%	1.086.272	31%	7%
5*	2.715	10%	1%	389.319	11%	3%
2*	2.081	8%	1%	28.457	1%	0%
ostalo	1.820	7%	1%	122.838	3%	1%
<b>Odmarališta i sl.</b>	8.434		<b>4%</b>	347.491		<b>2%</b>
ostalo	8.434	100%	4%	347.491	100%	2%
<b>SVEUKUPNO</b>	<b>203.766</b>			<b>15.523.923</b>		

**% porasta kapaciteta  
SMJEŠTAJ PREMA KATEGORIJI  
2024. / 2016.**





*Za sve navedene podatke, ako nije drugačije navedeno, izvor je EVistor (stanje na 28.02.2024.)*

# 1. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE

## 1.1. STRATEŠKI / OPERATIVNI / KOMUNIKACIJSKI / AKCIJSKI DOKUMENTI

### 1.1.1. PLAN RAZVOJA TURIZMA PGŽ DO 2030. GODINE (PROVEDBA I MONITORING)

U skladu sa zakonskom regulativom, u 2024. godini se pristupilo monitoringu Plana razvoja turizma PGŽ do 2030. godine, kako bi se pratila realizacija postavljenih ciljeva, a to su unapređivanje kvalitete i izvrsnosti, osnaživanje inovativnosti i održivosti, isticanje raznolikosti i posebnosti, provođenje zelene i digitalne tranzicije, te jačanje partnerstva i destinacijskog menadžmenta.

#### Ostvareni cilj aktivnosti:

Metodološkim praćenjem provedbe Plana razvoja turizma PGŽ do 2030. godine, analizirani su pokazatelji uspješnosti za aktivnosti za koje je bila zadužena TZ PGŽ u 2024. godini, a u skladu s postavljenim ciljevima i mjerama.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri</b>	TZ PGŽ i PGŽ
<b>Realizacija aktivnosti</b>	5.000,00 €

### 1.1.2. AKCIJSKI PLAN RAZVOJA TURIZMA PGŽ DO 2027. GODINE

Akcijski plan razvoja turizma PGŽ do 2027. godine, usvojen je koncem 2023. godine i obuhvaća razradu aktivnosti za realizaciju mjera po posebnim ciljevima razvoja turizma Primorsko-goranske županije, identificira moguće rizike i prepreke u njegovoj provedbi i dinamiku praćenja i izvješćivanja. Akcijski plan definira aktivnosti za realizaciju mjera koje su usvojene s težnjom dostizanja posebnih ciljeva razvoja turizma Primorsko – goranske županije definiranih Planom razvoja turizma. Akcijskim planom operacionalizira se provedba utvrđenih mjera, a po pojedinoj aktivnosti utvrđuje se njena svrha, pokazatelj(i) rezultata, nositelj aktivnosti i suradnici u provedbi, te izvor financiranja. Aktivnosti iz Akcijskog plana su implementirane u Godišnji program rada TZ PGŽ za 2024. godinu, te je izvršen monitoring aktivnosti za koje je bila zadužena TZ PGŽ, zajedno sa sustavom lokalnih turističkih zajednica.

### **Ostvareni cilj aktivnosti:**

Sustavno praćenje odrađenih aktivnosti za koje je bila zadužena TZ PGŽ, zajedno sa sustavom lokalnih turističkih zajednica zacrtane Akcijskim planom razvoja turizma PGŽ do 2027., za 2024. godinu.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri</b>	TZ PGŽ i PGŽ
<b>Realizacija aktivnosti</b>	5.000,00 €

### **1.1.3. AKCIJSKI / OPERATIVNI PLAN RAZVOJA GASTRONOMIJE**

#### **Opis aktivnosti:**

Akcijski plan razvoja gastronomije Primorsko-goranske županije usvojen je 2023. godine za razdoblje do 2027. godine, te daje pregled ključnih trendova na tržištu koji se vezuju za ovaj oblik turizma, značaj oznaka kvalitete i kratkih lanaca opskrbe, analizu stanja gastronomije PGŽ-a, pregled razvojnih potencijala, i druge smjernice. Terminski plan daje prijedlog u kojem je moguće ostvariti mjerljiv i zamjetan napredak. Definirane su provedbene aktivnosti realizacije strateških ciljeva, vizije i razvojnih projekata na domaćem i internacionalnom tržištu. Tradicija kvalitete i raznolikost gastronomске ponude, gastronomsko nasljeđe i raznovrsnost namirnica, specifičnost i raznolikost prostora PGŽ-a koji objedinjuje primorje, otoke i gorje snaga su na kojoj se temelje definirani ciljevi razvoja gastronomije na području PGŽ-a. Dodatno, Akcijskim planom definirano je osamnaest aktivnosti u funkciji realizacije ciljeva, pri čemu su definirani glavni nositelji aktivnosti, pokazatelji praćenja provedbe i termini očekivane realizacije istih. Implementacija Akcijskog plana, suradnja i sinergijsko djelovanje svih dionika u lancu vrijednost eno-gastronomije doprinosi rastu prepoznatljivosti PGŽ-a kao turističke destinacije i boljem pozicioniranju na domaćem i međunarodnom turističkom tržištu. Pristup i promišljanje razvoja eno-gastronomije na području cijele PGŽ nije fokusirano isključivo na turiste i unaprjeđenje turističke ponude. Primijenjeni razvojni koncept imao je za cilj integriranje gastronomskog nasljeđa u sve segmente lokalne zajednice i dio baštine PGŽ-a. Kroz primjenu tj. praćenje smjernica iz Akcijskog plana intenzivirale su se aktivnosti na njegovoj provedbi koje tijekom

2024. godine posebno kulminiraju dinamičnim priprema za realizaciju projekta „Kvarner – Europska regija gastronomije 2026“.

Tijekom 2024. godine izvršen je monitoring provedbe akcijskog plana i praćenje aktivnosti.

**Ostvareni cilj aktivnosti:**

Sustavno praćenje odrađenih aktivnosti za koje je bila zadužena TZ PGŽ, zacrtane Akcijskim planom razvoja gastronomije PGŽ do 2027., za 2024. godinu. Implementacija Akcijskog plana, suradnja i sinergijsko djelovanje svih dionika u lancu vrijednost eno-gastronomije doprinijelo je rastu prepoznatljivosti PGŽ-a kao turističke destinacije i boljem pozicioniranju na domaćem i međunarodnom turističkom tržištu.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri</b>	TZ PGŽ i PGŽ
<b>Realizacija aktivnosti</b>	2.937,50 €

## 1.2. ISTRAŽIVANJE I ANALIZA TRŽIŠTA

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

U 2023. godini se pristupilo izradi metodologije prikupljanja stavova lokalnog stanovništva i turističkih dionika o razvoju turizma PGŽ, što je bio temelj provođenja istraživanja tijekom 2024. godine, a u skladu s Akcijskim planom razvoja turizma PGŽ do 2027. godine. Prikupljeni su stavovi lokalnog stanovništva i turističkih dionika o razvoju turizma PGŽ, što predstavlja preduvjet za provođenje istraživanja i uspostavu sustava praćenja Plana.

**Ostvareni cilj aktivnosti:**

Stavovi i promišljanja ključnih dionika nužna su komponenta za turistički razvoj Primorsko-goranske županije, a to su stavovi turističkih dionika i lokalnog stanovništva. Stavovi su prikupljeni kroz odrađena istraživanja.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri</b>	TZ PGŽ u suradnji s lokalnim turističkim zajednicama, FMTU i dr.
<b>Realizacija aktivnosti</b>	18.750,00 €

### **1.3. MJERENJE UČINKOVITOSTI PROMOTIVNIH AKTIVNOSTI**

Aktivnost je odrađena i sastavni je dio provedenih aktivnosti promocije, ali njena provedba financijski tereti druge stavke.

## 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 2024. 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 portalima, društvenim mrežama i kroz aplikaciju Visit Kvarner, tiskani materijal, PR članke, oglašavanje, studentska putovanja, prezentacije, sajmove, organizaciju i su-organizaciju tematskih manifestacija.

---

#### 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 PGŽ u suradnji s lokalnim turističkim zajednicama s područja Kvarnera i Primorsko-goranskom županijom. Projekt uključuje preko 500-tinjak 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 pješače ili planinare.

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

---

### **2.2.1.1. Daljnji razvoj projekta / animacija terena**

Opis aktivnosti:

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

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

TZ PGŽ 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 PGŽ 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.

Kroz turistički kontekst Pet friendly vodiča „Šapicama po Primorsko-goranskoj županiji“, koji je napravljen u suradnji s Primorsko-goranskom županijom ukazuje se na što veću potražnju sadržaja i lokacija na kojima gosti mogu boraviti sa svojim ljubimcima. 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 s 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.

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

TZ PGŽ 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 pješaće 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 PGŽ je izradila informatički program koji na jednom mjestu objedinjava prikupljene podatke o Kvarner Family iznajmljivačima, podatke o njihovom turističkom prometu i ostale informacije dostupne kroz informacijski sustav eVisitor. Razrađena je struktura programa, napravljeni su algoritmi za analizu podataka, obrasci za ručni i automatski unos podataka te obrasci za izvještavanje. 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 PGŽ je u 2024. godini nastavila s brendiranjem obiteljskog smještaja koji čini 43% ukupnih noćenja, odnosno 50% noćenja u komercijalnom smještaju. Na Kvarneru je čak 60% komercijalnih smještajnih kapaciteta u obiteljskom smještaju i upravo zbog toga kroz projekt Kvarner Family, kojim TZ PGŽ brendira obiteljski smještaj, te uz pomoć PGŽ-a i kreditnog programa Kvarner Family, koji se provodio tijekom nekoliko prethodnih godina, a gdje se subvencionirala kamatna stopa iznajmljivačima, doprinijelo je tome da se podigne razina kvalitete u obiteljskom smještaju. Kroz par godina

provođenja, mjera je vidno doprinijela rezultatima, pa se tako broj privatnih objekata s 5 zvjezdica višestruko povećao. Objekti u domaćinstvu u 2024. godini su ostvarili gotovo 8 milijuna noćenja što je za 1% više od 2019. godine, dok je smještaj s 5\* ostvario 8% više noćenja nego 2023. godine.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri</b>	TZ PGŽ
<b>Realizacija aktivnosti</b>	4.592,25 €

### 2.2.1.2. Edukacije iznajmljivača i agenata

#### Opis aktivnosti:

TZ PGŽ je u 2024. godini održala niz edukacija za sve uključene u projekt i to kroz sljedeće aktivnosti:

#### Ciklus edukativnih studijskih izleta za domaćine i agente

TZ PGŽ je tijekom 2024. godine održala edukacijske, studijske izlete sa ciljem da iznajmljivači što bolje upoznaju Županiju – od zaštićene i očuvane prirode, outdoor aktivnosti, pa do bogate kulturne baštine i odlične gastronomije, te da imaju iskustvo koje mogu prenijeti svojim gostima i uputiti ih na te lokacije. Sveukupno je sudjelovalo oko 200 iznajmljivača uz predstavnike turističkih agencija s područja PGŽ te predstavnika medija.

#### Održani edukativni studijski izleti

- 27.10. i 10.11.2024. - KRK - iznajmljivači su posjetili lokalni OPG, predstavljena je proizvodnja tradicionalnog krčkog sira, kušali su domaće maslinovo ulje, uslijedio je posjet Jurandvoru i crkvi sv. Lucije iz koje potječe Bašćanska ploča, odradio se i posjet Vrbniku, uz šetnju i obilazak stare gradske jezgre te degustaciju vrbničke žlahtine.
- 20.10. i 24.11.2024. – GORSKI KOTAR - iznajmljivači su imali priliku otkriti ljepote Lokvarke, najdublje uređene špilje u Hrvatskoj, slijedio je posjet Popovićevom mlinu u Delnicama, degustacija domaćih sireva uz koju se saznalo više o proizvodnji mlijeka i sira u Gorskom kotaru, u Vrbovskom se posjetila "Kuća Mance", a u turističko-informativnom centru, iznajmljivači su se susreli s lokalnim proizvođačem Lynx Craft Destilery i kušali njihove vrhunske proizvode.

### **Ostvareni cilj aktivnosti:**

Obzirom na važnost edukacije svih dionika u turizmu kako bismo održali korak s novim tržišnim trendovima i zahtjevima modernog gosta te sukladno strateškim dokumentima, TZ PGŽ je tijekom 2024. godine održala ciklus besplatnih studijskih izleta kako bi iznajmljivači što bolje upoznali Županiju – od zaštićene i očuvane prirode, outdoor aktivnosti pa do bogate kulturne baštine i odlične gastronomije. Sveukupno je sudjelovalo oko 200 iznajmljivača uz predstavnike turističkih agencija s područja PGŽ te predstavnike medija. Cilj navedenih izleta je prezentacija i upoznavanje prirodnih ljepota i kulturnih znamenitosti županije, kao i lokalnih proizvoda te specijaliteta OPG-ova. Organizirani izleti dali su iznajmljivačima odgovor na pitanje „što preporučiti svojim gostima da ne propuste posjetiti na Kvarneru“. S obzirom da je interes iznajmljivača za studijske izlete bio iznimno velik, organizacija istih će se nastaviti i u 2025. godini.

### **Ciklus online edukacija za domaćine i agente**

TZ PGŽ je tijekom 2024. godine održala ciklus edukacija za iznajmljivače, odnosno tečaj engleskog jezika koji je organiziran online putem, a održavao se dva puta tjedno u popodnevnim satima. Kroz ukupno 25 školskih sati, naglasak je bio na stručnoj terminologiji potrebnoj za svakodnevnu komunikaciju s gostima. Nakon uspješno odrađenog tečaja, svi polaznici dobit će potvrdu Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu o završenom tečaju engleskog jezika.

### **Ostvareni cilj aktivnosti:**

TZ PGŽ je održala niz edukacija namijenjenih iznajmljivačima i agentima na kojima su prisustvovali iznajmljivači, agenti i predstavnici medija. 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 te im pružiti adekvatnu pripremu i informacije za nadolazeću turističku godinu.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri</b>	TZ PGŽ
<b>Realizacija aktivnosti</b>	16.608,25 €

### **2.2.1.3. Marketing projekta (promocijski alati, provedba kampanje...)**

#### **Opis aktivnosti:**

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

### **Promocijski alati i oglašavanje**

- oglašavanje se provodilo u okviru godišnjeg media plana TZ PGŽ
- prihvatao novinara, profesionalnih putnika i influencera i organizacija boravka u objektima s oznakom kvalitete Kvarner Family
- TZ PGŽ 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).
- Kvarner Family mapa - mape su zajedno s Kvarner Family razglednicama i ostalim promotivnim brošurama u izdanju TZ PGŽ 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.

### **Aktivnosti na društvenoj mreži Facebook: fan stranica Kvarner Family i grupa Pet Friendly**

- promocija postavljenih objava i ciljanih oglasa - bilježi se povećanje doseg i FB pratitelja, starosna dob pratitelja: 35-44 godine, 55% žene pratitelji, Top države iz koji dolaze pratitelji: Italija, Hrvatska, Slovenija, Austrija; 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,

- 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 vrši se 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,
- 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 2024. godini digitalna aktivnost bila je od velike 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 iz Italije, Hrvatske, Slovenije, Austrije. TZ PGŽ tijekom 2024. godine nastavila je promovirati i nadograđivati projekt. Cilj je bio dodatno promovirati turistički brend Kvarner Family te doprinijeti još većoj vidljivosti i dostupnosti. Promocija je i ove godine bila važna, 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: u 2024. godini 43% noćenja ostvareno je u obiteljskom smještaju, tj. gotovo 8 milijuna noćenja što je za 1% više od 2019. godine.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri</b>	TZ PGŽ
<b>Realizacija aktivnosti</b>	4.390,00 €

### **2.2.2. KVARNER GOURMET I KVARNER FOOD – RAZVOJ I BRENDIRANJE GASTRONOMIJE**

Svjetska turistička organizacija (UNWTO) definira gastronomski turizam kao vrstu turističke aktivnosti koju karakterizira iskustvo posjetitelja povezano s hranom i srodnim proizvodima i aktivnostima tijekom putovanja koje su bazirane na kulturi i nasljeđu. Hrana pritom stvara nezaboravna iskustva budući su uključena sva osjetila i pobuđuje kognitivne, emocionalne i fizičke uspomene. Hrana i piće postaju važan segment turizma, a ne samo popratna pojava turističkog boravka, te stoga TZ PGŽ kontinuirano radi na razvoju i brendiranju gastronomije na Kvarneru.

- Recentna istraživanja UNWTO-a pokazala su na razini svjetskih putovanja, da upravo segment eno-gastronomije raste između 7 – 12 % godišnje, ali trendovi pokazuju vrlo važnu promjenu koju donosi kulinarski turizam, a to je da raste među mlađom populacijom, što se pripisuje rastu popularnosti kao rezultat utjecaja novih tehnologija, društvenih mreža, a i promjenama načina života. O tome govori i činjenica da čak 70% turista izdvaja tj. troši više na eno-gastronomiska iskustva za vrijeme putovanja, nego što bi to činili kod kuće. Naime, ključni pokretači trendova u gastronomiji tijekom 2024. godine bili su društveni mediji čiji je utjecaj sve značajniji (odabir destinacije značajno je pod utjecajem iskustava koja se dijele na društvenim mrežama), zatim nasljeđe pandemije i ekonomska kriza koji su promijenili životni stil, ponašanje i potrošnju izvan kuće, ali i briga za zdravlje, dobrobit i kvalitetu života.

Gastronomija je jedan od najjačih turističkih proizvoda županije, a brend Kvarner Gourmet i Food jedan od najprepoznatljivijih, te je TZ PGŽ u 2024. godini nastavila s promicanjem i razvojem brenda kvarnerske kuhinje, kao komparativne prednosti ovoga kraja i motiva dolaska gostiju tijekom cijele godine. TZ PGŽ zalaže se i podržava lokalnu proizvodnju namirnica i ribarstvo, upotrebu lokalnih namirnica koje garantiraju izvornost, autohtonost, originalnost i doživljaj u kvarnerskoj kuhinji.

Razvojni koncept podrazumijeva promišljanje eno-gastronomije izvan okvira isključivo turističke ponude i fokusiranosti na turiste. Ovaj koncept integrira gastronomsko nasljeđe u sve segmente lokalne zajednice, sagledava je kao obilježje života lokalnog stanovništva i dio baštine PGŽ-a s jedne strane te kao značajan element turističke ponude s druge.

U provođenju aktivnosti TZ PGŽ surađivala je i surađuje sa sustavom turističkih zajednica, MINTS-om, IGCAT-om, gospodarskim / ugostiteljskim subjektima i drugim strukovnim i marketinškim partnerima.

Godinu 2024.-tu svakako su obilježile aktivnosti koje su snažno označile iskorak na međunarodno tržište u marketinškom smislu, ali i smjer baštinskog pristupa gastronomskim identitetima kuhinja Kvarnera, vođen idejom održivosti:

- Pristupanje međunarodnoj poslovnoj platformi „World/European Region of Gastronomy“ i osvajanje titule „Kvarner – Europska regija gastronomije 2026“
- Rad na širenju mreže dionika – partnera uključenih projekt i osnivanje grupe ambasadora projekta i brenda „Kvarner-European Region of Gastronomy“
- Dovođeno izdanje baštinske brošure „Vodič po okusima od mora do gora“
- Objavljen Manifest kvarnerske gastronomije
- Regija Kvarner proglašena najboljom održivom destinacijom vinskog turizma u Europi od strane Kulturne rute Vijeća Europe „Iter Vitis“ i kontinuirano brendiranje vinskog turizma i brenda Kvarner Wines
- Održan je niz radionica i edukacija na temu značaja autohtonosti i kvalitete eno-gastronomije u cilju podizanja razine kompetencija u eno-gastronomiji
- Djelovanje Radne skupine pri TZ Kvarnera za daljnji razvoj projekta
- Kontinuirana promocija i provedba aktivnosti realizacije strateških ciljeva, sukladno Akcijskom planu razvoja gastronomije PGŽ

### 2.2.2.1. Daljnji razvoj projekta

#### Opis aktivnosti:

Sukladno Akcijskom planu razvoja gastronomije PGŽ, odnosno terminskom planu provedbe, tijekom 2024. godine (uključivo nastavak iz 2023. godine) u suradnji s definiranim nositeljima provedbe (definirani u Akcijskom planu) u čijoj je nadležnosti dio aktivnosti, provedene su planirane aktivnosti, a mogu se opisati kroz nekoliko ključnih pravaca: opće aktivnosti na razvoju eno-gastronomije Kvarnera, aktivnosti podizanja razine kvalitete i kompetencija u eno-gastronomiji, aktivnosti daljnjeg razvoja i promocije postojećih brendova, pozicioniranje Kvarnera kao destinacije eno-gastronomije na međunarodnom tržištu.

U ovom izvještaju navode se najvažnije aktivnosti i projekti:

→ Akcijski plan razvoja gastronomije PGŽ do 2027.

Kao preduvjet i podloga za sve aktivnosti 2024. godine, bilo je donošenje strateškog dokumenta - Akcijskog plana razvoja gastronomije PGŽ do 2027. godine, što je nakon participativnog sudjelovanja dionika učinjeno u 2023. godini, a u 2024. godini je to bio temelj za provođenje aktivnosti na domaćem i međunarodnom tržištu.

→ Aktivnosti podizanja razine kvalitete i kompetencija u eno-gastronomiji

U cilju podizanja kvalitete, kako proizvoda, tako i doživljaja u eno-gastronomiji i ugostiteljstvu, odnosno uslugama, jedna od glavnih zadaća bila je tematska edukacija dionika u području eno-gastronomije. To je uključivalo edukacije u sommelierstvu, u kuharstvu, u ugostiteljstvu i drugim vještinama vezanim uz podizanje kvalitete usluge, kroz cikluse predavanja, okruglih i tematskih stolova, terenskih obilazaka proizvođača i radionica, gostovanja u drugim destinacijama i objektima, razmjenu iskustava s primjerima dobre prakse, itd.

→ Pozicioniranje Kvarnera kao destinacije eno-gastronomije na međunarodnom tržištu

#### Projekt i brend „Kvarner – Europska regija gastronomije“

Iskorak Kvarnera na međunarodno tržište dio je smjernica koje proizlaze iz strateških dokumenata, kako nacionalnih, tako i regionalnih, tj. Plana razvoja turizma Primorsko-goranske županije, a posebice i Akcijskog plana razvoja gastronomije Primorsko-goranske županije.

Proces pristupanja platformi, kandidiranje i dinamika projekta trajali su od 2019. godine, pa do proglašenja titule u lipnju 2024.godine, uz napomenu da je još sredinom 2023. dobivanjem službenog statusa kandidata, Kvarner počeo ubirati marketinške benefite titule.

Naime, Europska regija gastronomije je istovremeno međunarodna titula, ali i globalna poslovna te komunikacijska platforma ustanovljena

od strane Međunarodnog Instituta za gastronomiju, kulturu, umjetnost i turizam (IGCAT). Do danas je titulu europske regije gastronomije ponijelo 20 regija iz 15 zemalja, a cilj platforme je holističko, sustavno, plansko i strateško povezivanje gastronomije, turizma i kulture, te razmjena znanja i koordinacija projekata između poljoprivrednog, obrazovnog, turističkog te institucionalnog sektora. Time se izravno potiče regionalni razvoj, ojačava lokalna zajednica i gradi prepoznatljivost regija koje su pristupile platformi.

Ovu prestižnu međunarodnu titulu dodjeljuje institut IGCAT (Institute for Gastronomy, Culture, Arts and Tourism) koji surađuje s UNWTO-om i UNESCO-om. Titulu svake godine nose po dvije različite europske regije, i to one koje se ističu svojom jedinstvenom gastronomskom tradicijom i predanošću održivim praksama u poljoprivredi, zatim edukaciji, zaštiti i promociji lokalne hrane i kulture, ali i poticanju međusektorskog povezivanja turizma.

Temelj i smjernice za sve aktivnosti koje provodi TZ Kvarnera je Akcijski plan razvoja gastronomije PGŽ-a. Upravo je IGCAT prepoznao sustavan rad turističke zajednice Kvarnera na brendiranju regionalne i lokalne eno-gastronomije i kulture stola kroz razvoj regionalnih oznaka kvalitete i projekte Kvarner Gourmet, Kvarner Food i Kvarner Wines. Zahvaljujući dugogodišnjim i kontinuiranim aktivnostima na području promocije eno-gastronomije, od prezentacija kvarnerske kuhinje nacionalno i globalno, promocije ponude kvarnerskih restorana, do edukacije i povezivanja proizvođača autohtonih namirnica i vina, te kuhara, sommeliera i restoranskog osoblja, uspostavljena su čvrsta strateška partnerstva između TZ Kvarnera i regionalnih dionika – Primorsko-goranske županije, Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu te udruženja vinara Vina Kvarnera.

### Kandidatura

Nakon što je u 2023. Kvarner postao kandidat za titulu, koncem 2023. godine predana je kandidacijska knjiga i time službeno istaknuta kandidatura Kvarnera za europsku regiju gastronomije pod nazivom i motom "Food & heritage for the future - diversity is beautiful", u kojoj je fokus bio na:

- Očuvanje lokalne gastronomije, namirnica te gastronomskih običaja svih 8 kvarnerskih subregija
- Jačanje identiteta i prepoznatljivosti kvarnerskih destinacija kroz gastronomiju koju čine tri kuhinje: primorska, otočna i goranska
- Obrazovanje i edukaciju o zdravoj i lokalnoj gastronomiji
- Jačanje održivog turizma kroz lokalnu gastronomiju i well-being

- Povezivanje gradskih i ruralnih sredina kroz evente i projekte

#### Dolazak stručnog povjerenstva – 13. – 17. svibnja 2024.

Temeljem kandidature stručno povjerenstvo posjetilo je Kvarner radi evaluacije kandidature i stanja na „terenu“.

Kroz obilazak regije koji je trajao 5 dana, stručno povjerenstvo instituta IGCAT (Institute for Gastronomy, Culture, Arts and Tourism) čiji su članovi bili iz Finske, Norveške, UK-a, Slovenije i Španjolske obišlo je Kvarner i procijenilo spremnost regije za titulu Europske regije gastronomije u 2026. godini.

Program posjeta kreiran je i realiziran u suradnji s lokalnim turističkim zajednicama, PGŽ-om, Fakultetom za turizmu i ugostiteljstvu, udrugom Vina Kvarnera, Obrtničkom komorom PGŽ-a, malim proizvođačima, restoranima, hotelima, ali i mnogim drugima. Cilj je bio pokazati stručnom povjerenstvu ono najbolje što Kvarner nudi u gastronomskom smislu, kao i našu viziju i način upravljanja razvojem gastronomije.

Povjerenstvo, na čelu s predsjednicom instituta Diane Dodd, bilo je sastavljeno od sedam međunarodnih stručnjaka, redom iz europskih regija koje su bile nositelji titule, ali i onih koje su trenutni ili budući nositelji titule. Povjerenstvo je upoznato sa svim kvarnerskim subregijama te je posjetilo Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, obišlo brojne točke interesa diljem Kvarnera, susrelo se s predstavnicima turističkih zajednica te partnerima iz sektora poljoprivrede, edukacije, ugostiteljstva i hotelijerstva, malog poduzetništva te civilnog društva, obišlo lokalne proizvođače i uzgajivače, obiteljska poljoprivredna gospodarstva, maslinike, vinarije, lokalne tržnice, restorane i mnoge druge kvarnerske atrakcije. Posjet je bio i prilika za susret s lokalnim proizvođačima hrane, chefovima, ambasadorima projekta “Kvarner - Europska regija gastronomije” i ambasadorima brenda Kvarner Wines-a te ostalim dionicima u gastronomiji Kvarnera, s ciljem da iz prve ruke čuju njihova iskustva i postignuća.

#### Proglašenje titule - Press konferencija – 17. svibnja 2024.

Po završetku evaluacije stručnog povjerenstva održana je press konferencija u hotelu Navis u Opatiji, te je stručno povjerenstvo instituta IGCAT nakon obilaska regije, dalo službeni preporuku, što je označilo proglašenje Kvarnera Europskom regijom gastronomije za 2026. godinu, pri čemu je ubrzo stigla konačna potvrda Vijeća instituta IGCAT. Press konferencija bila je popraćena gastro prezentacijom “Kvarnerski doručak s lokalnim namirnicama”, čime je bila obilježena ova važna vijest.

Pristupanjem međunarodnoj platformi IGCAT-a, te osvajanjem titule Europske regije gastronomije 2026, Kvarner se pridružio obitelji 20 europskih regija gastronomije koje grade svoju prepoznatljivost i

vidljivost na međunarodnom tržištu. Prilika je to za među-sektorsku suradnju unutar regije kroz povezivanje institucija, obrazovnog sektora, poduzetništva i lokalne zajednice te međunarodnu suradnju s drugim regijama, na područjima održivosti, turizma, edukacije, zdrave prehrane.

#### Dodjela titule „Kvarner - Europska regija gastronomije 2026“- Award Ceremony – 12. prosinca 2024.

U prigodi obilježavanja 30-te godišnjice djelovanja TZ Kvarnera i održavanja najvažnije godišnje svečanosti – Kvarnerskog dana turizma, vrhunac svečanosti bila je službena dodjela titule „Kvarner - Europska regija gastronomije 2026“, koju je direktorici TZ Kvarnera, Ireni Peršić Živadinov, uručio Jaime Gomila, član uprave IGCAT-a (International Institute of Gastronomy, Culture, Arts and Tourism). U svom obraćanju naglasio je iznimne ljepote regije, raznolikost, disciplinu i predani rad koji su Kvarneru osigurali ovu prestižnu titulu. Vrijedna titula potvrda je rada, autentičnosti i kvalitete, sljublivanja tradicije i inovacije, a zasigurno će dodatno učvrstiti poziciju Kvarnera na europskoj turističkoj sceni. Naglašeno je da ova titula otvara nove mogućnosti za Kvarner, kako u smislu promocije eno-gastronomije, tako i u stvaranju novih turističkih iskustava za sve posjetitelje. Ceremonija dodjele održana je u Rijeci, u Exportdrvu, a simbolično je odjeknula kroz tradicionalno „razbijanje“ sabljom 80 cm visokog lošinjskog krokanta u zalag za uspješnost projekta. Potom je otvorena degustacijska gastro-šetnja inspirirana novom brošurom „Vodič po okusima od mora do gora“, koju je pripremalo više od 20 kuhara, a posluživanju pomoglo dvadeset učenika srednje Ugostiteljske škole Opatija, dok se za vinski dio pobrinulo udruženje vinara „Kvarner Wines“ i drugi proizvođači, a poslužilo je 10 renomiranih sommeliera s Kvarnera.

#### Sudjelovanje Kvarnera na platformi kroz aktivnosti u organizaciji IGCATa

Suradnja s IGCAT-om odnosi se na:

- pravo na primjenu brenda odnosno logotipa ERG
- pravo na sudjelovanje u drugim projektima i mogućnostima za promociju destinacije, za povećanje međunarodne vidljivosti, i to kako u natjecateljskom dijelu sa svojim kandidatima, tako i kao potencijalni domaćin internacionalnih natjecanja, i to kroz projekte:
  - European Young Chef Award (m/ž, starosti 18 – 26 godina)
  - European Food Gift Challenge
  - Food Film Menu Competition

- Top Websites for Foodie Travellers
- drugi projekti u organizaciji IGCAT koji su u pripremi (IGCAT Academy, Certification of Food Networks, European Young Maitre d'hotel,
- obavezu sudjelovanja na sastancima platforme
- mogućnost da stručnjaci s Kvarnera sudjeluju u projektima kao članovi žirija u natjecanjima i drugim projektima
- sudjelovanje u Advisory Board IGCAT-a – predstavnik TZ Kvarnera član je Boarda od 2021. godine

U 2024. godine realizirano je sudjelovanje na 2 obavezna sastanka platforme platforme, na 2 Advisory Board sastanka, na koordinacijskim sastancima, a u natjecateljskom djelu, TZ Kvarnera prijavila je Lošinjski krokant "Crocantessu" na svjetsko natjecanje „World Food Gift Challenge 2024“, koje provodi IGCAT. Prijaviti su se mogli prehrambeni proizvodi i pokloni vezani uz hranu iz europskih i svjetskih regija gastronomije. Deset najboljih proizvoda i poklona svake godine odabire međunarodni stručni žiri.

Tako je osvojena **svjetska nagrada za Lošinjski krokant "Crocantessu" na World Food Gift Challenge - Osvojeno je prvo mjesto u kategoriji "Best innovation on tradition 2024."** Lošinjski krokant je tradicionalna slastica lošinjskih kapetana, osobito popularna u zlatno doba lošinjskog pomorstva tijekom 18. i 19. stoljeća. "Crocantessu", modernu interpretaciju ovog klasika, prema obiteljskom receptu ručno proizvodi lošinjska tvrtka Porat d.o.o. Ova iznimno dobro prihvaćena poslastica već je postala omiljeni suvenir među Lošinjanima i posjetiteljima otoka, naglašavajući bogatu kulturnu baštinu ovog područja.

#### Partneri projekta - Suradnja i umrežavanje na projektu Kvarner – Europska regija gastronomije 2026

Uz TZ Kvarnera kao glavnog potpisnika, ključni partneri na platformi Europska regija gastronomije su Primorsko-goranska županija, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu i Zadruga proizvođača - udruženje vinara Kvarner Wines, koji čine konzorcij glavnih dionika. Cilj projekta je uključiti što više drugih dionika na Kvarneru, kako bi i oni mogli imati marketinške benefite kroz upotrebu logotipa i platformskih mogućnosti suradnje na europskoj i globalnoj razini. Naime, članovi poslovne platforme Europske/Svjetske regije gastronomije u svom su radu usredotočeni na slijedeće ciljeve:

- promociju destinacijskih posebnosti Kvarnera u sektoru gastronomije, turizma, umjetnosti i kulture

- umrežavanje i cross-marketinšku suradnju različitih sektora i dionika javnog, privatnog, proizvodnog, poljoprivrednog, obrazovnog, znanstvenog i zdravstvenog segmenta
- poticanje kreativnosti i gastronomske inovativnosti na lokalnoj i regionalnoj razini
- kontinuitet edukacija o gastronomiji i kulturi hrane, za djecu i odrasle, s naglaskom na očuvanje lokalne kuhinje, terroirski pristup gastronomiji i namirnicama
- posvećenost održivom turizmu
- jačanje kružnih gospodarstva u urbanim i ruralnim sredinama
- brigu za dobrobit i zdravlje zajednice i okoliša
- jačanje svijesti o zdravom načinu prehrane i wellbeing-u

Stoga, je TZ Kvarnera pristupila animaciji dionika među kojima je sustav TZ-a, proizvođači, restorani, hoteli, obrazovne institucije vezane uz gastronomiju i ugostiteljstvo, ustanove u kulturi, itd., te se potpisuju Sporazumi o suradnji kojima dionik kao novi partner potvrđuje svoju nakanu i spremnost za uključanje u mrežu dionika na poslovnoj platformi Kvarner – Europska regija gastronomije 2026, te se obvezuje da će zastupati ideju i ciljeve projekta te promovirati projekt i poslovnu platformu kroz svoje alate, kanale, događanja i aktivnosti, osiguravajući vidljivost projektu gdje god i kad god je to moguće. U tu svrhu partner dobiva na upotrebu službeni logotip Kvarner - Europska regija gastronomije 2026 koji Partner može koristiti online i offline, popis službenih hashtagova koje je potrebno komunicirati u relevantnim objavama Partnera, a eventualno će se uvesti kriteriji za marketinšku oznaku projekta kojom će dati vidljivost partnerstvu.

Tijekom 2024 godine potpisano je više od 80 sporazuma.

### **Ambasadori projekta i brenda „Kvarner – Europska regija gastronomije 2026“**

U procesu sklapanja partnerstava i stvaranju mreže suradnika na projektu Kvarner - Europska regija gastronomije, TZ Kvarnera je okupila snažnu zajednicu ambasadora s područja Primorsko-goranske županije. Ambasadori su redom vrhunski profesionalci u sektorima gastronomije, ugostiteljstva, enologije i zdravstvenog turizma, a svojim postignućima daju poseban legitimitet projektu, te promiču ideju i vrijednosti projekta. To su: Daniela Kramarić, Stiven Vunić, Egle Katunar, Nenad Kukurin, Vlasta Brozičević, Krunoslav Kapetanović, Robert Benzia, Davor Andrić, Marinko Kauzlarić, Cyntia Vučaj, Dražen Lesica, Deni Srdoč, Klaudio Jurčić, Alen Vukić, Ines Matić Matešković, Lucija Matijević, Monika Neral,

Martina Škarica, Marinela Mrkonja, Josip Orišković, Časlav Matijević, Tomislav Pavlešić, Žarko Stilin, Mate Negulić.

Ambasadori sudjeluju u aktivnostima promocije i u edukacijama, te drugim aktivnostima u kojima svojim znanjem, iskustvom i ugledom predstavljaju projekt. Najjednostavniji primjer je korištenje društvenih mreža putem kojih afirmativno objavljuju sve što se u projektu događa.

Ambasadorima projekta i brenda „Kvarner - Europska regija gastronomije 2026“ kao prepoznatim ključnim dionicima u promociji eno-gastronomskih proizvoda uručena su na 2. Forumu kvarnerske gastronomije priznanja za kontinuirano korištenje svog utjecaja za privlačenje pažnje i stvaranje pozitivnog stava prema tradicionalnim jelima i lokalnim proizvodima Primorsko-goranske županije.

## 2. Forum gastronomije Turističke zajednice Kvarnera

U opatijskom „KTC Drago Gervais“ održan je 4. studenoga 2024. godine 2. Forum gastronomije Turističke zajednice Kvarnera, na kojem je TZ Kvarnera kao organizator okupila je mnoštvo sudionika profesionalaca iz sektora eno-gastronomije i ugostiteljstva, kojima je prezentiran projekt Europske regije gastronomije te su mogli uvidjeti značaj i mogućnost promocije koju donosi titula Kvarnera kao Europske regije gastronomije 2026. Ovaj događaj pružio je platformu za dijalog i razmjenu ideja, čime je dodatno učvrstio Kvarner kao važno središte gastronomije. Naglašena je važnost i potaknuta međusektorska suradnja, uključujući restorane, OPG-ove, proizvođače, vinare, obrazovne institucije i sve druge koji aktivno sudjeluju u svim fazama gastronomskog lanca kako bi jačali poziciju Kvarnera i otvarali put k novim partnerstvima i suradnji koja će unaprijediti kvalitetu ponude.

### Prezentacije projekta i titule „Kvarner – Europska regija gastronomije 2026“ i značaja eno-gastronomije Kvarnera (prikaz najvažnijih)

- a) Na Danima hrvatskog turizma za 1.000 turističkih profesionalaca održana prezentacija „Kvarner - Europska regija gastronomije 2026“

Direktorica Turističke zajednice Kvarnera dr.sc. Irena Peršić Živadinov prvog dana najznačajnije turističke manifestacije Dani hrvatskog turizma pred oko 1.000 sudionika održala je zapaženu prezentaciju „Kvarner - Europska regija gastronomije 2026“. U prepunoj dvorani opatijskog hotela Royal, pred samim vrhom hrvatske turističke scene, regija Kvarner predstavljena kroz ključne informacije o tituli, te je najavljen i novi niz aktivnosti i projekata promocije, koji će dodatno razviti ponudu kvarnerske eno-gastronomije. Važan je to iskorak koji gostima jasno i s ponosom ističe jednu od najvećih prednosti regije, a to je izvrsna raznovrsna hrana i lokalna autohtona vina. Niz dugogodišnjih aktivnosti u području razvoja i promocije gastronomije

poput projekata Kvarner Gourmet i Kvarner Food, Kvarner Wines, dobivenih oznaka kvalitete poput Michelina, Gault&Millau, JRE, Decanter, nagrade Iter Vitis za najbolju održivu destinaciju vinskog turizma u Europi 2024, te oznaka izvornosti prehrambenih proizvoda destinaciju su dovele do razine spremnosti za iskorak na međunarodno tržište, međunarodno brendiranje i razvoj lokalne zajednice u pogledu održivosti i daljnjeg isticanja gastronomije kao motiva dolazaka gostiju.

Poseban gost na prezentaciji Turističke zajednice Kvarnera bio je i gospodin Patrick Torrent, direktor Turističke zajednice Katalonije iz Španjolske. Naime, Katalonija je u 2016. godini nosila titulu Europske regija gastronomije, a za 2025. godinu proglašena je Svjetskom regijom gastronomije. Kroz svoju prezentaciju direktor Torrent osvrnuo se na njihovo pozitivno iskustvo, dugoročne učinke na percepciju Katalonije među gostima, te je dao presjek svih benefita koje ova međunarodna priznanja imaju za turističku promociju i razvoj Katalonije.

- b) Prezentacija za HTZ i grupu direktora predstavništava HTZ-a u inozemstvu

U opatijskom hotelu Keight Curio Collection by Hilton održana je prezentacija projekta i brenda „Kvarner – Europska regija gastronomije 2026“, čime je informacija plasirana na 17 tržišta, uključujući i SAD.

- c) Prezentacija na UHPA – DMK Forum o gastronomiji

Održana je u Zagrebu, za stručnu javnost, medije i predstavnike UHPA-e odnosno sudionike Foruma, čime je obuhvaćeno cijelo hrvatsko tržište, a u stručnoj reviji UHPA-e objavljena je reportaža o kvarnerskoj gastronomiji.

- d) Prezentacije na Fakultetu za turistički i hotelski menadžment

Za studente i profesore FTHM održano je predavanje u vidu prezentacije projekta i brenda „Kvarner – Europska regija gastronomije 2026“, čime je budućim sudionicima u turističkom sektoru predstavljen razvoj gastronomije na Kvarneru.

- e) Gastro prezentacija Europske regije gastronomije 2026 u Zagrebu

U prigodi održavanja Zagreb TourFilm Festivala TZ Kvarnera bila je domaćin večere u zagrebačkom restoranu Baltazar, organizirane u suradnji s gastronomskim vodičem Gault&Millau Croatia, i to u prigodi Međunarodnog festivala turističkih filmova. Na prezentacijskoj večeri su se okupili novinari, suradnici i poslovni partneri.

### Nova brošura „Vodič po okusima od mora do gora“

Vodič po okusima od mora do gora, hommage je kvarnerskoj gastronomskoj raznolikosti koja objedinjuje kuhinju obale, otoka i gorja. Izdana je na četiri jezika – hrvatskom, engleskom, talijanskom i njemačkom, te postoji i u digitalnom formatu. Etnografski pristup kroz karakteristične namirnice, okuse, kulinarske vještine te jela pojedinog kraja, rezultirao je stvaranjem ne samo brošure koje se čita, već i prave mape okusa, kao kataloga posebnosti osam kvarnerskih subregija – Opatijske rivijere, Rijeke i Riječkog prstena, Crikveničko - vinodolske rivijere, otoka Krk, Cres, Lošinj i Rab te Gorskog kotara. Utemeljena na baštinskom pristupu gastronomiji, brošura se fokusira na definiranje gastronomskog identiteta svake subregije, pa uz jela govori o običajima i prigodama te načinu života povezanom s klimom i okolišem. Zbog specifične metode i holističke perspektive sagledavanja gastronomije, brošura je pokazala kako zahvaljujući susretu mediteranske, kontinentalne i predalpske klime, te utjecajima venecijanske, austrijske, mađarske, te manjim dijelom francuske i orijentalne kuhinje, Kvarner baštini lijepu raznolikost okusa. Vodič po okusima od mora do gora, rezultat je opsežnog analitičko-istraživačkog rada koji je tek dijelom razvidan u popisu literature na kraju brošure. Brošura je izdana 2024. godine kada je Kvarner pristupio projektu i međunarodnoj platformi Kvarner - Europska regija gastronomije, nudeći tekst i koncept u kojem se isprepliću autohtona gastronomija, lokalna kultura života i stola, regionalna baština i održivi turizam. Brošura je namijenjena inozemnim gostima zainteresiranim za gastronomiju i razumijevanje hrvatskog gastronomskog identiteta, ali se obraća i domaćem tržištu te dionicima u turizmu i ugostiteljstvu koji žele valorizirati tradicijsku gastronomiju i razvijati gastronomski identitet regije. Brošura je otisnuta na 4 jezika, hrvatskom, engleskom, talijanskom i njemačkom i dostupna u digitalnim formatima. Vodič po okusima od mora do gora, rezultat je dugogodišnjeg rada TZ Kvarnera na razvoju i promociji lokalne gastronomije, te opsežnog analitičko-istraživačkog rada koji je tek dijelom razvidan u popisu literature na kraju brošure.

Promocija brošure s degustacijskom šetnjom po okusima Kvarnera održana je u industrijskoj hali Exportdrvo u Rijeci, 12. prosinca 2024. godine, u organizaciji TZ Kvarnera i u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom, u sklopu manifestacije "Kvarnerski dan turizmu", na kojoj je uz bogat program obilježena i 30-ta obljetnica turističke zajednice, te održana svečanost dodjele titule "Kvarner-Europska regija gastronomije 2026." Gosti su se sa sadržajem brošure najbolje upoznali kušajući 8 ikoničkih jela pripremanih uživo, dok je na velikom ekranu projicirana brošura, a prostor bio obilježen tematskim promo vizualima.

Objavljen Manifest kvarnerske gastronomije

Vjerujemo da je gastronomija sredstvo očuvanja i slavljenja kulture, jačanja pripadnosti društvenoj zajednici i izgradnje prepoznatljivog identiteta. Smatramo da baštinjeno gastronomsko znanje o jelima, namirnicama i okusima, kao i vještine pripreme hrane i iskustvo blagovanja imamo obvezu čuvati i prenositi novim generacijama.

Na ovim postavkama sastavljeno je 10 tvrdnji Manifesta kvarnerske gastronomije:

1. Istraživanje i katalogizacija kvarnerskih baštinskih namirnica i jela, tehnika i vještina pripreme, s ciljem očuvanja i razumijevanja autohtonih kvarnerskih okusa i nematerijalnog gastronomskog naslijeđa teritorija
2. Afirmacija identiteta kvarnerske gastronomije kroz lijepu različitost primorske, otočne i goranske kuhinje, s tri pripadajuće kulture običaja i stola.
3. Poštivanje sezonalnosti namirnica u ugostiteljskoj ponudi, s ciljem isticanja njihovih najboljih organoleptičkih svojstava.
4. Inovativno i kreativno korištenje suvremenih kuharskih tehnika u pripremi i prezentaciji kvarnerskih jela, a uz poštivanje autohtonih okusa.
5. Poticanje poljoprivredne proizvodnje i ugostiteljske upotrebe kvarnerskih ili istovjetnih tradicijskih proizvoda i prerađevina od povrća, voća, ribe, mesa i mlijeka.
6. Poticanje uzgoja kvarnerskih autohtonih i lokalnih sorti voća i povrća te autohtonih i lokalnih pasmina domaćih životinja.
7. Poticanje pažljivosti i izvrsnosti u gastronomskom lancu, od uzgoja i ulova do prijevoza, pripreme, ponude i prezentacije kvarnerskih lokalnih jela i namirnica, s ciljem jačanja kvalitete proizvoda i usluga, uz pouzdanost izvora i autohtonost okusa.
8. Vraćanje jela domaće kuhinje na obiteljske stolove, te osobito u ustanove za odgoj i obrazovanje djece i mladih.
9. Poticanje udruživanja proizvođača i chefova s Kvarnera s ciljem razmjene znanja, stjecanja novih vještina te standardizacije kvalitete.
10. Povezivanje i međusektorska suradnja dionika iz područja poljoprivrede, ugostiteljstva, politike, obrazovanja i znanosti, civilnog društva i građanskih inicijativa s ciljem jačanja identiteta regionalne kvarnerske gastronomije

Društvene mreže i web stranica projekta Kvarner-Europska regija gastronomije

→ Otvoreni novi Facebook i Instagram profili "Kvarner – Europska regija gastronomije"

U cilju postizanja globalne vidljivosti i prepoznatljivosti, a sukladno potrebi da se komunikacija iz područja gastronomije ojača kroz vlastite kanale, te postojanju strategije komunikacije za društvene mreže, pristupilo se postavljanju Meta Business Site-a za upravljanje profilima i komunikaciju na društvenim mrežama. Društvene mreže svakako su kanal promocije i pozicioniranja regije kroz područje gastronomije i kulture stola na domaćem i međunarodnom tržištu. Budući da vlastiti mediji predstavljaju besplatan izvor informacija u svrhu privlačenja potencijalnih korisnika eno-gastronomije, IG i FB kanali služe kao sredstvo informiranja o najširim kulturološkim aspektima vezanim uz gastronomiju PGŽ-a i gastronomiju njezinih 8 subregija, te mnoštvo destinacija. Komunikacijske strategije za društvene mreže projekta definira sljedeće ključne ciljeve:

- Komunikacija kvalitete i raznolikosti gastronomije Kvarnera
- Naglašavanje održivog pristupa u gastronomiji i povezanosti iste sa zajednicom
- Jačanje lokalne i regionalne prepoznatljivosti kroz identitet pojedinih kuhinja i destinacija

Tako su u drugoj polovici 2024. godine u funkciju stavljene FB stranica Kvarner European Region of Gastronomy i Instagram @kvarner.regionofgastronomy

Mjesečno je objavljeno po 12 objava u vidu posta / reelsa / videa, dok broj story-ja nije ograničen. Teme objava bile su Sezonska namirnica / specifična gastronomska praksa ili običaj kvarnerske kuhinje:

1. Sezonska namirnica / specifična gastronomska praksa ili običaj primorske kuhinje
2. Sezonska namirnica / specifična gastronomska praksa ili običaj goranske kuhinje
3. O projektu Kvarner - European Region of Gastronomy (ciljevi, vrijednosti, benefiti) i platformi (European Region of Gastronomy)
4. O partnerima: upoznavanje javnosti s dionicima i partnerima projekta Kvarner ERG
5. Upoznajte naše ambasadore: upoznavanje s ambadorima projekta, značajem ambadorske uloge te jakošću mreže kroz image ambasadora
6. Lokani proizvođač: predstavljanje proizvođača iz PGŽ-a, vinari, sirari, medari, proizvođači marmelada, sokova, puževa, kobasica....
7. Lokalna sorta vina: predstavljanje vinorodnog bogatstva i raznolikosti

8. Jeste li kušali ? Rubrika koja igra na jeste li znali ? principu pa se bavi zaboravljenim ili malo poznatim gastronomskim fenomenima regije
9. Lokalna slastica: predstavljanje lokalnih slatkih specijaliteta, s receptom gdje god je moguće te pričom o nastanku gdje god je moguće kao i preporukom za kušanje
10. Priča iz prošlosti: iz etnografskog blaga regije prezentirati priče, legende, povijesne činjenice koje imaju veze s gastronomijom ili kulturom stola
11. Događanje: predstavljanje jednog ili više događanja koji su u tom trenutku aktualni u regiji a tiču se gastronomije i kulture stola.

→ Izrađen komunikacijski vision board za društvene mreže

Budući da stvaranje vision board-ova pomaže identificirati smislene ciljeve i fokusirati interese, a vizualno predstavljeni ciljevi se lakše konkretiziraju, izrađen je vision board za komunikaciju na IG i FB profilima kao alat za približavanje komunikacijskih sadržaja i benefita turističkim zajednicama i drugim partnerima, koji su pozvani na uključanje u komunikaciju putem specijaliziranih Kvarner ERG profila za Instagram i Facebook.

→ Web stranica Kvarner – Europska regija gastronomije 2026 uvrštena je na web stranicu IGCAT-a

Svaka regija gastronomije ima svoju stranicu na službenom website-u IGCAT-a, pa je tako po službenoj objavi prihvaćanja kandidature TZ Kvarnera kreirala svoju stranicu, od pripreme tekstova i svih materijala, fotografija, navođenja i opisa ambasadora s fotografijama, itd. Stranica je dostupna na linku

<https://www.europeanregionofgastronomy.org/platform/kvarner-2026/>

Vrhunac projekta "Kvarner - Europska regija gastronomije 2026" bit će 2026. godina, kada će se diljem regije održavati najveći broj različitih događanja i projekata poduzetih u suradnji s dionicima i partnerima. Kvarner će svoju titulu zadržati i nakon 2026. godine, a uspostavljanjem partnerskih veza među sektorima osigurati će se održivost iniciranih projekata.

#### Aktivnosti daljnjeg razvoja i promocije postojećih brendova

Uz novi brend „Kvarner – Europska regija gastronomije 2026“, TZ PGŽ nastavila je paralelno s promocijom i razvojem gastronomije sukladno Akcijskom planu razvoja gastronomije PGŽ.

→ **Kvarner Gourmet & Kvarner Food** - Nakon odrađene analize stanja projekta, osnivanja tima stručnjaka koji radi na projektu i

redefiniranja sustava valorizacije ugostiteljskih objekata prema sadržajno-vrijednosnoj valorizaciji koju prati i modernizacija komunikacije, kroz ovaj brenda ističu se posebnosti destinacije s tri geografske subregije primorja, otoka i gorja koje se reflektira i na gastronomiju. Restorani nositelji ovog brenda uključeni su i pozivani na aktivnosti promocije gastronomije, pa su svojim sudjelovanjem doprinijeli ugledu i razvoju Kvarnera.

- **Kvarner Wines** – Kvarner Wines prati aktivnosti krovnog brenda Kvarner Gourmet. Nastavljena je promocija i razvoj vinskog turizma pod ovim brendom, koji je polučio veliku marketinšku vidljivost, kao i identitet i prepoznatljivost regije kao vinske destinacije. Razvijan je kroz prezentacije / manifestacije, edukacije, razmjenu iskustava dionika te potpore tematskim događanjima radi povećanja vidljivosti i međusektorskog povezivanja i pridavanja značaja vinskom turizmu. Uz to, razvijale su se i jačale lokalne i regionalne vinske manifestacije. Održane su brojne radionice o autohtonim vinskim sortama.

#### **Više pod 2.2.2.2.**

- **Kvarner u svjetskim gastro vodičima**

U 2024 na području PGŽ-a u svjetskim gastronomskim vodičima zastupljeni su objekti s područja PGŽ, i to: Michelin: 6 restorana, Gault & Millau 46 restorana i POP mjesta, JRE: 3 restorana, Falstaff 35 restorana, kao i neki drugi specijalizirani gastro-brendovi. Naime, Svjetski gastronomski vodiči značajno diferenciraju ugostiteljske objekte na turističkom tržištu i generalno prema potrošačima. Rast broja ugostiteljskih objekata u najpoznatijim gastronomskim vodičima doprinosi prepoznatljivosti i vidljivosti kako samog objekta tako i PGŽ-a kao eno-gastronomске destinacije.

- **Edukacije i radionice**

Za poimanje važnosti gastronomije, poimanje identiteta područja i jačanje prepoznatljivosti i vrijednosti važne su edukacije o zaboravljenim okusima, namirnicama, receptima, načinima pripremanja i čuvanja hrane na održiv način. Odrađen je niz edukativnih programe i edukacija za ugostitelje o značajkama tradicionalne kuhinje Kvarnera i autohtonim vinskim sortama, a lista tradicionalnih namirnica i jela objavljena je u „Vodiču po okusima PGŽ“.

Izdvajamo dvodnevnu kulinarsku radionicu održanu na otoku Rabu koja je u teorijskom dijelu sadržavala predstavljanje projekta ERG, predstavljanje brošure „Vodič po okusima“ i predstavljanje autohtonih vinskih sorti, za ugostitelje i šiti krug

dionika iz turističkog sektora, dok se u drugom dijelu radilo praktično pod vodstvom chefa Zdravka Tomšića, a namijenjeno isključivo kuharima. Cilj je bio jačanje ugostiteljskih znanja i kompetencija o značajkama tradicionalne kuhinje Kvarnera, s naglaskom na otočnu kuhinju, odnosno kuhinju otoka Raba.

Jedna od značajnijih edukacija i predstavljanja održano je u sklopu manifestacije Wine VIP Event u Rijeci, 28. veljače 2024. godine, gdje je direktorica sudjelovala u panelu na temu „Kvaliteta u eno-gastronomiji“.

### **Ostvareni cilj aktivnosti:**

Iskorak na globalno tržište, međunarodno brendiranje, vidljivost i prepoznatljivost brenda Kvarner-Europska regija gastronomije 2026, Kvarner Gourmet i Kvarner Food, Kvarner Wines, #visitkvarner, isticanje gastronomije kao motiva dolaska gostiju, suradnja s partnerima, razvijanje snage i identiteta baziranog na eno-gastronomiji i poticanje svijesti u lokalnoj zajednici o značaju gastronomije te potrebe očuvanja tradicijskih vrijednosti, suradnja i pristup mreži stručnjaka iz preko 45 zemalja, edukacije i podizanje kvalitete i povećanje kompetencija u sektoru eno-gastronomije

<b>Nositelji aktivnosti i partneri</b>	TZ PGŽ
<b>Realizacija aktivnosti</b>	184.532,56 €

### **2.2.2.2. Suradnja s partnerima**

#### **Opis aktivnosti:**

Tijekom 2024. godine realizirana je suradnja s partnerima - uglednim udruženjima i brendovima, čije kanale promocije TZ PGŽ koristi na domaćem, europskom i svjetskom tržištu.

#### **Michelin Guide**

- novom selekcijom Michelina 2 dosadašnja kvarnerska restorana nositelji prestižne zvjezdice zadržali su je i u 2024. godini svoju oznaku: Nebo Restaurant&Lounge by Deni Srdoč (Rijeka) i Alfred Keller (Mali Lošinj)
- 4 restorana nose Michelin preporuku: Konoba Zijavica (Mošćenička Draga), Villa Ariston (Opatija), Johnson (Mošćenička Draga) i Matsunoki (Mali Lošinj)

- U suradnji s HTZ-om i s Michelin vodičem snimljena je i provedena kampanja na društvenim mrežama na temu „Producer Focus – Kvarner scampi“ / Kvarner scampi are the best in the world!“ – snimljeno u trodnevnom boravku snimateljske ekipe na Kvarneru, koji su pratili i snimali škamparenje u kvarnerskom zaljevu i prodaju na riječkoj ribarnici.

## **JRE**

- nastavno na višegodišnju suradnju na promociji Kvarnera kao destinacije gastronomije, objavljeno je godišnje, dvojezično izdanje vodiča JRE za 2024. godinu, u nakladi od 5.000 primjeraka, te online izdanje, u kojem su zastupljena 3 prestižna kvarnerska restorana koji su članovi JRE (Plavi Podrum - Volosko, Restaurant Navis - Opatija, Konoba Zijavica - Mošćenička Draga), a gastronomska destinacija Kvarner je predstavljena i oglasom u vodiču.

## **Hrvatski sommelier klub (HSK)**

- u suradnji s partnerom organizirane su edukativne radionice na Kvarneru; Vino i kvarnerski škamp u Voloskom, Skrivene čari vina dva puta u Rijeci, Vinske sorte Kvarnera na Rabu. Također, održani su treninzi sommeliera, nakon čega su uslijedila natjecanja – Kvarner ima privakinja na regionalnom natjecanju Istre i Kvarnera; Martinu Škaricu, te pobjednika na nacionalnom natjecanju sommeliera; Matu Negulića. Drugi sommelieri također su bili odlično plasirani na domaćim i europskim natjecanjima. Redovito se održavaju tečajevi za sommeliere na Kvarneru. Kao i svake godine, u prigodi održavanja nacionalnog natjecanja sommeliera u Opatiji, TZ Kvarnera bila je domaćinom večere dodjela nagrada.

## **Gault&Millau**

### **Priređeno i objavljeno predstavljanje Kvarnera u nacionalnom izdanju Gault&Millau vodiča 2024**

Turistička zajednica Kvarnera i u 2024. godini nastavlja suradnju s jednim od najutjecajnijih gastronomskih vodiča na svijetu - Gault&Millau. U dvojezičnom, sedmom, izdanju vodiča Gault&Millau Croatia 2024 Turistička zajednica Kvarnera eno-gastronomsku ponudu regije predstavila je na 10-ak stranica i 3 oglasa, a u vodič je uvršteno ukupno 50-ak kvarnerskih restorana i POP (popularnih) mjesta te 2 vinarije. Vodič je objavljen u tiskanom izdanju u nakladi od 3.500 primjeraka, zatim web izdanje hr.GaultMillau.com, te dodatno prisustvo na društvenim mrežama FB i Instagram. Čak 3 prestižne Gault&Millau nagrade stigle su na Kvarner: chefica Gabriela Filca iz restorana Nebo u

Rijeci proglašena je Velikim chefom sutrašnjice, chef Marin Pleše iz restorana Villa Rova u Malinskoj osvojio je trofej Mladi talent godine, a restoran Nebo svoje mjesto našao je i među najbolje ocjenjenim restoranima ovogodišnjeg vodiča Gault&Millau Croatia 2024. Godišnje nagrade najboljim chefovima i restoranima. Dodijeljene su u sklopu svečane večere održane u zagrebačkom hotelu Esplanade povodom predstavljanja novog izdanja vodiča, a direktorica Irena Peršić Živadinov uručila je priznanja "Gault&Millau Mladi talent godine" svim nagrađenim laureatima na nacionalnoj razini, među kojima je bio i mladi kvarnerski chef Marin Pleše.

U prigodi održavanja konferencije "Redefining Success powered by Fortenova grupa", u organizaciji Gault&Millau u Zagrebu, bila predstavljena kvarnerska gastronomija i to jelom koje je pripremao chef Michael Gollenz iz restorana Alfred Keller u Malom Lošinj, uz koje je poslužena belica iz vinarije Plovanić.

### **Gault&Millau Slovenija**

Po prvi puta u 2024. godini Kvarner je bio predstavljen oglasom i u slovenskom izdanju gastro vodiča Gault&Millau, te na taj način bio promoviran kao gastro destinacija i Europska regija gastronomije na slovenskom tržištu

### **Udruženje Vina Kvarnera**

Intenzivnu godinu suradnje s udruženjem Vina Kvarnera i promocije brenda Kvarner Wines obilježilo je veliko priznanje koje je Kvarneru dodijeljeno od strane Kulturne rute Vijeća Europe „Iter Vitis“, koje je Kvarner proglasilo najboljom održivom destinacijom vinskog turizma u Europi! Ovo priznanje kruna je uspješne suradnje Turističke zajednice Kvarnera, Udruženja Vina Kvarnera i kvarnerskih vinara koji su zajednički radili na pozicioniranju Kvarnera kao vrhunске vinske destinacije. Kvarner je ovim priznanjem potvrdio svoju poziciju vodeće destinacije koja njeguje tradiciju vinogradarstva i proizvodnje vrhunskih vina, uz istovremeno očuvanje prirodnih ljepota i kulturnog nasljeđa. Ove godine, osma po redu dodjela nagrada održana je 18. listopada u Moldaviji u poznatoj vinariji Asconi u prigodi Iter Vitis konferencije "Wine and Cultural Tourism". Godišnje nagrade "Iter Vitis" se svake godine dodjeljuju najboljim praksama u području vinskog turizma, inicijativama i pojedincima koji doprinose i promoviraju razvoj održivog vinskog turizma te rade na očuvanju tradicionalnih starih sorti grožđa, tako potičući kulturnu razmjenu kroz vino. Ovogodišnja dodjela nagrada organizirana je uz podršku Ministarstva kulture Moldavije, zatim Nacionalne udruge za

turizam Moldavije (ANTRIM), Nacionalnog instituta Moldavije za vino (ONVV) i Američke agencije za međunarodni razvoj (USAID).

Organizirane su i odrađrne zajedničke aktivnosti na promociji brenda Vina Kvarnera/Kvarner Wines:

Eno – gastro festival WineRi predstavio je čak 100 vinarija iz 8 država s više od 500 etiketa vina u Rijeci u Exportdrvu, 8. i 9. ožujka 2024.godine.

**Festivali:** Proizvodi iz svih vinarija, članica Udruženja Kvarner Wines, ali i brendovi i projekti Turističke zajednice Kvarnera (Kvarner Gourmet / Food, Kvarner Family, Europska regija gastronomije...) i Primorsko – goranske županije (Kašetica primorsko – goranska, Putevima Frankopana...) predstavljeni su na festivalima u Hrvatskoj (WineOs Osijek, Wine EnoGastro Vip Event, Vinart, Pink day Zagreb, Vinistra Rovinj, Dioklecijanovi podrumi Split, Urbanovo Štrigova, MoslaVina Kutina) i međunarodno (Refuctus Wine Festival Izola, Orange Wine festival Izola, Salon penečnih vin Ljubljana, Regionala – festival vina od autohtonih sorti vinove loze u Beogradu).

**Prezentacije:** Udruženje je u suradnji s turističkom zajednicom Kvarnera i ambasadorima brenda Kvarner Wines održalo niz promocija i prezentacija Kvarnera kao eno – gastronomske destinacije i vina vinara članica Udruženja – CineHill filmski festival – radionica „Kvarner Wines Magic Hour powered by Kvarner Region Tourist Board“, radionice Vino pod maskama, Skrivene čari vina, Najbolje s Kvarnera uoči WineRi, predstavila se ponuda vina na Slovenskoj televiziji Planet TV, u dvorcu Castello Formentini u San Floriano del Collio u Italiji, masterclass u sklopu festivala Regionala u Beogradu i sudjelovanje u značajnom panelu o Marketingu vina koji se održao na salonu vina Kragujevac. Najvažnija prezentacija bila je na Orange Wine festivalu u Beču, gdje su TZ Kvarnera i Zadruga vinara Proizvođačka organizacija Vina Kvarnera nastupili na vinskom festivalu Orange Wine Festival Beč, koji se održao 19. studenog 2024. Na festivalu su se predstavila vina od autohtonih sorti vinove loze Kvarnera - žlahtine, belice, jarbole, trojiščine i mješavine koja su pripremljena na način pripreme jantarnih vina i sve vinarije udruženja s Kvarnera – OPG Ružić, OPG Plovanić vina, Vinarija Kapić, Vinska kuća Pavlomir, Vinarija Katunar, Vinarija Gospoja, OPG Kuća vina Ivan katunar, PZ Vrbnik, Vinarija Šipun i Vinarija Nada. Izuzev vina predstavili su se i drugi poljoprivredni, odnosno prehrambeni proizvodi s Kvarnera – maslinovo ulje, grobnički sir, krčki pršut, otočne kobasice, deserti (Gospoja, Vilma, Buretić, Frankuin, PZ Cres, smokvenjak...). Na štandu su se uz promotivne materijale Turističke zajednice

Kvarnera promovirali brendovi TZ Kvarnera: Kvarner gourmet / food i Kvarner Wines, projekt Kvarner Europska regija gastronomije te projekti i brendovi Primorsko – goranske županije Centar za poljoprivredu i ruralni razvoj primorsko – goranske županije odnosno Kašetica primorsko – goranska te projekt Putevima Frankopana. Izlagačko mjesto je posjetio je velik broj ljubitelja i poznavatelja vina i predstavnika medija specijaliziranih za eno-gastro teme, koji su se uvjerali u sjajne potencijale destinacije Kvarner.

Vina su predstavljena i u Zagrebu u organizaciji regionalne udruge Vinistra odnosno na manifestaciji En primeur mladih malvazija, žlahtina i sorti Bregovite Hrvatske. U suradnji s Hrvatskim sommelier klubom vina od sorte žlahtina, mlada i pjenušava, te vino od sorte sansigot predstavlja se polaznicima I. stupnja sommelierstva. Vina su predstavljena i na promociji knjige 100 vodećih restorana Hrvatske u Rijeci i prezentaciji projekta Riječke gastronomske luke.

U suradnji s lokalnim turističkim zajednicama priređene su prezentacije vina u Crikvenici – Moja mala kala; In vino veritas – festival vina Punat, Wine&Walk Malinska Dubašnica, Kvarnerski Pjenušavi doručak u vinogradu Pavlomisir u Novom Vinodolskom i u Mošćeničkoj Dragi u sklopu Regate tradicijskih barki.

Posebno su značajni bili „Bela nedeja“ i „Dani vina Vrbnik“, koji se ističu po tradiciji i velikom medijskom praćenju.

Vinarije su prihvatile niz studijskih grupa novinara, turističkih agenata i vinskih profesionalaca koje su uputile i organizirale lokalne turističke zajednice i Turistička zajednica Kvarnera.

Decanter i druge nagrade: Daljnje podizanje razine kvalitete i kompetencija u eno-gastronomiji provedeno je putem sudjelovanja na relevantnim ocjenjivanjima vina, radi povećanja vidljivosti kvarnerskih vina na domaćem i na međunarodnom tržištu i doprinosa vinskom turizmu destinacije. Tako su u 2024. godini, uz potporu TZ PGŽ, osvojene brojne prestižne nagrade. Udruženje Kvarner Wines, čije su članice nositelji brenda Turističke zajednice Kvarnera turističku sezonu 2024. započeli su ovjenčani mnogim međunarodnim i nacionalnim nagradama za vina. Posebitost nagrada oslikava se u većini nagrada koje su vinari dobili za vina od autohtonih sorti vinove loze Kvarnera.

Uz potporu TZ Kvarnera vinari su svoja najbolja vina slali na međunarodna natjecanja na kojima je ostvaren zavidan uspjeh te je na Kvarner ukupno stiglo sjajnih 58 medalja. Na najznačajnijem svjetskom natjecanju Decanter, kvarnerska vina osvojila su 18 nagrada od čega 7 srebrnih (Katunar estate winery, Festivum

2021., Pasito 2020., Amfora 2021., Vinska kuća Pavlomir San Marino 2021., Muškat 2022., PZ Vrbnik, Zlatna Vrbnička Žlahtina, 2023., Gospoja, Žlahtina 2023.) i 11 bronci (Kuća vina Ivan Katunar, Biser žlahtine 2022., Vinska kuća Pavlomir, Graševina 2022., Žlahtina Grand Cru, 2023., Katunar Estate Winery, Sansigot, 2020., Kurykta Reserva, 2020., Šipun Žlahtina 2020., Žlahtina Hlam 9, 2021., Žlahtina 2022., PZ Vrbnik, Valomet brut natur 2021., Zlatna Vrbnička Žlahtina, Grand Cru, 2022., Zlatna Selekcija 2020.) Na natjecanju Concourse Mondial de Bruxelles također su osvojene značajne nagrade – Vinska kuća Pavlomir dobila je zlato za Žlahtinu Grand Cru 2023. Izuzev navedenoga vina su ocjenjivana i na Vinistri, International Wine Award, Concours International de Lyon, Cita del vino, 50 Great Sparkling Wines of the World, PAR Awards, Frankfurt International Trophy, IWSC London, Vinagora International Wine Competition, Mundus Vini, Sabatina, Bjelovarski sajam – 10. izložba vina i vinarske opreme – nacionalno ocjenjivanje vina, Međunarodno ocjenjivanje pjenušaca – Mreža salona pjenušavih vina i Međunarodno ocjenjivanje pjenušaca – Međunarodni festival pjenušaca Višnjan. Konferencija i panel: „Trendovi u interpretaciji lokalne gastro baštine“

U Zadru, 10. prosinca 2024. bila je izvrsna prilika za međuregionalnu razmjenu iskustava, te je na panelu sudjelovao predstavnik Udruženja „Kvarner Wines“ i predstavio projekte i brendovi Kvarner Europska regija gastronomije i Kvarner Wines.

### **Ruralni turizam na Kvarneru - Klub članova selo**

Nagrade Suncokret ruralnog turizma Hrvatske – Sunflower Award 2024: U suradnji TZ Kvarnera i lokalnih turističkih zajednica, te u organizaciji Udruge „Klub članova selo“ provedena je akcija izbora najboljih u raznim kategorijama u ruralnom turizmu na Kvarneru. Dodijeljene su nacionalne nagrade koje imaju za cilj promociju tradicijskih sadržaja, povezivanje projekata, proizvođača, događaja i zanimljivosti ruralnog turizma, očuvanje izvornosti, održivosti, ali i stvaranje novih proizvode ruralnog turizma. Sedam nagrada Suncokret ruralnog turizma došlo je na Kvarner: Opg Maćuki u kategoriji „Turistička Seljačka Gospodarstva“, Kuća Za Odmor Kraljica Šume – Divjake Log Home u kategoriji „Ruralna Domaćinstva – Tradicijska Ruralna Domaćinstva i Moderna Ruralna Domaćinstva“, Interpretacijski Centar Kuća Belice Udruga Prijatelj Ruž, Grozja i Vina Belica osvojio je nagradu u kategoriji „Vinski Turizam“, Kali – Povratak Tradiciji u kategoriji „Mali Obiteljski Proizvođači – Craft-Turizam“ , Interpretacijski Centar Trebišća – „Kuća Stabla Svijeta“ i Matuljicious/ Matuljišs /Bike&Taste u kategoriji „Aktivni Turistički Sadržaji U Ruralnome Prostoru“ i Cesta Plave Ribe u kategoriji „Ruralni Turistički

Projekti". U sjedištu Primorsko-goranske županije u uredu župana Zlatka Komadine održan je svečani prijem ovogodišnjih dobitnika nagrada u utorak, 28. siječnja 2025. godine.

6.međunarodni kongres ruralnog turizma u organizaciji Kluba članova selo - održan je u Splitu, gdje je TZ Kvarnera kao prva i jedina regija s titulom "Europska regija gastronomije 2026" sudjelovala na panelu, te je predstavljen projekt "Kvarner - Europska regija gastronomije" i podijeljeno iskustvo sudjelovanja na platformi i benefiti međunarodnog brenda.

### **Pčelarstvo na Kvarneru – Udruga HUSAM / Hrvatska udruga senzorskih analitičara meda**

S obzirom na znanstveno potvrđenu potrebu očuvanja pčela u cijelom svijetu, svi trendovi svjesnih zajednica okrenuti su tome cilju. S obzirom na to da na Kvarneru, u Gorskom kotaru imamo neprocjenjivo važan raritet, a to je obitavanje autohtone pasmine medonosne pčele i proizvodnja meduna – meda od medne rose, koji ima Europsku oznaku izvornosti, TZ Kvarnera tome je posvetila dio u kandidacijskoj knjizi za titulu Europske regije gastronomije, pod poglavljem „Feeding the Planet“. Naime, medun sadrži znatno više mineralnih tvari, tamnije je boje, dubokog, jakog do srednjeg okusa i relativno je manje sladak u odnosu na ostale medove, kojima naše područje također obiluje. Također, u kandidacijskoj knjizi Istaknuta je inicijativa Kvarnera u području promocije projekata pčela, meda i meduna s ciljem podizanja svijesti o važnosti populacije pčela. U svjetlu rasta trendova proizvodnje i konzumacije meda, na tržištu se javljaju i proizvodi koji se ne bi trebali zvati medom.

13. Nacionalna konferencije o sigurnosti i kakvoći pčelinjih proizvoda – Meduni i „nove“ vrste medova“, Kastav, 18.10.2024

U Kastvu je uz potporu TZ Kvarnera i po prvi puta u Hrvatskoj pod pokroviteljstvom European Beekeeping Association, održano 13. izdanje Nacionalne konferencije o sigurnosti i kakvoći pčelinjih proizvoda. Ove godine bilo je posvećeno medunima i novim vrstama meda. Konferencija okuplja proizvođačke, stručne i znanstvene zajednice u Republici Hrvatskoj koja se bavi ovim iznimno važnim dijelom tradicionalne poljoprivredne proizvodnje. Prikazani su promo video materijali Kvarnera „It's all about taste“ i „Make your own movie“ i isticale komunikacijske konstante Kvarnera. Bila je to odlična prilika da se Kvarner istakne kao Europske regija gastronomije, koja u fokusu ima održivi razvoj i zalaže se za odrednice objavljenog manifesta Kvarnerske gastronomije. Skupu je prisustvovao vrh hrvatske znanstvene zajednice koja se bavi problematikom sastava, kvalitete i autentičnosti pčelinjih proizvoda, sa četiri najveća hrvatska sveučilišta – Zagreb, Rijeka, Osijek i Split. Njima su se pridružili i profesori i stručnjaci sa Sveučilišta u Ljubljani i u

Beogradu, te Instituta za medicinska istraživanja, Hrvatskog veterinarskog instituta. Time je marketinška promocija Kvarnera kao Europske regije gastronomije bila usmjerena na specijaliziranu publiku.

Nastavno na nacionalnu konferenciju o sigurnosti i kakvoći pčelinjih proizvoda, održana je 6. Zeleno-plava pčelarska orijentacije 2024., i to kušanjem medova u povijesnoj Gradskoj loži u Kastvu, za lokalno stanovništvo i turiste, posebice i djecu, uz edukaciju potrošača meda o sigurnosti i kakvoći meda, odnosno kako razlikovati med od patvorine. Time je realiziran cilj edukacije lokalnog stanovništva i uključenje zajednice u aktivnosti.

#### **Ostvareni cilj aktivnosti:**

- vidljivost i prepoznatljivost brenda Kvarner-Europska regija gastronomije 2026, Kvarner Gourmet i Kvarner Food, Kvarner Wines, #visitkvarner, isticanje gastronomije kao motiva dolaska gostiju, suradnja s partnerima, razvijanje snage i identiteta baziranog na eno-gastronomiji i poticanje svijesti u lokalnoj zajednici o značaju gastronomije te potrebe očuvanja tradicijskih vrijednosti, čime se doprinosi ugledu destinacije, ostvaruje promocija, dopire do onih potencijalnih gostiju koji cijene iskustva autohtone gastronomije. Sve to kreira motiv dolaska za goste i doprinosi povećanju turističkog prometa. Znajući da prema izvješću UNWTO-a eno-gastro turizam raste velikom brzinom, TZ Kvarnera razvija i promovira jednu od svojih najvećih komparativnih prednosti. Također, aktivnosti prate smjernice Akcijskog plana razvoja gastronomije PGŽ.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri</b>	TZ PGŽ
<b>Realizacija aktivnosti</b>	62.725,49 €

#### **2.2.2.3. Marketing i promocija brendova kvarnerske eno-gastronomije**

Slijedom preporuka iz komunikacijskog plana u sklopu Akcijskog plana razvoja gastronomije, te slijedom brend oznaka, TZ PGŽ promovirala je tijekom 2024. godine vrijednosti kvalitete eno-gastronomije kroz razne PR aktivnosti i oglašavanja na domaćem i stranim tržištima, u tiskanim i digitalnim medijima, te na tematskim, specijaliziranim digitalnim platformama, kao i TV produkcija i drugih kanala promocije. Tako je uz

to, te kroz sudjelovanje na tematskim manifestacijama osigurana vidljivost brenda i promocija vrijednosti kvalitete, kako je navedeno u ovom izvještaju.

### **Promotivna kampanja: Okusi Kvarnera u zrakoplovima Croatia Airlines-a**

Turistička zajednica Kvarnera, Hrvatska turistička zajednica i Croatia Airlines, po drugi puta su u 2024. godini proveli zajednički promotivni projekt Okusi Kvarnera. U razdoblju od 1. kolovoza do 30. studenoga 2024. godine u zrakoplovima Croatia Airlinesa na letovima u 28 međunarodnih i 8 domaćih odredišta posluživani su posebno osmišljeni obroci, koji se temelje na kulinarskoj raznolikosti kvarnerskog područja u kojoj se isprepliću primorska, goranska i otočna kuhinja.

Croatia Airlines je putnicima u domaćem i međunarodnom prometu, u poslovnom razredu, nudila veliki snack box u kojem su bili kobasica s ružmarinom, zelena pasta od maslina, krekeri sa žlahtinom i kaduljom, keksi sa suhim smokvama i keksi s kestenom. Na letovima kraćim od jedan sat nudili su se mali snack box u čijem su sadržaju kobasica s ružmarinom, krekeri sa žlahtinom i kaduljom te keks s kestenom, dok su putnici u ekonomskom razredu dobivali kreker sa žlahtinom i kaduljom.

Najava i promocija projekta bila je u Opatiji u hotelu Keight Curio Collection by Hilton, gdje je održana konferencija za medije i predstavljanje na kojem su o zajedničkom projektu Okusi Kvarnera govorili župan PGŽ Zlatko Komadina i direktorica Turističke zajednice Kvarnera dr.sc. Irena Peršić Živadinov, te direktor komercijalnih poslova Croatia Airlines-a Slaven Žabo i Dubravka Auferber u ime Hrvatske turističke zajednice. Osim posebnog gastronomskog doživljaja za putnike Croatia Airlinesa, ovaj projekt istodobno predstavlja jedinstvenu priliku za promociju Kvarnera kao destinacije gastronomije i pune raznolikosti doživljaja. Projekt Okusi Kvarnera u zrakoplovima Croatia Airlinesa uključuje i širu marketinšku suradnju 3 nositelja projekta - Turistička zajednica Kvarnera, Hrvatska turistička zajednica i Croatia Airlinesa, koji na svojim marketinškim kanalima promoviraju Okuse Kvarnera. Tako je vidljivost Kvarnera bila istaknuta kroz interne kanale Croatia Airlinesa kao što su putni časopis, video ekrani u zrakoplovima, newsletter Croatia Airlinesa, oglašavanje na društvenim mrežama i internim medijima, plakatima u poslovnicama tvrtke, kao i na posebnoj web podstranici gastro ponude Croatia Airlinesa. Kako je Kvarner proglašen Europskom regijom gastronomije 2026, suradnja s Croatia Airlinesom bila je iznimna prilika za predstavljanje putnicima i široj javnosti.

### **Promocija brendova kroz manifestacije**

Uz razvoj proizvoda, nastavljena je promocija regije kroz razna događanja, sa značajnom medijskom popraćenosti, čime je kreiran motiv dolaska i siguran oblik promocije regije. Kroz pozitivna iskustva sudionika

i kroz video snimke, koji se plasiraju u medije putem raznih medijskih platformi osigurana je vidljivost regije kao destinacije eno-gastronomije. Od oglašavanja u medijima možemo izdvojiti prilogu „Gastro&Wine“ u Nacional magazinu, Esplanade The View Magazin, TU Magazin, UT Magazin, i drugim tematskim magazinima, oglašavanje u gastro vodičima, redovita suradnja s „Vino i Fino“, s platformom vino.rs, i drugim partnerima. Tradicionalne manifestacije od značaja za eno-gastronomiju Kvarnera bile su Bela nedeja, WineRI, Dani vina Vrbnik i druge manifestacije, festivali, događanja na domaćem i inozemnim tržištima. Više pod 2.2.2.2.

#### **Ostvaren cilj aktivnosti:**

Marketing i promocija brendova objedinjuju sve aktivnosti navedene u ovom izvještaju, a u konačnom rezultatu ostvarena je vidljivost i prepoznatljivost brendova, marketinška suradnja s partnerima, povećanje ugleda destinacije, uključivanje lokalnog stanovništva i zaštita autohtonosti.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri</b>	TZ PGŽ
<b>Realizacija aktivnosti</b>	106.715,73 €

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

#### **2.2.3.1. Daljnji razvoj projekta**

##### **2.2.3.1.1. Standardi i upravljanje projektom**

#### **Opis aktivnosti:**

Nakon što je u 2022. godini podignuta kvaliteta outdoor proizvoda, na način da se pristupilo reviziji postojećih bike i hike staza, da su definirani krovni vizualni standardi, zatim standardi signalizacije i markacije za bike i hike segment, u 2024. godini se nastavilo s provođenjem tih aktivnosti na terenu u suradnji s lokalnim TZ-a koje su te izmjene prihvatile, te sustavno prilagođavaju stanje na terenu novim standard. Naime, jedan od ključnih elemenata za primjereno upravljanje projektom je koordinacija svih dionika u projektu, angažiranje stručnjaka koji u skladu s primjerima dobre prakse u ostalim afirmiranim destinacijama, te

zajedno sa svim dionicima predlažu daljnje korake kako bi se outdoor proizvod svrstao u sam vrh motiva dolaska gostiju na destinaciju.

Cilj je kroz brojna ulaganja i napore trajno plasirati regiju Kvarner u vrh outdoor ponude u širem okruženju. Samo neki od primjera razvoja koji provodi TZ Kvarnera, su provođenje i organizacija specijaliziranih edukacija za bike vodiče, kvalitativni razvoj infrastrukture, standardiziran razvoj kartografije, vizualni standardi, kontinuirana revizija projekta i dr.

**Ostvareni cilj aktivnosti:**

Postignuta je ujednačenost markacije i signalizacije za bike i hike staze, projektom se stručno i koordinirano upravlja, što je dokazano obavljenom kontrolom uređenih staza, koje na terenu odgovaraju postavljenim standardima.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri</b>	TZ PGŽ
<b>Realizacija aktivnosti</b>	19.486,78 €

2.2.3.1.2. Javni poziv prema LTZ-ovima za prilagodbu standardima Kvarner Outdoor

**Opis aktivnosti:**

U posljednje tri godine TZ Kvarnera je lokalnim turističkim zajednicama sufinancirala aktivnosti s ciljem prilagodbe projekta Kvarner Outdoor, odnosno uređenja, markiranja i postavljanja signalizacije za bike i hike staze, koje su nakon pregleda i zajedničkog dogovora uvrštene u sustav službenih staza Kvarner Outdoor. Dosad je 21 turistička zajednica jedinstvenom signalizacijom i markacijom označila ukupno 150 bike i 160 hike staza na području naše županije.

**Ostvareni cilj aktivnosti:**

Cilj projekta od samog početka je i bio usuglasiti i postaviti jedinstvenu signalizaciju što je velikim dijelom i postignuto, izraditi standardizirane pješačke i biciklističke karte te info-table na mjestima koje će najbolje informirati korisnike te time promovirati i projekt Kvarner Outdoor.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri</b>	TZ PGŽ
<b>Realizacija aktivnosti</b>	100.000,00 €



### 2.2.3.1.3. Kartografske podloge i ostali promotivni materijal

TZ Kvarnera je izradila i svima dostavila outdoor kartografsku podlogu, na temelju koje je Crikveničko–vinodolska rivijera izradila prvu standardiziranu pješačku kartu, koja predstavlja ogledni primjerak grafičkog rješenja. Kod budućih izrada karata jasno je da su odstupanja moguća, međutim potrebno je da ona budu minimalna, kako bi se zadržao vizualni identitet destinacije te slijedile komunikacijske konstante. Iz tog je razloga TZ Kvarnera grafičku pripremu navedenih materijala financirala pod tim uvjetima. Također, izrađena je i prva info tabla (TZG Krka) po destinacijskim vizualnim standardima čime su postavljeni temelji grafičke pripreme i za taj proizvod. Za tu izradu (i izradu sličnih materijala) pripremljena je dodatna, detaljnija, kartografska podlogu mjerila 1:15.000.

Radi lakšeg korištenja materijala, ujednačenog razvoja proizvoda Kvarner Outdoor te kvalitetnijeg pružanja usluge korisnicima, materijali su dostavljeni svima.

#### **Ostvareni cilj aktivnosti:**

Prepoznatljivost i ujednačenost promotivnih materijala Kvarner Outdoor.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri</b>	TZ PGŽ
<b>Realizacija aktivnosti</b>	15.901,30 €

### 2.2.3.1.4. Razvoj golfa i daljnji razvoj automoto sportova

#### **Opis aktivnosti:**

Proizvodni portfelj Kvarnera vrlo je raznolik i ima potencijala za jačanje novih segmenata, uz Kvarner Outdoor, kao što je razvoj golfa i daljnji razvoj automoto sportova.

Golf turizam je sastavni dio turističke ponude svih razvijenih zemalja, te jedan od najprofitabilnijih i najkonkurentnijih oblika turizma u svijetu.

Na Kvarneru, gdje postoje prirodni i klimatski resursi za razvoj golf turizma, s obzirom na dulju mogućnost igranja, golf za sada postoji na lokaciji tj. na području Općine Mošćenička Draga, odnosno na području Brseča, gdje je u funkciji golf vježbalište (Driving Range), a u planu je izgradnju golf igrališta s 18 polja. Naime, sukladno strateškim dokumentima RH i PGŽ koji obuhvaćaju razvoj golf turizma, Akcijskom

planu razvoja golfa u RH, te sukladno županijskim dokumentima prostornog planiranja, na području PGŽ u tijeku su pripremne aktivnosti na još nekoliko lokacija. U procesu stvaranja punog golf igrališta, važno je plasiranje informacije i promocij ovog vrlo traženog segmenta turističke ponude, što TZ PGŽ već čini uključivanjem informacije o funkcioniranju vježbališta u Brseču u predstavljanje ukupne turističke ponude. Golf vježbalište u Brseču otvoreno je još koncem 2022. godine, a tijekom 2023. i 2024. aktivno je djelovalo i prihvatilo brojne goste, od predstavnika medija, do profesionalaca.

Auto-moto sportovi također su osnova za daljnje unaprjeđenje i valorizaciju sportskih aktivnosti na Kvarneru, a postojanje automotodroma Grobnik je infrastrukturna prednost, koja kao takva ne postoji u Hrvatskoj i bližem okruženju. Stoga je automotodrom Grobnik mjesto susreta zaljubljenika i znalaca auto-moto sporta iz cijelog svijeta.

Marketing - U suradnji sa specijaliziranom tvrtkom za promociju mototurizma, kreirano je oglašavanje u motociklističkom vodiču, te u cestovnoj karti / mapi za 2024. godinu, na njemačkom jeziku, za tržišta Njemačke, Austrije, Francuske, Švicarske, Italije, Španjolske, Luxemburga, Belgije, Poljske, Irske i Hrvatske. Distribuirano je na sajmovima i promo-aktivnostima tijekom 2024. godine. Ujedno je pripremljeno i otisnuto izdanje za 2025. godinu, spremno za distribuciju tijekom aktivnosti 2025. godine.

#### **Ostvareni cilj aktivnosti:**

Realizirane su aktivnosti promocije i popularizacije golfa, te auto-moto sportova za što na Kvarneru postoje izvrsni preduvjeti, čime se doprinosi obogaćivanju ukupne turističke ponude Kvarnera, povećava se atrakcijska osnova i ugled destinacije.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri</b>	TZ PGŽ
<b>Realizacija aktivnosti</b>	3.971,00 €

#### 2.2.3.1.5. Marketing projekta i ostale outdoor aktivnosti

##### **Opis aktivnosti:**

Kroz marketing projekta, dat je naglasak na promociju onih događanja koje doprinose daljnjem razvoju Kvarnera kao outdoor destinacije, kao primjerice košarkaški turniri, domaćinstvo Kvarnera europskom



natjecanju u ergometru, prvenstva Hrvatske koja se održavaju na Kvarneru i dr. Od marketinških alata, korišten je kratak spot Kvarner Outdoor koji kroz 30 sekundi prikazuje najljepše kadrove s outdoor aspekta, naše županije. Film se koristi u promociju kroz razne kanale.

#### **Ostvareni cilj aktivnosti:**

Kroz razna ostala događanja se Kvarner promovira kao outdoor destinacija.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri</b>	TZ PGŽ
<b>Realizacija aktivnosti</b>	29.992,22 €

#### **2.2.3.2. Poticanje outdoor manifestacija od značaja za destinaciju Kvarner**

U 2024. godini se nastavilo s promocijom Kvarnera kroz velika i značajna događanja koji pridonose vidljivošću Kvarnera kao outdoor destinacije i daju veliku marketinšku vrijednost samom projektu. Tako Kvarner promoviran kroz niz vrhunskih natjecanja i to kako slijedi:

##### **2.2.3.2.1. CroRace - međunarodna biciklistička utrka**

#### **Opis aktivnosti:**

Regija Kvarner je promovirana kroz međunarodnu biciklističku utrku „CroRace“, koja se 1-6. listopada 2024. godine održala u Hrvatskoj, u šest etapa i to: Vodice – Sinj, Biograd na Moru – Novalja, Otočac – Opatija, Krk – Labin, Crikvenica – Karlovac, Sveta Nedelja – Zagreb. Drugu godinu za redom se jedna etapa odvijala na otoku Krku. Na području Kvarnera, cilj četvrte etape utrke bio je u Opatiji, dana 3.10.2024., a start pete etape utrke u Krku, 4.10.2024.

Sudjelovalo je 20 svjetskih timova, a čak 6 iz kategorije natjecanja World Tour-a, te ostale iz Pro Continental i Continental. 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. Ključne brojke inozemnog TV prijenosa, uključuju prijenos u 190 država

svijeta na 5 kontinenata, 93 nositelja TV prava (18 više nego 2023. godine), 60 TV & OTT broadcastera, 29 specijaliziranih YouTube kanala/web stranica producirali su i distribuirali dnevne, sažetke, 3 novinske agencije (Reuters, Eurovision, SNTV i AFPTV) distribuirale su snimke utrka svojim članovima diljem svijeta, 1 agencija za distribuciju sadržaja na interkontinentalnim letovima ponudila je sadržaj zrakoplovnim kompanijama iz cijelog svijeta.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri</b>	TZ PGŽ
<b>Realizacija aktivnosti</b>	55.000,00 €

#### 2.2.3.2.2. "4 islands - MTB stage race - Epic Series IRONMAN grupe kao LEGEND race"

##### **Opis aktivnosti:**

9. izdanje jedinstvenog događanja u svijetu brdskog biciklizma „4 Islands MTB Stage Race“ održavalo se od 16. do 20. travnja 2024. godine, a vozilo se preko sva 4 kvarnerska otoka - Krka, Cresa, Lošinja i Raba. Utrka se vozila na cca 300 kilometara staze i preko 6.000 metara ukupnog visinskog uspona. Sudjelovalo je 200 timova (400 vozača), iz 40 zemalja svijeta. Utrka nosi prestižnu licencu od strane Epic Serious IRONMAN grupe kao LEGEND race, a od 2018. se boduje po međunarodnom sustavu bodovanja u brdskom biciklizmu UCI i spada u visoku kategoriju S1 utrke, što znači da natjecatelji utrke svojim nacionalnim timovima prikupljaju bodove za nastup na Olimpijskim igrama.

##### **Ostvareni cilj aktivnosti:**

Ulaskom u Epic Serious IRONMAN grupu produkcijska integracija podigla je ovu utrku na višu razinu. Ostvarena je medijska vrijednost u visini od oko 1,2 mln\$, a regija Kvarner je promovirana ciljanoj skupini natjecatelja i zaljubljenika u biciklizam.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri</b>	TZ PGŽ
<b>Realizacija aktivnosti</b>	42.128,69 €

#### 2.2.3.2.3. Croatia Rally-FIA World Rally championship

---

##### **Opis aktivnosti:**

Najpopularnije automobilističko natjecanje u svijetu uz F1 i najveće sportsko događanje u travnju održano je u Hrvatskoj i na Kvarneru. Natjecanje je bilo upisano u kalendar Međunarodne automobilističke federacije (FIA) i Kalendar Hrvatskog auto i karting saveza (HAKS) te se bodovalo za FIA svjetsko prvenstvo u rally-u. Od 18. do 21. travnja 2024. godine najbolji svjetski vozači rally-a utrkiivali su se na atraktivnim brzinskim ispitima koji su se vozili kroz pet hrvatskih županija: Zagrebačku, Karlovačku, Krapinsko-zagorsku, Varaždinsku i Primorsko-goransku županiju. Na području Primorsko-goranske županije vožena su dva brzinska ispita, dana 19.4.2024. na Platku i u Ravnoj Gori.

##### **Ostvareni cilj aktivnosti:**

WRC (World Rally Championship) najpopularnije je automobilističko natjecanje u svijetu uz F1 kojega redovito prati preko 250 TV postaja i oko 836 milijuna ljudi u cijelom svijetu, pa su kroz ovo natjecanje prikazane ljepote i mogućnosti regije.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri</b>	TZ PGŽ
<b>Realizacija aktivnosti</b>	113.000,00 €

#### 2.2.3.2.4. Promocija kroz događanja na Lošinju

---

##### **Opis aktivnosti:**

Od 26. do 28. travnja 2024. godine u Velom Lošinju održala se poznata biciklistički spust utrke „IXS European Downhill Cup Lošinj 2024“. Podijeljeni u kategorije, dvjestotinjak natjecatelja iz preko 20 zemalja sudjelovalo je spustu. Njemačka, Slovenija, Švicarska, Austrija, Francuska, Mađarska, Finska, Italija, Španjolska, Poljska samo su neke od zemalja sudionika. Natjecatelji su se spuštali stazom dugom 1.350 metara. Iako se radi o istoj trasi kao na Svjetskom kupu, radi se o prilagođenoj verziji za širi krug natjecatelja.

Uz to, u malološinjskoj uvali Čikat održan je XCO Lošinj - cross country mountain natjecanje 14. do 17. listopada 2024. Više od 200 natjecatelja tako se odvažilo u ovoj UCI - C2 utrci, a osim najboljih hrvatskih biciklista, sudjelovali su i najbolji iz Češke, Italije, Slovenije, Austrije, Njemačke,

Poljske i Srbije. utrka u kategoriji olimpijski kros (XCO), jedina je do sada disciplina iz brdskog biciklizma koja se vozi i na Olimpijskim igrama. Staza je duga 4km s visinskom razlikom od 100m, a sadržavala je sve elemente modernog XCO, od uspona, spustova te tehničkih dionica.

**Ostvareni cilj aktivnosti:**

Kroz događanje je promovirana regija i sam Mali Lošinj, ostvaruje se određen broj noćenja, a Mali Lošinj pokazao kao dobar domaćin, što otvara vrata za domaćinstvo daljnjim događanjima.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri</b>	TZ PGŽ u suradnji s TZG Mali Lošinj
<b>Realizacija aktivnosti</b>	25.000,00 €

2.2.3.2.5. Crikvenički plivački maraton sa 100 godišnjom tradicijom

**Opis aktivnosti:**

Dana 15. kolovoza 2024. godine održan je 114. najstariji plivačkom maratonu na Jadranu, Šilo-Crikvenica, koji se tradicionalno se pliva na dan Velike Gospe. Maraton povezuje dva mjesta - preplivavanju od Šila do Crikvenice. Okupeni su natjecatelje iz Hrvatske, Slovenije, Italije, Francuske, Njemačke, Mađarske, Belgije...

**Ostvareni cilj aktivnosti:**

Kroz događanje je promovirana regija.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri</b>	TZ PGŽ u suradnji s TZG Crikvenice
<b>Realizacija aktivnosti</b>	4.000,00 €

2.2.3.2.6. Crikvenica Cup - 10. međunarodni dječji nogometni turnir

**Opis aktivnosti:**

U lipnju se na području Crikveničko-vinodolske rivijere održao tradicionalni Međunarodni dječji nogometni turnir Crikvenica Cup 2024. Na turniru se ove godine ukupno natjecalo preko 250 nogometnih ekipa s preko 3.500 djece natjecatelja i preko 1.000 pratitelja (trenera,



stručnog osoblja i roditelja). Sudjelovale su ekipe iz Hrvatske, Slovenije, Mađarske, Bosne i Hercegovine, Italije, Austrije, Njemačke i Slovačke. U vikendu natjecanja direktno je bilo smješteno 3.700 osoba koje su ostvarile 8.000 noćenja, a pratnjom je ostvareno preko 10.000 noćenja.

**Ostvareni cilj aktivnosti:**

Događanje raste iz godine u godinu, te ostvaruje sve veći broj noćenja, a regija Kvarner se promovira i u tom segmentu ponude.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri</b>	TZ PGŽ u suradnji s TZG Crikvenice
<b>Realizacija aktivnosti</b>	8.000,00 €

2.2.3.2.7. Gorski kotar Bike Tour

**Opis aktivnosti:**

TZ Kvarnera podržala je manifestaciju Gorski kotar Bike Tour koja je održana od 5. do 7. srpnja 2024. godine u svom 12. izdanju sa tri dana vožnje kroz Gorski kotar. Sudionici su upoznali brojne kulturne i prirodne zanimljivosti kraja te kušali lokalne specijalitete. Tri etape u tri dana obuhvatile su Zdihovo-Lukovdol-Blaževci-Vinica-Ravna Gora-Begovo Razdolje-Mrkokalj-Fužine-Lič sa 70 sudionika iz Hrvatske.

**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 PGŽ u suradnji s Promotivom
<b>Realizacija aktivnosti</b>	5.000,00 €



#### 2.2.3.2.8. Kids CroRace

---

##### **Opis aktivnosti:**

U sklopu utrke Cro Race u Opatiji je održan Kids CRO Race koji je okupio je mnoštvo djece i građana koji su pratili utrku za najmlađe, u iščekivanju profesionalnih natjecatelja koji su se utrkivali na trećoj etapi međunarodne biciklističke utrke CRO Race. Kids CRO Race je utrka za djecu na virtualnim trenažerima koja je oplemenila cjelokupan događaj CRO Race s ciljem poticanja što više djece na rekreaciju i sport te stvaranja svijesti o pozitivnim učincima na zdravlje koje kretanje biciklom donosi društvu i pojedincima.

##### **Ostvareni cilj aktivnosti:**

Promocija razvoja cikloturizma i poticanja niskougličnog prometa, održivog i za okoliš neinvazivnog načina kretanja.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri</b>	TZ PGŽ u suradnji s organizatorom
<b>Realizacija aktivnosti</b>	7.000,00 €

#### 2.2.3.2.9. Carnival Snowboard Session Platak

---

##### **Opis aktivnosti:**

Platak, odnosno TZ PGŽ je bila domaćin vrhunskim snowboarderima iz cijele Europe na atraktivnom natjecanju Carnival Snowboard Session-a. Ovaj događaj već dugi niz godina povezuje zabavu međunarodnog Riječki karneval i poklonike adrenalina – i u smislu natjecatelja, ali i gledatelja. Natjecatelji iz više europskih država izvode skokove i akrobacije prilikom spuštanja što je vrlo atraktivno. Organizator je u suradnji s TZ PGŽ manifestaciju promovirao kroz razne online i offline medije (Facebook, instagram, web stranice, tiskovine, portale, televizije), a i vizure Platka su promovirane kroz „predaju“ iskustva natjecatelja. Na ovaj način Platak dobiva na vidljivosti, te širenjem na mapu destinacija svjetskih i europskih natjecanja, promocija destinacije postaje još veća, te otvara mogućnosti šireg pozicioniranja Platka. Uz to, dobar portfolio Platka je i temelj za ostale organizatore koji svoja natjecanja raznih profila (biciklizam, trčanje, automobilizam, orijentacije, utrke sa psima...) mogu organizirati baš na Platku.

### **Ostvareni cilj aktivnosti:**

Kontinuirana promocija Platka kroz natjecanje, te ostvarivanje određenog broja noćenja koje ostvaruju natjecatelji sa svojim timovima, gledateljima, te potrošnja kroz razne ugostiteljske usluge doprinose boljim rezultatima.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri</b>	TZ PGŽ u suradnji s organizatorom
<b>Realizacija aktivnosti</b>	6.600,00 €

#### 2.2.3.2.10. Croatian Skibike Meeting Platak

U siječnju 2024. godine je na Platku održana međunarodna Skibike utrka, uvrštena u utrku Svjetskog Skibike kupa. U cilju predstavljanja i promoviranja Hrvatske i Platka, TZ PGŽ podržava manifestaciju. Svjetski kup se održava u 6 zemalja (uključujući i HR). Skibike je naziv za skijaški bicikl koji umjesto kotača koristi skije i na taj način spaja dvije discipline - skijanje i bicikliranje, te ugošćuje na natjecanju preko 50 vrhunskih svjetskih vozača skibike-a iz SAD-a, Švicarske, Francuske, Njemačke i Austrije te drugih zemalja. Širenjem na mapu destinacija svjetskog kupa, promocija destinacije postaje još veća, te otvara mogućnosti šireg pozicioniranja Platka. Činjenica da je Red Bull jedan od sponzora govori o važnosti i atraktivnosti natjecanja.

### **Ostvareni cilj aktivnosti:**

Kontinuirana promocija Platka kroz natjecanje, te ostvarivanje određenog broja noćenja koje ostvaruju natjecatelji sa svojim timovima, gledateljima, te potrošnja kroz razne ugostiteljske usluge doprinose boljim rezultatima.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri</b>	TZ PGŽ u suradnji s organizatorom
<b>Realizacija aktivnosti</b>	13.000,00 €

#### 2.2.3.2.11. Tenis turniri od značaja za promociju PGŽ

Tijekom 2024. godine TZ PGŽ podržala je promociju regije s naglaskom na održavanje tenis turnira, tenis kampova, treninga, kako za

profesionalce, tako i za rekreativce. Osiguravanjem preduvjeta, te dolaskom teniske akademije renomiranog hrvatskog tenisača, Ivana Ljubičića (Ljubicic Tennis Academy) na Lošinj, dodatno je osnažena ponuda koja privlači sve veći broj igrača. U 2024. godini na području PGŽ održano je više značajnih nacionalnih i međunarodnih događanja, koji su imali veliki odjek i izvan Hrvatske te će značajno doprinose vidljivosti regije.

**Ostvareni cilj aktivnosti:**

Kroz kvalitetnu organizaciju tenis turnira stvara se podloga i privlače se novi organizatori, bez obzira govori li se o profesionalnim ili amaterskim turnirima, a na taj način se ostvaruju noćenja i promovira se regija.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri</b>	TZ PGŽ
<b>Realizacija aktivnosti</b>	31.975,00 €

2.2.3.2.12. Rab Island Hero, Epic Rides by Adria Bike, Underwater Photo Marathon

---

**Opis aktivnosti:**

Rab Island Hero, Epic Rides by Adria Bike i Underwater photo maraton su događanja koja obogaćuju ponudu Raba, s naglaskom na aktivni odmor. Kroz navedene manifestacije koje je podržala TZ PGŽ je promovirana destinacija kao pogodna za aktivni odmor, a održavanje istih generiralo je i određeni broj noćenja te potrošnju na destinaciji.

**Ostvareni cilj aktivnosti:**

Natjecanju je pristupilo preko 500 natjecatelja što je generiralo i veći broj uključujući posjetitelja, a kroz pozitivna iskustva, te ostvarene kontakte ostvaren je cilj daljnjeg razvoja destinacije u outdoor segmentu.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri</b>	TZ PGŽ u suradnji s TZG Raba
<b>Realizacija aktivnosti</b>	11.000,00 €

2.2.3.2.13. Adventure Race Croatia

---

Adventure Race Croatia je pustolovna utrka iz serijala Adventure Race World Series (kvalifikacijska utrka za Svjetsko pustolovno prvenstvo), koja

se održala 13.-18.5.2024. godine, najvećim dijelom na otoku Krku, Rabu i Crikveničko – vinodolskoj rivijeri. Četveročlane ekipe (njih 30-ak iz 15 država) prošle su cca 550km kroz razne discipline (bicikl, trčanje, kajak).

**Ostvareni cilj aktivnosti:**

Tijekom provedbe projekta, provedene su brojne promotivne aktivnosti koje su osigurale vidljivost Kvarnera. Natjecanju je pristupilo preko 500 natjecatelja što je generiralo i veći broj uključujući posjetitelja, a kroz pozitivna iskustva, te ostvarene kontakte ostvaren je cilj daljnjeg razvoja destinacije u outdoor segmentu.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri</b>	TZ PGŽ
<b>Realizacija aktivnosti</b>	7.000,00 €

2.2.3.2.14. Highlander Gorski kotar

Highlander je planinarsko događanje koje promovira zdrav, sportski način života, aktivan odmor, digitalni detox, ali i poštovanje prema prirodi koja nam nudi prirodne ljepote i nemjerljive blagodati. Radi se o prvome Winter izdanju koje se održalo na području Gorskog kotara u veljači 2024. godine. Sudionici su kroz nekoliko dana pješaćenja prošli zadanu rutu, prikupljajući pečate sa zadanih kontrolnih točkaka. Highlander je globalni brend s događajima u 15 zemalja svijeta i vodeća svjetska serija planinarskih događaja, a kontinuirano educira svoju zajednicu o važnim temama kao što su samoodrživost, Leave no trace i Erace the trace načela te nužnost očuvanja planeta u korist generacijama kojima ga ostavljamo u nasljeđe.

**Ostvareni cilj aktivnosti:**

Kroz manifestaciju Highlander koja služi i kao platforma regionalnog razvoja odrađena je promocija, te je lokalna zajednica uključena u popratni sadržaj eventa i realizaciju eventa.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri</b>	TZ PGŽ i TZ Gorskog kotara
<b>Realizacija aktivnosti</b>	15.000,00 €

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

Kvarner kao destinacija duge tradicije u zdravstvenom turizmu, prvorazredna je European Health and Well-being lokacija, s najsuvremenijim uslugama u zdravstvu, wellnesu i turizmu te velikim brojem komplementarnih medicinskih usluga s konkurentnim cijenama. Tijekom 2024. godine nastavljene su aktivnosti brendiranja zdravstvenog turizma, kroz sudjelovanje na tematskim prezentacijama i poslovnim radionicama, kao i kroz promociju u okviru sajamskih nastupa na najznačajnijim tržištima.

Opis aktivnosti:

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

Tijekom cijele 2024. godine nastavljena je uska suradnja s Klasterom zdravstvenog turizma Kvarnera, u kojem je direktorica Turističke zajednice Kvarnera dr.sc. Irena Peršić Živadinov predsjednica Upravnog odbora Klastera. Djelovanje Klastera zdravstvenog turizma na Kvarneru s više od 40 članica potvrđuje organiziranost ponude zdravstvenog turizma, jer kroz klaster se povezuju medicinske institucije, obrazovne institucije, turističke agencije, hotelske kuće, farmaceutska industrija i drugi dionici kao nositelji usluga u zdravstvenom turizmu.

Na sastancima Upravnog odbora teme su bile od značaja za upravljanje razvojem zdravstvenog turizma na Kvarneru, kao i koordinacija s drugim tijelima u zdravstvu i zdravstvenom turizmu, od Ministarstva zdravlja, MINTS-a, itd.

##### **Nastup Klastera zdravstvenog turizma Kvarnera na sajmu ITB Berlin 2024**

Na samostalnom štandu Kvarnera na ITB, Berlin, od 5. do 7. ožujka 2024. godine, nastupile su članice Klastera zdravstvenog turizma Kvarnera kao jedan od suizlagača, te je odrađen niz sastanaka s partnerima i prezentirana ponuda zdravstvenog turizma Kvarnera s naglaskom na Kvarner efekt.

##### **10 godina Klastera zdravstvenog turizma Kvarnera**

Dana 12. studenog 2024. godine Klaster zdravstvenog turizma Kvarnera svečano je obilježio desetljeće uspješnog djelovanja u razvoju zdravstvenog turizma na Kvarneru, a jubilej je proslavljen u Villi Angiolini u Opatiji. Ova posebna obljetnica okupila je brojne predstavnike iz medicinskog, turističkog i znanstvenog sektora, kao i dugogodišnje partnere i suradnike Klastera koji su kroz godine predano radili na stvaranju i brendiranju Kvarnera kao prestižne destinacije zdravlja i kvalitete života.

Tijekom 2024. godine TZ PGŽ je u suradnji s Klasterom zdravstvenog turizma Kvarnera, sustavom turističkih zajednica i partnerima, nastavila s aktivnostima brendiranja zdravstvenog turizma, i to kroz razne promotivne kanale, događanja i platforme. Izdvajamo najznačajnije:

- **2st Adriatic Symposium on Obesity** - održan je u Opatiji u Centru Gervais 26-27.travnja 2024.g. u organizaciji Hrvatskog društva za debljinu Hrvatskog liječničkog zbora, a pod pokroviteljstvom Turističke zajednice Kvarnera, Turističke zajednice grada Opatije, Ministarstva zdravstva RH, Akademije medicinskih znanosti, Primorsko-goranske županije, Grada Rijeke i Grada Opatije. Nakon prošlogodišnjeg 1st Adriatic Symposium on Obesity, također održanog u Opatiji, gdje su predstavljane nove Smjernice za liječenje odraslih osoba s debljinom, pokrenuto je mnogo novih aktivnosti u smislu postavljanja problema debljine u središte javnog zanimanja.
- **3rd International Congress Corporate Wellbeing – Life Quality and Joy of Work** – održan je u Bruxellesu u svinju 2024. godine, a zdravstveni turizam Kvarnera predstavila je poliklinika Terme uz domaćinstvo od strane Europskog odbora regija. Kongres je bio jedno od događanja u okviru European Public Health Week. Kongres je bio nastavak diskusije i prezentacije primjera dobre prakse o modalitetima korporativnog wellbeinga, kako bi se uspješno kreirao Memorandum br. 3, s preporukama za tvrtke kako unaprijediti kulturu i strategije zdravlja za djelatnike. Dodatni cilj kongresa bio je privući pozornost poslovne zajednice i institucija EU, kao i iz drugih zemalja. Naglasak promocije ponude zdravstvenog turizma na Kvarneru bio je na promovirati Crikveničkoj rivijeri, kao idealnoj destinaciju za unaprjeđenje zdravlja i wellbeinga djelatnika. Sudionicima kongresa prikazan je promotivni video Kvarnera, Make Your Own Movie.
- **Konferencija / panel Zašto je vino dobro za zdravlje?** – održana je u Rijeci 9. 3. 2024. u organizaciji Udruge „Srce za nju“, a u prigodi održavanja međunarodnog festivala WineRi.
- **8th Annual ACAP Conference** – u organizaciji Udruge hrvatsko-američkih stručnjaka, Association of Croatian – American Professionals (ACAP), održana je konferencija na kojoj je sudjelovao Klaster zdravstvenog turizma Kvarnera, te je u sklopu panela predstavljen Kvarner kao destinacija zdravlja, distribuiran je promo-materijal i prikazan promotivni video Kvarnera, Make Your Own Movie, namijenjen globalnom tržištu. Program Udruge fokusira se na sljedeća četiri segmenta: prehranu, vježbanje i tjelesnu aktivnost, wellness te trening otpornosti i upravljanja stresom.

- **CIHT - Crikvenica International Health Conference** - promijenjen je datum održavanja, te pomaknut na 2025. godinu
- **XXXVI. Simpozij Hrvatskog društva za pedijatrijsku pulmologiju** – održan je u Malom Lošinj u na temu „Imunološka terapija u pedijatrijskoj imunologiji. Simpozij je imao za cilj istražiti najnovije trendove, istraživanja i primjene raznih oblika imunološke terapije u liječenju pedijatrijskih pulmoloških stanja. Lošinj kao destinacija zdravlja bio je idealno mjesto održavanja zbog prirodnih, klimatskih pogodnosti na zdravlja dišnog sustava i opće zdravlje. Kroz to je promoviran zdravstveni turizam Kvarnera a posebno i poznati „Kvarner Effekt“.

#### **Ostvareni cilj aktivnosti:**

vidljivost brenda Kvarner Health i visitkvarner, marketinška suradnja s partnerima, daljnji razvoj i promocija ponude zdravstvenog turizma na Kvarneru

<b>Nositelji aktivnosti i partneri</b>	TZ PGŽ
<b>Realizacija aktivnosti</b>	14.115,60 €

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

TZ PGŽ je u 2024. godini nastavila s aktivnostima brendiranja kulturnog turizma na području PGŽ. Predstavljanje kulturne ponude regije bilo je dijelom svih promidžbenih aktivnosti. Promocija je uključila i oglašavanje u tiskanim i elektronskim medijima.

#### **2.2.5.1. Daljnji razvoj i marketing projekta**

##### **Opis aktivnosti:**

Korištene su fotografije, filmovi, kraći video "klipovi" i drugi suvremeni zapisi, te tekstovi, za promociju na raznim promocijskim kanalima, a koji su kreirani kroz neke od manifestacija kulturnog turizma i slična događanja i kroz koje je realizirana marketinška suradnja.

##### **Ostvareni cilj aktivnosti:**

vidljivost brenda Kvarner Culture i visitkvarner, marketinška suradnja s partnerima.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri</b>	TZ PGŽ
<b>Realizacija aktivnosti</b>	5.127,94 €

#### 2.2.5.2. Konferencije i festivali kulturnog turizma

##### Opis aktivnosti:

U suradnji s partnerima realizirane su razne aktivnosti, kao što je u Rijeci održana „Konferencija o valorizaciji kulturne, povijesne i sakralne baštine u turizmu“, zatim „Dani Frane Petrića u Cresu“, stručni skup „Institucionalizacija nematerijalne kulturne baštine i njen utjecaj na nositelje kulturnih dobara“ u „Kući Halubajškoga zvončara“ u Viškovu, i drugi sadržaji kulturnog turizma, kojim je promovirano bogatstvo raznolikosti kulturne baštine.

Konferencija - 17th Conference, ECTN Dublin, Dublin, 23. – 26. Listopada 2024 i osvojena nagrada „**Destination of Sustainable Cultural Tourism**“

U suradnji s ECTN / „European Cultural Travel Network“, u sklopu projekta „European Colaboration for Smart and Sustainable Cultural Tourism Destinations“, TZ Kvarnera je kandidirala interpretacijski centar „Kuću halubajškoga zvončara“ i tradicionalnu rutu – ophod Halubajških zvončara za nagradu ECTN-a „Destination of Sustainable Cultural Tourism“. Ruta tj. ophod Halubajških zvončara nematerijalno je kulturno dobro upisano u Registar kulturnih dobara Republike Hrvatske 2007. godine te kulturno dobro koje je 2009. godine uvršteno na UNESCO-ov Reprezentativni popis nematerijalne kulturne baštine čovječanstva.

Nagrada je uručena predstavnicima Kuće Halubajškoga zvončara na konferenciji u Dublinu.

##### Ostvareni cilj aktivnosti:

vidljivost brenda Kvarner Culture i visitkvarner, marketinška suradnja s partnerima, promocija Kvarnera kao cjelogodišnje destinacije

<b>Nositelji aktivnosti i partneri</b>	TZ PGŽ
<b>Realizacija aktivnosti</b>	4.390,80 €

### **2.2.5.3. Poticanje kulturnih manifestacija od značaja za destinaciju Kvarner**

Tijekom 2024. godine poticali su se festivali i manifestacije iz domene kulturnog turizma, uključujući domaćinstva produkcijskim projektima u suradnji s drugim sudionicima iz turističkog i umjetničkog sektora. Filmski festivali značajno doprinose etabliranju Kvarnera kao destinacije kulturnog turizma s respektabilnim i jedinstvenim filmskim festivalima, od kojih izdvajamo:

#### **2.2.5.3.1. Cinehill - brdo Filmova 2024**

##### **Opis aktivnosti:**

Gorski kotar i izletišta Petehovac postali su u još 2023. godini nova lokacija za održavanje etabliranog filmskog festivala – Motovun Film Festivala, koji je nakon uspješnih 25 godina održavanja u Motovunu, preseljen u Gorski kotar, na Petehovec. Tako je od 24. – 28. srpnja 2024. godine festival uspješno „nadograđen“ sadržajima po znamenitim i zanimljivim lokacijama Gorskog kotara. Time je program trajao jedan dan duže nego li je bilo predviđeno. U programu je prikazano ukupno 98 filmova u 59 projekcija. Na glavnoj festivalskoj lokaciji Petehovac filmovi su se prikazivali u prigodno izgrađenim kinima: dva kina pod šatorima za dnevne projekcije (Cirkus Fellini i Bijelo kino), te večernjem kinu Sanjkalište na otvorenom. Uz to, realizirali smo plan širenja festivalskih programa po ostalim lokacijama Gorskog kotara, pa su tako posebne projekcije organizirane u Delnicama (kino Radnički dom), u park-šumi Golubinjak (na otvorenom, uz gostovanje Stipe Božića), Fužinama (na otvorenom, jezero Lepenica, uz gostovanje Bogdana Diklića) i Moravicama (na otvorenom / nogometno igralište, uz gostovanje Bogdana Diklića). Tri dodatne projekcije filmova iz festivalskog programa organizirane su u Rijeci, na otvorenoj sceni Art kina Croatia, od kojih je jedna uz gostovanje autora Juliena Templea.

Filmski program s više od stotinu filmskih naslova sa svih strana svijeta, u konkurenciji za tri festivalske nagrade, bio je praćen raznim sadržajima kao što su koncerti domaćih i stranih glazbenika i/ili glazbenih događanja, eko radionice, izletničke ture i upoznavanje Nacionalnog parka Risnjaka. Festival dovodi brojne filmske goste iz Hrvatske, Europe i zemalja svijeta, a posjetitelji festivala popunili su smještajne kapacitete ne samo Gorskog kotara, već i drugih destinacija na Kvarneru.

##### **Ostvareni cilj aktivnosti:**

vidljivost brenda Kvarner Culture i visitkvarner, marketinška suradnja s partnerima.

Kroz marketinško / medijsko praćenje Festivala realiziran je doprinos ugledu i promociji Kvarnera kao destinacije kulturnog turizma. Bogat

filmski program s brojnim dodatnim sadržajima privukao je velik broj gledatelja i predstavnika medija na Petehovac i druge lokacije u Gorskom kotaru, čime je zasigurno Gorski kotar stavljen na mapu vrhunskih festivala koje prepoznaju ljubitelja filma, a Kvarner dobio na imageu destinacije s ponudom kulturnog turizmu. Kroz marketinško / medijsko praćenje Festivala doprinosi se ugledu i promociji Kvarnera kao destinacije kulturnog turizma.

Nagrada - Festival je osvojio nacionalnu nagradu HTZ-a u kategoriji „Nagrada u kulturnom turizmu“ za 2024. godinu, te priznanje TZ Kvarnera za doprinos razvoju kulturnog turizma na Kvarneru.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri</b>	TZ PGŽ
<b>Realizacija aktivnosti</b>	110.000,00 €

#### 2.2.5.3.2. RAFF 2024

##### **Opis aktivnosti:**

Rab Film Festival održan je u gradu Rabu po šesti puta od 23. – 27. 8. 2024., s uspostavljenim dobrim partnerskim odnosima s domaćinima, i s mrežom stručnjaka iz industrije, te je postao nezaobilazna točka kulturnog turizma na regiji.

Filmski turizam daje mogućnost za promociju destinacije na atraktivan način i uz veliku medijsku praćenost. Budući je festival zamišljen kao platforma za predstavljanje ne samo filma, nego i filmskih srodnih umjetnosti, festival obuhvaća paletu pratećih sadržaja (koji se čak protežu na pred i post-programe dužeg trajanja od samog filmskog dijela manifestacije), namijenjenih posjetiteljima i profesionalcima tijekom samog festivala, kao što je posebna gastro ponuda, koncerti i zabavni programi, izložbe, stručne, tematske radionice i paneli, i drugo. Festival na Rab dovodi brojne predstavnike medija i ima ogromnu vidljivost, čime se i regija ističe kao destinacija kulturnog turizma.

Organizatori festivala bili su Pučko otvoreno učilište Rab, Grad Rab i RAFF Centar iz Zagreba. Osim filmskog programa (RAFF CINEMA), festival je obuhvaćao još 4 programa - edukacijski, glazbeni i panelski program - RAFF GENERATION, RAFF BEAT te RAFF TALK. Također, posebno je dizajnerski osmišljen i izveden «festivalski trg» - RAFF FESTIVAL SQUARE VAROŠ, glavna lokacija programa.

### **Ostvareni cilj aktivnosti:**

vidljivost brenda Kvarner Culture i visitkvarner, marketinška suradnja s partnerima. Šest uspješnih godina suradnje Turističke zajednice Kvarnera i organizatora Rab Film Festivala regiji Kvarner i otoku Rabu donijelo je zaista zanimljivu promociju destinacije koja se upravo profilira kao destinacija ne samo filmskih festivala, nego i idealna destinacija za snimanje raznih filmova i serija. Rab Film Festival važna je točka kulturnog turizma regije, koji kroz filmski turizam daje mogućnost za promociju destinacije s motivom dolaska za domaće i strane zaljubljenike u film. Gosti i profesionalci iz svijeta filma mogli su tijekom RAFF-a ne samo uživati u vrhunskim filmovima na nekoliko lokacija, od kojih je svakako najljepša kino pod vedrim nebom u staroj gradskoj jezgri grada Raba, nego i u raznim pratećim sadržajima inspiriranim filmskom umjetnošću. Sve to pratili su brojni predstavnici medija, a Kvarner se predstavio kao destinacija filmske umjetnosti i kulturnog turizma.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri</b>	TZ PGŽ
<b>Realizacija aktivnosti</b>	30.000,00 €

#### 2.2.5.3.3. Ostali filmski festivali i suradnje

Uz navedene RAFF i Cinehill Film Festival, PGŽ je popularna „pozornica“ kako za održavanje filmskih festivala, primjerice History Film Festivala, zatim konferencija o filmu, snimanje filmova i serijala, tako i za brojna događanja u kulturi, od značaja za ugled regije kao destinacije raznovrsnosti i kulturnog turizma. Također, u 2024. godini putem mreže festivala u inozemstvu, sa značajnim medijskim praćenjem, TZ PGŽ je promovirala Kvarner kao turističku destinaciju, te na taj način osigurati vidljivost prema ciljnim skupinama.

### **30. Sarajevo Film Festival ugostio Kvarner – Gastronomija i film:**

Opis aktivnosti:

Dana 18. kolovoza 2024. u kongresnom hotelu Hills na Ilidži, u prigodi ceremonije dodjele nagrada Srce Sarajeva za najbolje regionalne TV serije na 30. Sarajevo Film Festivalu, uz uvodne riječi moderatora Tarika Filipovića i razgovora sa chefovima Deni Srdočem i Michelom Gollenzom, najavljena je regija Kvarnera i novi brend „Kvarner -European Region of Gastronomy 2026“.

Naime, Turistička zajednica Kvarnera je i ove godine na poziv organizatora Sarajevo Film Festivala i partnera Gault&Millau Croatia

sudjelovala na prestižnom, 30. Sarajevo Film Festivalu, gdje su u suradnji s Turističkom zajednicom grada Malog Lošinja i Lošinj Hotels & Villas kroz gastronomiju i premijeru novog spota svjetske čelističke zvijezde Stjepana Hausera, snimanog na lokacijama otoka Lošinja, predstavljene gastronomske čari i ljepote Kvarnera kao Europske regije gastronomije u 2026. godini. Kvarner, odnosno Turistička zajednica Kvarnera, Turistička zajednica grada Malog Lošinja i hotelska grupacija Lošinj Hotels & Villas bili su partneri gala večere Sarajevo Film Festivala održane u hotelu Hills, koja se već tradicionalno održava u prigodi dodjele nagrada Srce Sarajeva za TV serije. Uzvanici najsvečanije večere Sarajevo Film Festivala uživali su u delicijama vrhunskih chefova Michaela Gollenza (Trofej veliki chef sutrašnjice Gault&Millau Croatia 2022) - chef kuhinje restorana Alfred Keller (1 Michelin\*) u luksuznom Boutique Hotelu Alhambra u Malom Lošinju i Denija Srdoča (Trofej mladi talent godine Gault&Millau Croatia 2018) - iz restorana Nebo (1 Michelin\*) i Hidden Wine Bistrea u Rijeci.

Ostvareni cilj aktivnosti:

vidljivost brendova Kvarner Gourmet&Food, Kvarner – European Region of Gastronomy, Kvarner Culture i visitkvarner, marketinška suradnja s partnerima. Održana svjetska premijera novog promotivnog, destinacijskog filma otoka Lošinja "Secret Garden", promoviran novi gastro vodič Gault&Millau s naglaskom na regiju Kvarner. Na Festivalu je bilo 600 akreditiranih novinara iz cijelog svijeta, oko 3.000 akreditiranih gostiju, a zanimanje profesionalaca i gostiju bilo je ogromno. Gastronomija i filmska industrija idealan su spoj u promociji svake turističke destinacije, a Kvarner je sa svojom toliko raznolikom ponudom potvrdio zašto postaje sve traženiji "filmski set", ali i sve omiljenija destinacija filmske publike budući je Kvarner i domaćinom sve većeg broja filmskih festivala"

## **History Film Festival**

### **Opis aktivnosti:**

8. History Film Festival održan je od 09. do 13. rujna 2024. godine u Rijeci uz sedamnaest filmova iz službenog natjecateljskog programa i uz sudjelovanje gostujućih autora i urednika nacionalnih televizijskih kuća više zemalja, a uz potporu TZ PGŽ. Za profesionalce i medije organiziran je studijski posjet atrakcijama po kulturno-turističkoj ruti Putovima Frankopana, uz stručno vođenje i interpretaciju povijesno-kulturne baštine Kvarnera.

### **Ostvareni cilj aktivnosti:**

Vidljivost brendova Kvarner Gourmet&Food, Kvarner – European Region of Gastronomy, Kvarner Culture i visitkvarner, marketinška suradnja s partnerima. 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.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri</b>	TZ PGŽ
<b>Realizacija aktivnosti</b>	14.747,38 €

#### 2.2.5.3.4. Rabska fjera 2024

##### **Opis aktivnosti:**

Rabska fjera - povijesno utemeljena manifestacija s preko 700 kostimiranih sudionika, prvi i najveći srednjovjekovni ljetni festival u Hrvatskoj, održan je u 25., 26. i 27. srpnja 2024. godine, i to po 23. put. Fjera je tradicionalna svetkovina u duhu srednjeg vijeka u kojoj se obnavljaju i prezentiraju običaji, zanati, život i duh rapskog srednjovjekovlja. Posebno je atraktivno predstavljanje na otvorenoj sceni: ulicama, trgovima i u dvorištima najstarijeg dijela grada - Kaldanca. Rabska fjera završila je koncertom i vatrometom koji je simbolično označen povratak u sadašnjost.

##### **Ostvareni cilj aktivnosti:**

Zbog svoje atraktivnosti, Fjera je manifestacija koja je posebno medijski popraćena od strane domaćih i brojnih stranih medija, a Kvarner time dobiva na ugledu destinacije s ponudom kulturnog turizma.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri</b>	TZ PGŽ
<b>Realizacija aktivnosti</b>	13.000,00 €

#### 2.2.5.3.5. Creski semenj

Creski semenj se tradicionalno vezuje uz svetkovinu Gospe Snježne, a prvi put se spominje u Dekretu Republike Venecije, 14.8.1543. godine. Tradicija održavanja obnovljena je devedesetih godina 20. stoljeća, a danas je Creski semenj finale ljetnih događanja na Cresu koje postaje snažan motiv za dolazak gostiju uz jasno definiran osnovni cilj događanja: prezentacija creske povijesti, baštine i tradicije.

U 2024. godini manifestacija je održana 5. – 7. kolovoza, a sadržavala je sajam autohtonih proizvoda, izložbe na otvorenom (prikaze upotrebnih predmeta i načina života iz povijesti otoka), izložbu „Creskog muzeja“ o zaboravljenim creskim riječima i stihovima, izložbu keramike i fotografije

pod nazivom „Celestial“, predstave, radionica filcanja vune, vođene kostimirane, tematske ture Cresom, regatu tradicijskih drvenih barki, sportska natjecanja i obilje zabave.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Medijska vidljivost destinacije, vidljivost visitkvarner, marketinška suradnja s partnerima, očuvanje tradicijskih vrijednosti i baštine.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri</b>	TZ PGŽ
<b>Realizacija aktivnosti</b>	5.000,00 €

#### 2.2.5.3.6. Nastavak završenih EU projekata

TZ PGŽ je i u 2024. godini nastavila s kontinuiranom promocijom turističkih proizvoda nastalih u sklopu prethodno provedenih EU projekata. Tijekom Programskog razdoblja 2014-2020, TZ PGŽ je surađivala kao partner na brojnim EU projektima, pretežito onima iz područja kulture te i nakon službenog završetka projekata ima obavezu osigurati trajnost novostečenih turističkih proizvoda i nadograđivati postignute vrijednosti.

Operativno, to znači da iako su 2019. godine službeno završili 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), početkom 2020. godine projekt Claustra+ (Prekogranična destinacija kulturnog i zelenog turizma Claustra Alpium Iuliarum), 2021. godine projekti Arca Adriatica (Zaštita, promocija i turistička valorizacija jadranske pomorske baštine) i Kulturno-turistička ruta Putovima Frankopana, operativne i promocijske aktivnosti su se nastavile i u 2024. godini.

Opis aktivnosti:

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

**ARCA ADRIATICA (Zaštita, promocija i turistička valorizacija jadranske pomorske baštine)**

U 2024. godini TZ PGŽ je na razne načine promovirala maritimne projekte Malu barku 2 i Arcu Adriaticu:

1. Sufinanciranje šest tematskih maritimnih manifestacija:
  - 16. Smotre i regate tradicijskih barki u Mošćeničkoj Dragi
  - 27. Krčkih jedara u Krku
  - 58. Ribarskog tjedna u Crikvenici
  - 12. Kvarnerskog festivala mora i pomorske tradicije - FIUMARE 2024 u Rijeci
  - Festivala Losinava - Lošinjskim jedrima oko svijeta u Nerezinama/Malom Lošinju
  - 15. izdanja regate tradicijskih barki na jedra za Trofej "Nino Gasparinich" u Lovranu
2. Održavanje domene i aplikacije za web hosting paket mala-barka.eu
3. Cjelogodišnje oglašavanje i promocija brenda Kvarner Maritime Heritage na portalu <https://emorje.com/>
4. Medijsko praćenje 5 maritimnih manifestacija na području Kvarnera
5. Predstavljanje brenda Kvarner Maritime Heritage prilikom sudjelovanja na Exchange Lab-u u Mošćeničkoj Dragi i Cesenaticu u sklopu EU projekta Adriatic PorTLand
6. Predstavljanje brenda Kvarner Maritime Heritage na najvećem pomorskom festivalu na Mediteranu „Escale a Sète” kojeg je 2024. godine posjetilo više od 400 tisuća posjetitelja, a koji se tradicionalno održava od 2010. godine pod pokroviteljstvom UNESCO-a u južnom francuskom gradu Sèteu
7. U sklopu izleta namijenjenih Kvarner Family iznajmljivačima obilazile su se markacije kvarnerske maritimne baštine i interpretacijski centri maritimne baštine osnovani u sklopu projekata Mala barka 1 i 2 te Arca Adriatica
8. Tijekom studijskih putovanja i sajмова prezentirani su rezultati i atrakcije projekata Mala barka 1 i 2 te Arca Adriatica

### **KULTURNO-TURISTIČKA RUTA PUTOVIMA FRANKOPANA**

U sklopu projekta KTR Putovima Frankopana TZ PGŽ je tijekom 2024. godine odradila sljedeće aktivnosti:

1. Priprema i objava članaka na temu KTR Putovima Frankopana u newsletteru HTZ-a
2. Objave na aplikaciji Visit Kvarner, Facebook i Instagram profilima TZ PGŽ
3. TZ PGŽ je u 2024. godini predstavila KTR Putovima Frankopana na 12 međunarodnih sajмова:

- Holiday Fair, Brussels
  - BIT, Milano
  - f.re.e, München
  - Liberamente, Bologna
  - Fiets en Wandelbeurs, Utrecht
  - ITB, Berlin
  - BMT, Napoli
  - Ferien Messe, Beč
  - Tempolibero, Vicenza
  - Międzynarodowe Targi Turystyki (MTT), Wrocław
  - RDA, Köln
  - WTM, London
4. TZ PGŽ je ugovorila oglašavanje KTR Putovima Frankopana na rotopanou u centru Ljubljane u razdoblju od 30.11.2024. do 30.01.2025. godine, kao i druga oglašavanja
  5. Sufinanciranje manifestacije „Drivenik - putnik kroz vrijeme“ tijekom koje se ističe turistički potencijal kaštela Drivenik i aktivno se promovira KTR Putovima Frankopana
  6. Sufinanciranje biciklističke manifestacije "Od kaštela do kaštela" tijekom koje su sudionici vozili duž cijele Vinodolske općine, od starta u Bribiru ispred kule Turan i cilja na driveničkom kaštelu, obilazeći prirodne atrakcije Vinodola i KTR Putovima Frankopana
  7. Za vrijeme trajanja Dana hrvatskog turizma TZ PGŽ je za sudionike organizirala jednodnevni izlet na temu KTR Putovima Frankopana tijekom kojeg su posjetili Bakar i Kraljevicu
  8. Sufinanciranje monodrame „ANA KATARINA“ - Žena koja je 1670. izgubila sve
  9. TZ PGŽ je u 2024. godini organizirala brojna studijska putovanja za novinare, influencere/bloggere i agente, a Frankopanska ruta/baština je bila uključena u 30% svih studijskih putovanja, odnosno:
    - novinari, influenceri i agenti iz zemalja članica EU (Austrija, Njemačka, Nizozemska, Slovenija, Belgija, Mađarska, Italija, Finska, Španjolska...) te iz SAD-a, Ujedinjenog kraljevstva, Srbije, posjetili u kaštela, dvorce, sakrana zdanja i interpretacijske centre KTR Putovima Frankopana
    - kod stručnih vođenja koja nisu uključivala fizički posjet „frankopanskoj baštini“ nezaobilazni dio svake ture je i povijest i značaj Frankopana za našu županiju

- za istaknuti je da su od 23. do 24.10.2025. godine TZ PGŽ i Hrvatska turistička zajednica bili domaćini Godišnje skupštine RDA, vodećeg udruženja organizatora autobusnih i drugih grupnih turističkih programa koje se održalo na Kvarneru te je u toj prigodi TZ PGŽ organizirala studijsko putovanje za više od 100 sudionika koji su imali priliku posjetiti frankopanske posjede na području Rijeke i otoka Krka
10. Tijekom edukativnih studijskih putovanja i izleta koje je TZ PGŽ organizirala tijekom 2024. godina više od 100 Kvarner Family iznajmljivača obišlo je kašte, dvorce, sakralna zdanja i interpretacijske centre, ali i upoznalo proizvode koji su dio kulturno-turističke rute Putovima Frankopana:
- 20.10.2024. i 24.11.2024. u organizaciji TZ PGŽ iznajmljivači su tijekom edukativnog studijskog putovanja u Gorski kotar upoznali craft destileriju iz Gorskog kotara Lynx Craft Distillery te su imali priliku kušati pelinkovac „Pelinova kći“, nastao kao rezultat suradnje s Kulturno-turističkom rutom Putovima Frankopana Primorsko-goranske županije
11. Međunarodno povjerenstvo od 7 članova – stručnjaka iz IGCAT-a (International Institut for Gastronomy, Art, Culture and Tourism) je u prigodi obilaska regije radi procjene razine spremnosti za titulu “Kvarner-European Region of Gastronomy”, posjetilo Interpretacijski centar u dvorcu Kraljevica i upoznalo se s KTR Putovima Frankopana, a četverodnevnom posjetu doživjeli su priču gotovo cijele rute, kušali Frankopansku tortu (obje verzije), pelinkovac “Pelinova kći”, kao i druge baštinske delicije, što je zasigurno doprinijelo konačnoj ocjeni regije. U sklopu brendiranja gastronomije, obavljeno je posebno fotografiranje Frankopanske torte, te se motiv koristi u oglašavanju destinacije.
12. KTR Putovima Frankopana je uvrštena i u utrku CroRace:
- utrka je snimana i iz zraka te je više od 190 zamalja imalo priliku vidjeti kašte KTR Putovima Frankopana

### **CLAUSTRA+ (Prekogranična destinacija kulturnog i zelenog turizma Clastra Alpium Iuliarum)**

Tijekom 2024. godine TZ PGŽ je provela sljedeće aktivnosti u sklopu projekta Clastra+:

1. Sudjelovanje u konzorciju „Partnerstvo za očuvanje i oživljavanje baštine obrambenog sustava Clastra“
2. Interpretacija kreiranih itinerara Clastra+ agentima, partnerima, turističkim vodičima i drugim dionicima

### **Ostvareni ciljevi aktivnosti:**

Nakon završetka EU projekata, ključno je nastaviti s promocijom i unapređenjem novostvorenih turističkih proizvoda. Stoga je TZ PGŽ i tijekom 2024. godine kontinuirano provodila aktivnosti usmjerene na promociju i daljnji razvoj stvorenih proizvoda, čime se osigurava dugoročnost projektnih rezultata, njihova integracija u turističku ponudu destinacije te doprinosi održivom razvoju kulturne i prirodne baštine.

Sve provedene aktivnosti bile su usklađene s Akcijskim planovima, Planovima promocije, Marketinškim planovima, Smjernicama razvoja destinacije, Krovnim interpretacijskim planovima i drugim strateškim dokumentima specifičnim za svaki EU projekt.

Uvođenje novih itinerara u turističke programe konkretan je dokaz da EU projekti značajno obogaćuju destinaciju novim turističkim sadržajima, donoseći koristi svim dionicima.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri</b>	TZ PGŽ
<b>Realizacija aktivnosti</b>	70.355,44 €

#### **2.2.5.4. Kvarner Nature**

Opis aktivnosti:

**Zaštita bjeloglavih supova** - tijekom svibnja 2024. godine obavljeno je prstenovanje supova, u cilju promocije i zaštite biološke raznovrsnosti na Kvarneru, a posebice bjeloglavih supova. Ukupno imamo 1.197 prstenovana supa, od toga 50 u 2024. godini. TZ PGŽ podržava akciju prstenovanja supova, čime doprinosi stabilnosti populacije i osiguranju obitavališta bjeloglavih supova na Kvarneru, što je izuzetno bitno za održavanje biološke raznolikosti, koja je neprocjenjiv temelj održivog razvoja i ekološkog turizma na Kvarneru. Naime, u gotovo svim prezentacijama turističke ponude Kvarnera ističe se biološka raznolikost i supovi kao prednost naše regije te se Kvarner pozicionira prema „green destination“ imidžu.

**Festival kamelija** - u sklopu projekta zaštite i promocije prirodne baštine, te promocije "zelenih" područja i parkovne arhitekture, TZ PGŽ podržala je i sudjelovala u Festivalu Kamelija, održanom u travnju 2024. godine u Opatiji, u parku Angiolina. Kamelije su turistička atrakcija i prepoznatljiv simbola Opatijske rivijere, koje ističemo u promociji cijele regije Kvarner. Festival je sadržavao i znanstvena predavanja, edukacije iz područja hortikulture i drugih sadržaja, kao i teme utjecaja kamelije na turističku ponudu.

### **Ostvareni cilj aktivnosti:**

Zaštita prirode; flore i faune na Kvarneru, uz povećanje image-a Kvarnera kao ekološki svjesne destinacije, zastupljenost u medijima i interes gostiju.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri</b>	TZ PGŽ
<b>Realizacija aktivnosti</b>	2.600,00 €

### **2.2.6. NAUTIČKI TURIZAM I CRUISING – RAZVOJ I BRENDIRANJE**

Kvarner je na karti nautičara prepoznatljiva destinacija - očuvan okoliš i atraktivna obala i otoci, čisto more, odlični uvjeti za jedrenje - dobri klimatski i vremenski uvjeti, povijest, pomorska tradicija, prateća nautička infrastruktura, brojnost i lokacija luka otvorenih za javni promet, maritimna baština (Mala barka, Arca Adriatica). Nautičari su klijentela koja u velikoj mjeri cijeni gastronomiju, te autohtone proizvode i namirnice, s čime je ponuda regije na zavidnoj razini.

Ovisno o tipu plovila koji nautičar koristi, ovisi i želja i potreba za outdoor aktivnostima - jedriličar teži traganju za vjetrom i jedrenju, te se na taj način rekreira, dok nautičar s motornim brodom više traži outdoor ponudu, ali u blizini same marine ili lučice u kojoj je vezan. Kapacitet u lukama nautičkoga turizma raste, obnavljaju se charter flote, pa su shodno tome i noćenja ostvarena u nautičkom turizmu u porastu. Nastavlja se s promocijom nautičkog turizma (infrastruktura, ljepote obale i podmorja), te s aktivnostima usmjerenim ka podizanju ekološke svijesti nautičara i čuvanja morskog akvatorija. Kroz marketinške aktivnosti targetirane su ciljane skupine u pred i posezoni, u suradnji s nositeljima ponude, kako bi se podigla percepcija gostiju o županiji kao nautičkoj destinaciji izvan glavne sezone, kroz povoljne aranžmane (pakete usluga), povezujući i ostale segmente turističke ponude (od gastronomije, kulture, outdoor-a i sl.), te koristeći sigurnost i stabilnost uvjeta u destinaciji.

Nadalje, u segmentu cruisinga, zahvaljujući višegodišnjem intenzivnom ulaganju u promociju PGŽ-a i Rijeke kao cruising destinacije, te činjenici da se industrija crusing-a vratila na tržište, TZ PGŽ je kao i prethodnih godina, u suradnji s TZG Rijeke i Lučkom upravom Rijeka, odrađivala welcome servise gostiju s brodova koji su uplovili u Rijeku. Tako je u 2024. godini Rijeku je posjetilo 30 velikih brodova s 43.405 putnika i 283 brodova kapaciteta manjeg od 50 putnika s 11.831 putnikom pretežito germanskog porijekla. Ukupan broj putnika koji su Rijeku posjetili u



2024. godini iznosio je 55.236, što je ujedno i najveći broj putnika s brodova na kružnim putovanjima koji je u jednoj godini posjetio riječku turističku destinaciju. Po dolasku u luku, gosti s brodova na kružnim putovanjima su autobusima išli na organizirane izlete. Izleti su se organizirali u bližoj i daljnjoj okolici Rijeke, na području PGŽ. Ipak, najpopularniji izlet bio je razgledavanje Trsata s opcijom da se gosti nakon razgleda Trsata iskrcaju u centru Rijeke gdje su samostalno razgledavali riječke znamenitosti nakon čega bi se vraćali na brodove prije odlaska.

#### **Ostvareni cilj aktivnosti:**

Promet uplovljavanja kruzera se povećava, te postaje stabilno (cruising industrija bila jedan od segmenata turizma koji se u okolnostima nastavka pandemije sporije oporavljao), a welcome servisi koji provodi TZ Kvarnera u suradnji s TZG Rijeke, su od strane gostiju vrlo dobro prihvaćeni. Temeljem dosadašnjih ostvarenih rezultata, za 2025. godinu su najave dobre, te se očekuje dolazak 24 veća broda s približno 30.000 putnika i 260 manjih brodova s približno 10.000 putnika.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri</b>	TZ PGŽ
<b>Realizacija aktivnosti</b>	25.449,88 €

### **2.2.7. ODRŽIVA TURISTIČKA DESTINACIJA - RAZVOJ I BRENDIRANJE**

#### **Opis aktivnosti:**

Tijekom 2024. godine, TZ PGŽ je aktivno provodila niz inicijativa i EU projekata usmjerenih na brendiranje Kvarnera kao održive turističke destinacije. Suradnjom s domaćim i međunarodnim partnerima, TZ PGŽ je dodatno unaprijedila razvoj održivog turizma, očuvanje prirodne i kulturne baštine te osnaživanje lokalnih zajednica.

Kroz sudjelovanje u EU projektima i raznim inicijativama, Kvarner se sve više pozicionira kao predvodnik održivog i odgovornog turizma, čime se osigurava dugoročna konkurentnost destinacije i očuvanje njezinih prirodnih i kulturnih resursa.

Tijekom 2024. godine provodile su se završne aktivnosti EU projekta UPREST (UP - & REskilling Sustainable Tourism in a new digital era), u sklopu kojeg je izrađen Priručnik za poticanje digitalizacije u sektoru održivog turizma.

Osim UPREST-a, TZ PGŽ sudjelovala je i u dva nova EU projekta koji dodatno naglašavaju održivost kao ključni element razvoja turizma u regiji.

Kroz EU projekt SOCRAT (Socializing Craft & Contemporary Art for Sustainable Tourism) promovira se održivi razvoj turizma kroz povezivanje suvremene umjetnosti, obrtništva, kreativnih industrija i civilnog društva. Ovaj projekt ima za cilj smanjenje sezonalnosti turizma, jačanje suradnje između umjetnika i lokalnih vlasti te kreiranje autentičnih turističkih doživljaja koji će dugoročno doprinijeti atraktivnosti i održivosti destinacije.

Također, TZ PGŽ bila je partner i na projektu MIST (Empowering Micro Destinations for Sustainable Tourism), čiji je cilj osnaživanje mikro destinacija kroz poticanje održivog turizma. Projekt je fokusiran na valorizaciju lokalnog identiteta, kulturne i prirodne baštine te ekonomsko osnaživanje lokalnih zajednica. U sklopu projekta izrađen je i Priručnik s primjerima dobre prakse i smjernicama za održivo upravljanje mikro destinacijama.

TZ PGŽ i u sklopu završenih EU projekata nastoji brendirati Kvarner kao održivu turističku destinaciju te je i u 2024. godini nastavila razvijati i promovirati brend „Kvarner Maritime Heritage“. Brend je osmišljen tijekom provođenja EU projekata Mala barka i Arca Adriatica, a 2022. godine je proglašen najboljim tematskim proizvodom održivog kulturnog turizma u Europi na natječaju Europske mreže kulturnog turizma (ECTN), dok je 2023. godine osvojio još jedno prestižno međunarodno priznanje - BIG SEE Award u kategoriji „Kreativne priče i identitet destinacije kao jedinstven doživljaj“.

U 2024. godini TZ PGŽ je nastavila sudjelovati i u projektu INHERIT (Strategija održivog turizma za očuvanje i valorizaciju prirodne baštine obalnog i morskog područja Mediterana). Projekt je bio financiran u sklopu programa Interreg Mediteran (MED), a trajao je od 1.2.2018. do 31.1.2022. godine. Projekt je okupljao ukupno 15 projektnih partnera iz 10 zemalja s područja Mediterana, među kojima su i MINTS i Institut za poljoprivredu i turizam Poreč (IPTPO). Cilj projekta je zajednički rad na očuvanju i valorizaciji prirodne baštine u obalnim i priobalnim med destinacijama te testiranje i razvoj novog pristupa prilagođenog MED specifičnostima kako bi se zaštitila prirodna baština od negativnih učinaka intenzivnog razvoja turizma. TZ PGŽ je aktivno sudjelovala u projektu te je zajedno s ostalim partnerima radila na promicanju INHERITURA područja, koja predstavljaju obalne regije s fokusom na održivi turizam i zaštitu prirodne baštine.

Dr. sc. Irena Peršić Živadinov, direktorica TZ PGŽ, imenovana je ambasadoricom INHERITURA područja, što omogućuje TZ PGŽ da pruža konzultacije trećim stranama zainteresiranim za INHERIT pristup. Uz

ostale ambasadore u Hrvatskoj, TZ PGŽ aktivno surađuje u promicanju INHERITURA područja te doprinosi dugoročnom širenju INHERIT pristupa i njegovim rezultatima, čime se osigurava održivost projekta i njegova šira prihvaćenost od strane javnih tijela i menadžera turističke industrije na Mediteranu.

U 2024. godini TZ PGŽ je u suradnji s partnerskim institucijama pripremala prijave za nove EU projekte, koji će se pojaviti u 2025. godini. Za istaknuti je potencijalni EU projekt Mala 3ARKA u sklopu kojeg će se kvarnerska bogata maritimna baština i brend „Kvarner Maritime Heritage“ dodatno istaknuti na mapi održivih turističkih destinacija i proizvoda. Također, TZ PGŽ je u suradnji sa švedskim i talijanskim partnerima pripremala prijavu za projekt usmjeren na poticanje održivog i integriranog teritorijalnog razvoja mikro destinacija obzirom da mikro destinacije imaju veliki potencijal za održivi razvoj turizma, no suočavaju se s brojnim izazovima u upravljanju te će se kroz projekt razvijati održivi modeli, koji će pridonijeti cjelovitom i dugoročno održivom razvoju mikro destinacija.

#### **Ostvareni cilj aktivnosti:**

Svrha aktivnosti koje je TZ PGŽ u 2024. godini provodila bila je nastavak brendiranja Kvarnera kao održive turističke destinacije, uz naglasak na promociju kulturne baštine i digitalizaciju turističke ponude.

Brendiranje Kvarnera kao održive i eko destinacije jedan je od ciljeva koji je definiran kroz Strategiju razvoja turizma na Kvarneru, a nastavit će se i kroz novi dugoročni strateški razvojni okvir tj. novi Plan razvoja turizma Kvarnera do 2030. godine te kroz Strategiju razvoja održivog turizma Hrvatske do 2030. godine i Nacionalni plan razvoja održivog turizma Hrvatske od 2021. do 2027. godine. Gosti koji su posjetili Kvarner prepoznali su očuvanu prirodu i autentično iskustvo kao ključne kvalitete regije. Naime, visoki ekološki standardi i održivi turizam postaje od sve veće važnosti pri odabiru destinacije za odmor. Održivi turizam na Kvarneru temelji se na visokim ekološkim standardima i zahtijeva neprekidnu brigu o okolišu i dobrobiti lokalnog stanovništva.

Tijekom 2024. godine, TZ PGŽ je uspješno provela niz aktivnosti i postigla značajne rezultate u području održivog turizma i brendiranja Kvarnera kao održive turističke destinacije.

U okviru EU projekta UPREST, izrađen je Priručnik za poticanje digitalizacije u sektoru održivog turizma, čime su pružene smjernice za unapređenje digitalnih kompetencija turističkog sektora. Kroz projekt SOCRAT, dodatno su povezani suvremena umjetnost, obrtništvo i kreativne industrije s turizmom, čime se potiče suradnja između umjetnika i lokalnih vlasti te omogućuje diversifikacija turističke ponude

s naglaskom na održivi turizam. Projekt MIST doprinio je jačanju održivog razvoja mikro destinacija, valorizaciji lokalnog identiteta i prirodne baštine te osnaživanju lokalnih zajednica kroz smjernice za njihovo učinkovito upravljanje.

TZ PGŽ je nastavila razvijati i promovirati brend „Kvarner Maritime Heritage“, koji je prepoznat na europskoj razini kroz prestižna priznanja poput BIG SEE Award i nagrade Europske mreže kulturnog turizma (ECTN). Dodatno, aktivno sudjelovanje u projektu INHERIT omogućilo je promociju INHERITURA područja i provedbu strategija zaštite prirodne baštine u priobalnim regijama Mediterana.

Ostvareni ciljevi u 2024. godini potvrđuju kontinuirano nastojanje TZ PGŽ da Kvarner učini predvodnikom održivog turizma, uz istodobno očuvanje prirodnih i kulturnih vrijednosti te unaprjeđenje turističke ponude u regiji.

Kroz aktivno sudjelovanje u EU projektima, razvoj inovativnih inicijativa i jačanje suradnje s lokalnim i međunarodnim partnerima, TZ PGŽ nastoji osigurati dugoročnu ravnotežu između turističkog razvoja, očuvanja prirodnih i kulturnih resursa te dobrobiti lokalne zajednice. Posvećenost održivosti omogućuje Kvarneru da se istakne kao primjer odgovornog turizma, osiguravajući pritom konkurentnost destinacije i kvalitetu života za buduće generacije.

## 2.3. PODRŠKA RAZVOJU TURISTIČKIH DOGAĐANJA

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

#### **Opis aktivnosti:**

TZ PGŽ je Godišnjim programom rada za 2024. godinu predvidjela objavljivanje Javnog poziva za dodjelu bespovratnih sredstava za događanja na području Kvarnera u iznosu od 100.000 €. Predmet Javnog poziva je dodjela bespovratnih novčanih sredstava za događanja na području Primorsko goranske županije od međunarodnog, nacionalnog, regionalnog ili lokalnog značaja kao glavnog motiva dolaska turista u destinaciju, a koja doprinose ciljevima unapređenju/obogaćivanju turističkog proizvoda/ponude pojedine uže ili šire, destinacije, razvoju sadržaja koji omogućavaju produljenje turističke sezone, povećanju ugostiteljskog i drugog turističkog prometa, posebice u razdoblju pred i posezone, jačanju snage brenda Kvarnerskog turizma, te stvaranju prepoznatljivog imidža destinacije Kvarner.

Javni poziv je raspisan, prikupljene su kandidature (cca 145), te je Povjerenstvo za pregled pravovaljanosti pristiglih kandidatura pripremilo prijedlog raspodjele koje je usvojilo Turističko vijeće TZ PGŽ.

**Ostvareni cilj aktivnosti:**

Na 17. sjednici vijeća održanoj 19.03.2024. godine jednoglasno je usvojena Odluka o dodjeli potpora za regionalna i lokalna događanja u 2024. godini.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri</b>	TZ PGŽ
<b>Realizacija aktivnosti</b>	99.600,00 €

---

**2.3.2. POTICANJE I POMAGANJE RAZVOJA TURIZMA NA TURISTIČKI NEDOVOLJNO RAZVIJENIM PODRUČJIMA (JAVNI POZIV TZ PGŽ I HTZ-A)**

**Opis aktivnosti:**

Sufinancirani su projekti manje razvijenih turističkih zajednica temeljem objavljenog Javnog poziva prema slijedećim turističkim zajednicama: Gorski kotar, Bakar, Matulji, Ičići, Vrbnik, Kastav, Vinodolske općine, Viškovo, Kostrena, Čavle, Jelenje. Prijavu je dostavilo 11 turističkih zajednica sa 23 projekta za koje je dodijeljeno sveukupno 70.000 €.

**Ostvareni cilj aktivnosti:**

Potpomognut je i potaknut razvoj turizma na turistički nedovoljno razvijenim područjima iz Fonda TZ Kvarnera 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 PGŽ
<b>Realizacija aktivnosti</b>	70.000,00 €

---

**2.3.3. FOND ZA TURISTIČKE ZAJEDNICE NA TURISTIČKI NEDOVOLJNO RAZVIJENIM PODRUČJIMA – RAZVOJ I UNAPREĐENJE GORSKOG KOTARA**

### Opis aktivnosti:

Od ukupnog iznosa podmiren je računa za promociju isključivo Gorskog kotara prema planu udruženog oglašavanja u inozemstvu a izvršenu uslugu plaćena je direktno marketinškoj agenciji StarDigital s kojom se kampanja provodi u iznosu od 20.000,00€.

Prema prijedlogu TZ Gorski kotara, TZ Kvarnera sufinancirala je u preostalom iznosu od 20.000,00 € projekte koje je TZ Gorski kotar kandidirala na Javni natječaj HTZ-a za sredstva za projekte udruženih turistički zajednica u 2024. godini iz Fonda za udružene turističke zajednice a to su:

- **Razvoj novih i revitalizacija postojećih HIKE staza u iznosu od 11.600,00 €** - Za ovaj projekt HTZ je odobrio 134.255,00 €. Postavljene su klupe za sjedenje na svaku od 42 staze, provedena je revizija biciklističkih staza i korekcije na rutama, oznake na terenu su sustavno ujednačene prema standardima Gorski kotar BIKE & HIKE i standardima TZ Kvarnera i PGŽ. Napravljena je brošura Camino Gorski kotar te je odrađena online edukacija turističkih dionika na toj ruti. Otisnuta je karte Goranskog planinarskog puta. Napravljeno je 9 interaktivnih destinacijskih info točaka koje motiviraju na ponovni dolazak i produljenje boravka u destinaciji.
- **Digitalizacija i destinacijsko objedinjavanje u iznosu od 1.270,00 €** - Za ovaj projekt HTZ je odobrio 30.430,00 €. Odrađene su slijedeće aktivnosti: online kupovina karata i ostalih proizvoda i usluga na aplikaciji Visit Gorski, a ako koristi i uslugu noćenja ima mogućnost skidanja QR koda kojim ostvaruje popust pri ulazu u objekti ili atrakciju, dobije povoljnije cijene i nadalje dobiva obavijesti o ponudi ili događanjima u destinaciji; vizualno i funkcionalno je prilagođena mrežna stranica svih podizbornika TZ Gorskog kotara [www.gorskikotar.hr](http://www.gorskikotar.hr), a [www.gorskikotarbike.com](http://www.gorskikotarbike.com) redizajnirana je i prevedena na 7 jezika, te je sadržaj prilagođen platformi Croatia.hr
- **Izrada i primjena offline alata promocije u iznosu od 7.130,00 €** - Za ovaj projekt HTZ je odobrio 28.537,00 €. Izrađen je nov foto-materijal za posebne segmente ponude – gastronomija, mala obiteljska sanjkališta i događanja te fotografije iz biciklističkog segmenta te priprema za tisak nove BIKE karate. Nastavljeno je fotografiranje novootvorenih objekata na području Gorskog kotara te su otkupljene fotografije koje se odnose na životinjski svijet jer je na mrežnu stranicu dodana nova

pod-stranica: Last European Wilderness. Za potrebe video promocije izrađeni su novi video-materijali- tzv „reels“ i video materijal kraćeg formata a postojeći video materijal – „Vodič kroz destinaciju“ preveden je na dodatnih 5 stranih jezika (talijanski, francuski, nizozemski, poljski i slovenski). Također su napravljeni novi „give-away“ promo-materijali: bočice, šalice, buffovi, naljepnice i karte na trganje.

#### **Ostvareni cilj:**

Potpomognut je razvoj turizma iz Fonda HTZ-a na turistički nedovoljno razvijenom području Gorski kotar na način da se reklamira i razvija atraktivan turistički proizvod na domaćem i stranom tržištu s naglaskom na outdoor i gastro ponudu te smještaj tijekom cijele godine kroz offline i online kanale oglašavanja. Isto tako, potpomognut je razvoj projekata iz Fonda za udružene turističke zajednice uz pomoć kojih se razvijaju novi i revitaliziraju postojeći projekti, što bez financijske podrška TZ PGŽ ne bi bilo moguće realizirati.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri</b>	TZ PGŽ
<b>Realizacija aktivnosti</b>	40.000,00 €

#### **2.3.4. OSTALA MANJA SUFINANCIRANJA**

##### **Opis aktivnosti:**

Prema Godišnjem Programu rada i potrebama bila je pružena potpora manjim projektima i događanjima.

##### **Ostvareni cilj aktivnosti:**

Kroz aktivnosti sufinanciranja manjih projekata i događanja, doprinijelo se obogaćivanju sadržaja i ponude na Kvarneru tijekom 2024. godine.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri</b>	TZ PGŽ
<b>Realizacija aktivnosti</b>	6.836,59 €

### 2.3.5. WOMEN`S WEEKEND FESTIVAL 2024

Početak ožujka 2024. godine, održano je prvo izdanje regionalne konferencije Women`s weekend festival u Rijeci. Ovo događanje okupilo je više od 80 predavačica i panelistica, predvodnica u područjima biznisa, lifestylea, ljepote, zdravlja i osobnog razvoja koje su primjerima pokazale kako ponuditi brojne inspirativne priče iz života. U okviru sadržajnog programa Women`s Weekenda govorilo se o cijelom nizu aktualnih tema sa zajedničkim ciljem osnaživanja položaja žena i razmjene znanja i iskustva, kao i davanja doprinosa ostvarivanju pomaka u pronalaženju odgovora na niz otvorenih pitanja.

#### Ostvareni cilj aktivnosti:

Women`s Weekend svakako je dao značajan doprinos u daljnjem unaprjeđenju pozicioniranja Kvarnera u domaćinstvu konferencija, a održan je upravo u tjednu kada se obilježava i Međunarodni dan žena, i to u Primorsko-goranskoj županiji koja je primjer rodne ravnopravnosti.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri</b>	TZ PGŽ
<b>Realizacija aktivnosti</b>	27.000,00 €

### 2.3.6. RETROPATIJA 2024

Najpopularnija opatijska manifestacija RetrOpatija koja je ujedno proglašena i najboljim događanjem u Hrvatskoj, na DHT-u 2022. g., održana je koncem lipnja 2024. RetrOpatija je osvojila i tradicionalnu nacionalnu nagradu Simply the Best. RetrOpatija je manifestacija koja posjetitelje vodi kroz najbolje dekade 20-tog stoljeća, a Opatija postaje velika pozornica. Na 40-tak lokacija nastupili su brojni izvođači, a „kruna“ događanja bio je disko party na otvorenom, na Ljetnoj pozornici.

#### Ostvareni cilj aktivnosti:

Kroz ovu manifestaciju se ostvaruju dodatna noćenja, prepoznatljiv je motiv dolaska, a destinacija Kvarner se promovira kroz događanje.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri</b>	TZ PGŽ
<b>Realizacija aktivnosti</b>	11.000,00 €

### 2.3.7. OPATIJA ADVENT 2024

Najpoznatiji svjetski turistički portal „European Best Destination“ proglasio je Grad Opatiju jednim od najljepše uređenih gradova u Europi, dok opatijski Advent s ponosom nosi titulu „Best Christmas light“. I u 2024. godini je Opatija okupila sve dionike u destinaciji i pretvarila Opatiju u pravu božićnu bajku. Brojni kulturno - zabavni programi odvijali su se na mnogobrojnim adventskim lokacijama, a cijeli grad je bio ukrašen dekorativnim i svjetlosnim elementima poštujući ekološku komponentu. Uz to, događanje Dani hrvatskog turizma je ove godine održano u Opatiji, pa su sudionici imali priliku biti dijelom opatijskog Adventa.

#### Ostvareni cilj aktivnosti:

Kroz ovu manifestaciju se ostvaruju dodatna noćenja, prepoznatljiv je motiv dolaska, a destinacija Kvarner se promovira kroz događanje.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri</b>	TZ PGŽ
<b>Realizacija aktivnosti</b>	11.000,00 €

### 2.3.8. OBILJEŽAVANJE 180 GODINA TURIZMA U OPATIJI I DANI HRVATSKOG TURIZMA

Tijekom 2024. godine Opatija je obilježavala 180 godina turizma, koji je započeo gradnjom Ville Angioline 1844. godine. U čast obilježavanja 180 godina turizma održani su brojni programi i manifestacije, a Opatija i regija Kvarner bili su domaćini Dana hrvatskog turizma, koji su održani 21-22.11.2024., kako bi se dalo dodatno priznanje Opatiji, prijestolnici turizma.

#### Ostvareni cilj aktivnosti:

Promocija Kvarnera kroz cijelu godinu, kroz brojna događanja.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri</b>	TZ PGŽ
<b>Realizacija aktivnosti</b>	22.819,00 €

### 2.3.9. RIJEČKI KARNEVAL 2024

Svojom dugogodišnjom tradicijom i utjecajem na društvenu zajednicu, Riječki karneval najveći je i najpoznatiji javni događaj na području Kvarnera te u novije vrijeme najprepoznatljiviji dio imidža samog grada Rijeke. Njegove veličanstvene povorke i maštovite priredbe čine ga jednim od najposebnijih karnevala u Europi i najznačajnijim mesopusnim događajem u Hrvatskoj. Karneval je tako uvršten na listu 500 najvažnijih zbivanja u Europi (Top 500 European Events), Sunday Times ga je proglasio jednim od najegzotičnijih događaja u svijetu.

#### **Ostvareni cilj aktivnosti:**

Kroz ovu manifestaciju su ostvarena dodatna noćenja, prepoznatljiv je motiv dolaska, a destinacija Kvarner se promovirala kroz događanje.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri</b>	TZ PGŽ
<b>Realizacija aktivnosti</b>	18.000,00 €

### 2.3.10. OBILJEŽAVANJE 150 GODINA TURIZMA U FUŽINAMA

U 2024. godini Fužine, odnosno Gorski kotar obilježili su 150 godina turizma, koji je započeo 1874. godine s prvim organiziranim dolaskom gostiju posebnim vlakovima iz Sušaka, Rijeke i okolnih mjesta. U čast obilježavanja 150 godina turizma održani su brojni programi i manifestacije.

#### **Ostvareni cilj aktivnosti:**

Kroz ovu manifestaciju se Kvarner promovirao, ostvarena su dodatna noćenja, te je Gorski kotar postaje sve popularnije odredište gostiju.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri</b>	TZ PGŽ
<b>Realizacija aktivnosti</b>	15.000,00 €

### 2.3.11. OBILJEŽAVANJE 500 GODINA KRČKOG SAJMA

Jedno od najpoznatijih događanja ne samo u Hrvatskoj već i šire svakako je Krčki sajam ili Lovrečeva, manifestacija koja se tradicionalno održava od 8. do 10. kolovoza svake godine, a 2024. godine je proslavljen jedinstven jubilej – 500 godina postojanja. Organizirana su brojna događanja koja su privukla domaće i inozemne posjetitelja svih generacija, kako bi uživali u programima i bogatoj ponudi povijesnog spektakla i uzbudljivog vremeplova koji povezuje duh vremena iz doba Knezova Krčkih Frankopana i to od 1524. godine kada se održalo sajmeno događanje koje je s vremenom stasalo u turističku atrakciju s bogatom sajmenom, eno i gastronomskom ponudom, ali i kulturnim i zabavnim sadržajima.

#### **Ostvareni cilj aktivnosti:**

Kroz autohtone proizvode, prezentacije tradicijskih vještina, te prikaze srednjovjekovnih borbi i radionica promovirana je regija Kvarner.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri</b>	TZ PGŽ
<b>Realizacija aktivnosti</b>	15.000,00 €

## 2.4. EU PROJEKTI

EU projekti imaju značajnu ulogu u razvoju, oblikovanju i unaprjeđenju turističkog sektora. Pružanjem financijske potpore, strateškog usmjerenja i poticanjem suradnje među državama članicama, EU projekti doprinose većoj raznolikosti, održivosti i inovativnosti u turizmu.

Tijekom 2024. godine TZ PGŽ je provodila EU projekte:

- UPREST (UP - & REskilling Sustainable Tourism in a new digital era)
- MIST (Empowering Micro Destinations for Sustainable Tourism)
- SOCRAT (Socializing Craft & contemporary Art for sustainable Tourism)

Uz aktivnu provedbu projekata UPREST, MIST i SOCRAT TZ PGŽ je tijekom 2024. godine nastavila provoditi i aktivnosti promocije turističkih

proizvoda stečenih tijekom proteklih EU projekata (Mala barka 2, Arca Adriatica, KTR Putovima Frankopana, Claustra+) s ciljem očuvanja postignutih rezultata, kontinuiranog unaprjeđenja destinacije i osiguranja trajnosti stečenih turističkih proizvoda. Detaljne informacije o provedenim aktivnostima u sklopu proteklih EU projekata navedene su pod stavkom Kvarner Culture (poveznica 2.2.5.3.6. Nastavak završenih EU projekata).

#### **2.4.1. EU PROJEKT: UPREST (OD 31.1.2022. DO 31.07.2024.)**

O projektu:

UP - & REskilling Sustainable Tourism in a new digital era (31.01.2022. – 31.07.2024.)

Glavni cilj projekta UPREST je povećati digitalne vještine dionika u području turizma uz promicanje novih načina učenja. Nakon pandemije Covid-19 i njenog negativnog učinka na europski turistički sektor, digitalizacija i održivost su se promaknuli u jedno od ključnih pitanja za mnoge turiste prilikom odabira destinacija koje žele posjetiti. Upravo iz tog razloga za dionike u turizmu će se organizirati edukacijske radionice, pripremit će se priručnici za korištenje digitalnih alata u području održivog turizma te smjernice s praktičnim indikatorima usmjerenim na dugoročni proces usavršavanja u području digitalizacije.

Projekt "UP - & REskilling Sustainable Tourism in a new digital era" ili skraćeno UPREST, dio je Ključne aktivnosti 2 (KA2 - Partnerstvo za suradnju u području strukovnog obrazovanja i osposobljavanja) programa Erasmus+. Provođenje projekta službeno je započelo u siječnju 2022. godine, a trajao je do srpnja 2024. godine.

Vrijednost projekta je 257.806,00 EUR, a uz TZ PGŽ na projektu surađuju još 2 partnerske institucije iz Švedske i 2 institucije iz Italije te 4 pridružena partnera iz Švedske i Italije.

<b>NAZIV PROJEKTA</b>	<b>PARTNERI</b>	<b>PRORAČUN</b>	<b>PROGRAM</b>
<b>UPREST</b>	1. Vanersborgs Kommun (SE) - VODEĆI PARTNER	Ukupno 257.806,00 EUR  TZ PGŽ 28.132,00 EUR	Erasmus+
	2. Sweden Emilia Romagna Network (IT)		
	3. Hogskolan Vast (SE)		
	4. Općina Cervia (IT)		
	5. TZ PGŽ (HR)		

Opći cilj projekta:

- Povećati digitalne vještine dionika u području održivog turizma uz promicanje novih načina učenja kako bi se pridonijelo oporavku sektora

Specifični ciljevi:

- Identificirati nedostatke u vještinama lokalnih poslovnih dionika i u skladu s tim razvijati rješenja za njihovu obuku;
- Razviti nova digitalna rješenja za poslovne dionike u području turizma;
- Poboljšati suradnju između lokalne vlasti i poslovnih subjekata razvojem ekosustava usmjerenog na održivi turizam.

TZ PGŽ je partner zadužen za promociju novog turističkog proizvoda i promidžbu projekta.

Tijekom 2024. godine provedene su sljedeće aktivnosti:

1. Izrada Plana daljnje provedbe rezultata projekt
2. Izrada i predaja završnog izvješća
3. Predstavljanje rezultata projekta UPREST i Priručnika o korištenju digitalnih alata dionicima u turizmu s područja Kvarnera
4. Izrada Evaluacije tijeka provedbe projekta
5. Izrada Izvješća s mapiranjem znanja i vještina dionika u turizmu u području korištenja digitalnih alata
6. Izrada Priručnika za poticanje digitalizacije u sektoru održivog turizma
7. Predstavljanje projekta tijekom sajma WTM u Londonu
8. Promocija projekta putem online i digitalnih kanala (priprema i objava članaka u newsletteru HTZ-a, FB stranici Visit Kvarner, izrada promotivnog letka projekta, itd.)
9. Priprema objava za službenu Facebook stranicu projekta
10. Sudjelovanje na 6 online koordinacijskih sastanaka s partnerima
11. Sudjelovanje na završnoj konferenciji u Parmi

*Kratki pregled najvažnijih aktivnosti TZ PGŽ na projektu UPREST 2024. godine:*

<b>DATUM</b>	<b>AKTIVNOST</b>
<b>19.01.2024.</b>	Sudjelovanje na 14. koordinacijskom sastanku projekta Uprest
<b>7.02.2024.</b>	Sudjelovanje na predavanju: Korištenje AI u državnim službama
<b>27.02.2024.</b>	Sudjelovanje na 15. koordinacijskom sastanku projekta Uprest
<b>26.03.2024.</b>	Sudjelovanje na 16. koordinacijskom sastanku projekta Uprest
<b>26.04.2024.</b>	Sudjelovanje na 17. koordinacijskom sastanku projekta Uprest
<b>29. – 30.05.2024.</b>	Sudjelovanje na završnoj konferenciji projekta Uprest u Parmi
<b>3.07.2024.</b>	Sudjelovanje na 18. koordinacijskom sastanku projekta Uprest
<b>6.08.2024.</b>	Sudjelovanje na 19. koordinacijskom sastanku projekta Uprest

### **Ostvareni ciljevi aktivnosti:**

Sve aktivnosti su provedene u skladu s Prijavnim obrascem projekta te Komunikacijskim i Diseminacijskim planom. Sukladno predviđenoj dinamici projekta, tijekom 2024. godine Turistička zajednica Kvarnera fokusirala se na završne aktivnosti kako bi se osigurala održivost projekta.

U okviru provedbe, izrađen je Plan daljnje provedbe rezultata projekta koji pruža smjernice za nastavak korištenja digitalnih alata u turističkom sektoru. Kako bi se dionicima u turizmu približila postignuća, organizirano je predstavljanje rezultata projekta UPREST.

Tijekom godine provedena je i sveobuhvatna evaluacija tijeka projekta, s naglaskom na analizu učinkovitosti implementiranih aktivnosti. Uz to, izrađeno je detaljno Izvješće koje uključuje mapiranje znanja i vještina dionika u turizmu u području korištenja digitalnih alata, s ciljem daljnjeg unaprjeđenja digitalnih kompetencija u sektoru turizma.

Kako bi se dodatno potaknula digitalizacija u održivom turizmu, izrađen je i poseban Priručnik koji pruža konkretne preporuke i alate za poslovne subjekte. Ovim aktivnostima omogućena je dugoročna primjena rezultata projekta te nastavak podrške turističkom sektoru u procesu digitalne transformacije.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri</b>	TZ PGŽ
<b>Realizacija aktivnosti</b>	8.094,75 €

### **2.4.2. OČEKIVANI EU PROJEKTI**

Slijedom otvorenih poziva na dostavu projektnih prijedloga na novo Programsko razdoblje 2021. – 2027. TZ PGŽ je s partnerskim institucijama pripremala dokumentaciju za prijavu i sudjelovanje na novim EU projektima s fokusom na područje kulture, održivi razvoj, gastronomiju i zdravstveni turizam.

U 2024. godini, u sklopu prvog kruga evaluacije, odobrena su dva nova EU projekta te je TZ PGŽ u svojstvu partnera zaduženog za aktivnosti promocije i komunikacije, započela njihovo provođenje.

Radi se o sljedećim projektima:

#### 2.4.2.4. Projekt SOCRAT

**Naziv projekta:** Socializing Craft & Contemporary Art for Sustainable Tourism

**Akronim:** SOCRAT

**Program:** INTERREG Italija-Hrvatska 2021.- 2027.

**Ukupna vrijednost projekta:** 2.344.660,20 EUR uz 80% sufinanciranja iz ERDF i 20% iz sredstava partnera

**Budžet TZ PGŽ:** 230.000,00 EUR

**Razdoblje provedbe:** 1.03.2024. – 31.08.2026.

Cilj projekta SOCRAT je promicanje održivog razvoja turizma i osnaživanje zajednica na talijanskoj i hrvatskoj obali Jadrana mobiliziranjem turističkih itinerara temeljenih na suvremenoj umjetnosti, obrtu, kreativnim i kulturnim industrijama te civilnom društvu. Projekt nastoji odgovoriti na zajedničke teritorijalne izazove kao što su izrazita sezonalnost turizma, nedostatna suradnja između umjetnika i lokalnih vlasti te potreba za autentičnijom turističkom ponudom.

NAZIV PROJEKTA	PARTNERI	PRORAČUN	PROGRAM
SOCRAT	1. ZAKLADA PINO PASCALI – MUZEJ SUVREMENE UMJETNOSTI (IT) - VODEĆI PARTNER	Ukupno 2.344.660,20 EUR  TZ PGŽ 230.000,00 EUR	INTERREG Italija- Hrvatska 2021.- 2027.
	2. NACIONALNA KONFEDERACIJA OBRTNIKA TE MALIH I SREDNJIH PODUZEĆA BARI – CNA BARI (IT)		
	3. REGIJA VENETO (IT)		
	4. INSTITUT ZA RAD REGIJE VENETO (IT)		
	5. ISTARSKA ŽUPANIJA (HR)		
	6. TURISTIČKA ZAJEDNICA KVARNERA (HR)		
	7. 7. USTANOVA ZA RAZVOJ KOMPETENCIJA, INOVACIJA I SPECIJALIZACIJE ZADARSKE ŽUPANIJE INOVACIJA (HR)		
	8. SVEUČILIŠTE U ZADRU (HR)		

TZ PGŽ je partner zadužen za promociju novog turističkog proizvoda i aktivnosti vezane uz komunikaciju.

Tijekom 2024. godine provedene su sljedeće aktivnosti:

1. Priprema postera projekta
2. Upravljanje internetskim stranicama Projekta SOCRAT
3. Uspostavljanje i redovno ažuriranje četiri profila projekta na društvenim mrežama (Facebook, Instagram, Tik Tok, LinkedIn)
4. Izrada Komunikacijske strategije i Plana komunikacije
5. Grafička priprema promotivnih artikala za tisak

*Kratki pregled najvažnijih aktivnosti TZ PGŽ na projektu SOCRAT 2024. godine:*

DATUM	AKTIVNOST
4.04.2024.	Sudjelovanje na 1. koordinacijskom sastanku projekta Socrat
19.06.2024.	Nabava usluge administrativno-tehničke pomoći
20. – 21.06.2024.	Sudjelovanje na Kick-off sastanku projekta Socrat
8.08.2024.	Nabava usluge vođenja i koordinacije komunikacijskih aktivnosti projekta SOCRAT
2.10.2024.	Sudjelovanje na 2. koordinacijskom sastanku projekta Socrat

#### **2.4.2.7. Projekt MIST**

**Naziv projekta:** Empowering Micro Destinations for Sustainable Tourism

**Akronim:** MIST

**Program:** Erasmus+

**Ukupna vrijednost projekta:** 60.000,00 EUR

**Budžet TZ PGŽ:** 7.800,00 EUR

**Razdoblje provedbe:** 1.10.2024. – 31.12.2024.

Cilj projekta je osnaživanje mikro destinacija uz poticanje održivog turizma. Mikro destinacije često posjeduju jedinstvena kulturna, prirodna i povijesna bogatstva koja mogu privući posjetitelje, a uključuju i nematerijalnu kulturnu baštinu i povijesna dobra. Svi ti potencijali mogu se koristiti za razvoj strategija održivog turizma koje valoriziraju lokalni identitet i baštinu, a istovremeno osiguravaju ekonomsku korist za lokalnu zajednicu. U sklopu projekta MIST izrađen je i priručnik s

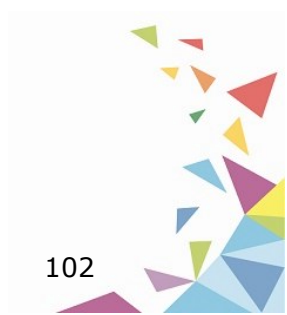
primjerima dobre prakse, smjernicama i metodama koje jedinice lokalne i regionalne samouprave mogu primijeniti za razvoj i upravljanje mikro destinacijama na održiviji način.

<b>NAZIV PROJEKTA</b>	<b>PARTNERI</b>	<b>PRORAČUN</b>	<b>PROGRAM</b>
<b>MIST</b>	1. POKRAJINA HALLAND (SE) – VODEĆI PARTNER	Ukupno 60.000,00 EUR  TZ PGŽ 7.800,00 EUR	INTERREG Italija- Hrvatska 2021.- 2027.
	2. TURISTIČKA ZAJEDNICA KVARNERA (HR)		
	3. SERN - SWEDEN EMILIA ROMAGNA NETWORK (IT)		
	4. SVENSK DESTINATIONSUTVECKLING AB (SE)		
	5. TURISTIČKA ZAJEDNICA LIEPĀJA (LATVIJA)		

TZ PGŽ je bila partner zadužen za promociju novog turističkog proizvoda.

Tijekom 2024. godine provedene su sljedeće aktivnosti:

1. Priprema Upitnika na temu održivosti i slanje istog lokalnim turističkim zajednicama
2. Priprema letka o projektu na hrvatskom jeziku
3. Priprema i objava press informacija o projektu
4. Presentacija primjera održivih praksi s područja Kvarnera tijekom seminara održanog u Švedskoj
5. Provedba diseminacijskih aktivnosti
6. Izrada Priručnika s primjerima dobre prakse u području održivog turizma



*Kratki pregled najvažnijih aktivnosti TZ PGŽ na projektu MIST 2024.  
godine:*

DATUM	AKTIVNOST
5.04.2024.	Sudjelovanje na Kick-off sastanku projekta MIST
2.05.2024.	Sudjelovanje na 1. koordinacijskom sastanku projekta MIST
6.05.2024.	Sudjelovanje na 2. koordinacijskom sastanku projekta MIST
21.05.2024.	Sudjelovanje na 3. koordinacijskom sastanku projekta MIST
7.06.2024.	Sudjelovanje na 4. koordinacijskom sastanku projekta MIST
11.09.2024.	Sudjelovanje na 4. koordinacijskom sastanku projekta MIST
14.–17.10.2024.	Sudjelovanje na završnoj konferenciji projekta MIST i seminaru u Švedskoj

Uz navedene projekte u kojima je TZ PGŽ u funkciji partnera s raspoloživim budžetom, TZ PGŽ je potvrdila i interes za uključivanjem u dva projekta u svojstvu pridruženog partnera:

**1. Projekt Razvoj znanja i vještina u sommelierstvu**

Cilj projekta je stručno usavršavanje osoblja u ugostiteljstvu i turizmu za sommelierska znanja i vještine

**2. Projekt „HeritagePlates“**

Projekt je usmjeren na unapređenje turizma i gastronomije te očuvanje gastronomske kulturne baštine i tradicije kroz primjenu naprednih tehnologija i održivih praksi

Također, TZ PGŽ je postala članica konzorcija EU projekta **Adriatic PorTLand**.

Unatoč dobrim ocjenama, u prvom krugu evaluacije projekti pod sljedećim rednim brojevima nisu odobreni:

- 2.4.2.1. Projekt Adri4Future
- 2.4.2.2. Projekt RIDE
- 2.4.2.3. Projekt E.S.T.
- 2.4.2.5. Projekt MALA BARKA green
- 2.4.2.6. Projekt HD-Cert

Visoka pozicija na rang-listi pokazatelj je kvalitete prijave i relevantnosti predloženih aktivnosti te će se nakon konzultacija s ostalim projektnim



partnerima tijekom 2025. godine pripremati prijave za drugi krug evaluacije.

**Ostvareni ciljevi aktivnosti:**

Tijekom projekata koji su se provodili u prethodnom Programskom razdoblju 2014. – 2020. stvorena su snažna partnerstva te je osnovni cilj budućih projekata nastavak unaprijeđenja proizvoda nastalih tijekom provedbe proteklih EU projekata i kreiranje novih turističkih proizvoda s fokusom na promicanje održivog razvoja.

U 2024. godini TZ PGŽ aktivno je provodila tri EU projekta, od kojih su dva dio novog programskog razdoblja 2021. – 2027., što predstavlja izniman uspjeh i potvrdu kontinuiteta u privlačenju sredstava iz europskih fondova. Ovi projekti omogućit će daljnju implementaciju inovativnih pristupa u turizmu, osnaživanje dionika u sektoru te jačanje održivih i digitalnih rješenja koja doprinose dugoročnom razvoju destinacije.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri</b>	TZ PGŽ
<b>Realizacija aktivnosti</b>	42.527,10 €

## 3. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE

---

### 3.1. DEFINIRANJE BRENDING SUSTAVA I BRENDA ARHITEKTURE

Brending sustav i brend arhitektura proizlazi iz novog Plana razvoja turizma do 2030. godine i Akcijskog plana koji su usvojeni krajem 2023. godine, a pojedinačne aktivnosti su integrirane u Godišnji Program rada.

### 3.2. OGLAŠAVANJE DESTINACIJSKOG BRENDIA, TURISTIČKE PONUDE I PROIZVODA; MEDIA PLAN TZ PGŽ

---

#### 3.2.1. MEDIA PLAN DESTINACIJE – ONLINE / OFFLINE

##### 3.2.1.1. ZAJEDNIČKI MEDIA PLAN TZ PGŽ S TZ-IMA PO SUBREGIJAMA I

##### 3.2.1.2. OGLAŠAVANJE DESTINACIJE KVARNER

#### Opis aktivnosti:

U 2024. godini provedeno je više različitih blokova marketinških kampanja koje su zasigurno doprinjele jačanju image-a destinacije, ali i poticanju većeg broja dolazaka na destinaciju. Radi se o zajedničkoj kampanji TZ Kvarnera s turističkim zajednicama po subregijama, zatim s gospodarskim subjektima (više pod 3.4.1.1.), lokalnim turističkim zajednicama (više pod 3.4.1.2.), te destinacijskom oglašavanju Kvarnera.

Posljednjih godina, kako bi se potaknulo jačanje destinacije u marketinškom smislu, provode se zajedničke kampanje s turističkim zajednicama / po subregijama. Udružuju se sredstva, te se zajednički odlučuje o tržištima i proizvodima na kojima će se kampanja provoditi. Ovogodišnja kampanja TZ Kvarnera imala je za cilj promociju bogate i raznolike turističke ponude i odabranih turističkih proizvoda te doživljaja i iskustava koje Kvarner kao destinacija nudi. Kroz pažljivo kreirane priče, koristile su se moći storytellinga kako bi se Kvarner približio svim posjetiteljima i potencijalnim gostima. Cilj je pozicionirati brand Kvarner kao poželjnu destinaciju na ciljanim tržištima kroz korištenje glavnih alata destinacijskog marketinga. Uz suradnju sa TZ-ima po subregijama na Kvarneru, stvorena je jedinstvena marketinška kampanja. Cilj kampanje je bio povećanje vidljivosti i prepoznatljivosti Kvarnera i njegovih subregija na glavnim emitivnim tržištima, a glavni fokus je bio potaknuti dolazak turista kroz generiranje interesa među ciljnim skupinama.

Kampanja je odrađena u dva vala - prvi val je komunicirao predsezonu i sezonu, doživljaje i aktivnosti dostupne tijekom ljetnih mjeseci i sunce i more, a drugi je promovirao aktivnosti posezone, te Zimu na Kvarneru, što obuhvaća Advent, karnevalska događanja, te spa i wellness ponudu, čime je osigurana snažna prisutnost na glavnim emitivnim tržištima - Italija, Njemačka, Austrija, Slovenija, Mađarska, Nizozemska i Hrvatska. Fokus kampanje bio je na promociji ključnih destinacija i turističkih proizvoda i to kroz različite medijske suradnje i formate poput članaka, video formata, uz te display i native oglasa.

Zanimljivi događaji poput adventskih sajмова, raznih festivala (festival Čokolade Opatija) ili Karnevala u Rijeci i Crikvenici, wellness kao jedan od turističkih proizvoda bitan destinaciji kao što je Opatija, mogu privući posjetitelje i izvan glavne sezone. Ukupno je generirano više od 75.327.400 impresija display i native oglasa, koji su ostvarili preko 66.187 klikova prema web stranici [visit-kvarner.hr](http://visit-kvarner.hr), centralnom mjestu za informacije o turističkoj ponudi subregija. Promotivni članci privukli su značajnu pažnju, ostvarivši oko 140.000 čitanja. Zabilježeno je da su se korisnici na sadržaju zadržavali duže vrijeme, što ukazuje na visoku razinu interesa i relevantnost ponuđenih tema. Poveznice vode na zajednički landing page [visit-kvarner.com](http://visit-kvarner.com), a 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 vlastitog web portalu.

Uz to, regija Kvarner se primjerice predstavila kroz velika vanjska oglašavanja kao što su autobus oslikan atrakcijama Kvarnera u Ljubljani, tramvaj koji je prometovao kroz centar Milana, kampanje oglašavanja na kabinama za presvlačenje, velikim ekranima unutar ZL Zagreb, oglasi, banneri, online članci u raznim digitalnim i offline medijima koji privlače veliki broj čitatelja.

Nadalje, putem društvenih mreža odnosno Facebook i Instagram profila (opisani u nastavku), nastavilo se sa postavljanjem objava i informacija vezanih uz proizvode, događanja, mikro lokacije ili druge zanimljivosti za pratitelje stranice. Kroz objave se vodilo računa o zastupljenosti svih subregija i proizvoda, promociji događanja, a također se vodilo računa o predstavljanju aktivnosti iz rada TZ PGŽ.

**Na Facebook profilu Visit Kvarner** se bilježi povećanje broja pratitelja (sada 48.000) sa cca 145.000 pregleda i preko 200.000 doseg. Starosna dob pratitelja je 35-44 godine, 57% žene pratitelji, a top države iz koji dolaze pratitelji su Hrvatska, Italija, Slovenija, Austrija. 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 najznačajnijim aktivnostima TZ Kvarnera s ciljem upoznavanja javnosti s radom.

**Facebook profil Kvarner Family i grupa Pet Friendly** namijenjen je prvenstveno promociji Kvarner Family smještaja, te dodatno vlasnicima kućnih ljubimaca i iznajmljivačima koji primaju goste s kućnim ljubimcima. Zabilježeno je povećanje broja pratitelja od kojih je najviše dobne starosti 45-54 godina, 56% žene pratitelji, a države iz koji dolaze pratitelji: Hrvatska, Italija, Slovenija, Austrija.

**Facebook Mein Kvarner – Kroatien** je uveden radi ciljanog obraćanja publici njemačkog govornog područja. Pratitelji su podjednako muškarci i žene (50%) iz urbanih sredina Njemačke i Austrije a najzastupljenija je dobna skupina od 45-54 godine, zatim 55-64 te 35-44 godina.

**Facebook Objemi Hrvaško** je uveden radi ciljanog obraćanja publici slovenskog govornog područja. Vodi se računa da kreirani postovi mogu motivirati slovenskog gosta za posjet Kvarneru a to su, prije svega gastronomija, outdoor, kultura, sport i zabava te najave aktualnih događaja, također vodi se računa o regionalnoj ravnomjernosti ali prije svega važnosti i aktualnost samog događaja. Radi mlađe publike uvode se i objave na Tik-toku. Kontinuirano se pripremaju i FB kampanje namijenjene novim (potencijalnim) pratiteljima sa slovenskog govornog područja.

Društvene mreže namijenjene promociji enogastronomije imaju zasebne profile sa specijaliziranim sadržajem (više pod 2.2.2.)

Nadalje, promocija Kvarnera realizirana je i kroz **Instagram profil @visitkvarner**. Dominira broj pratitelja od 25 do 44 godine, a zatim od 45 do 54 godine. 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, pred i postsezonska ponuda. Aktivnost je realizirana kroz kreiranje 3-4 tjednih objava na engleskom jeziku; objave su kreirane sukladno mediju koji potiče vizualno vrijedni i zanimljivi sadržaj. Profil ima 4.186 pratitelja i 47.549 pregleda, od čeka su 77% pratitelji. Najviše je zastupljena dobna skupina od 35 do 44 godine (33%), 25-34 godine (24,4%) te 45-54 godina (23,6%) . Top lokacije pratitelja su iz Hrvatske (Zagreb 16,2%, Rijeka 10,3%)

#### **Ostvareni cilj aktivnosti:**

Sinergijom svih dionika i različitih turističkih ponuda, provedene marketinške kampanje ostvarile su značajan doseg i angažman na tržištima tijekom gotovo cijele godine, dodatno učvrstivši poziciju Kvarnera kao atraktivne cjelogodišnje turističke destinacije, pa je tako u konačnici ostvareno preko 75 milijuna impresija.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri</b>	TZ PGŽ u suradnji s turističkim zajednicama subregija
<b>Realizacija aktivnosti</b>	326.988,96 €

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

Nastavno na iskustva iz prethodnih godina kada je TZ PGŽ u suradnji s PR agencijama za njemačko govorno područje i britansko tržište uspjela animirati veći broj novinara, zajednički stav TZ PGŽ, lokalnih turističkih zajednica i gospodarstva bio je da se ovakav način suradnje s PR agencijama nastavi i u 2024. godini na njemačkom (Njemačka, Austrija i Švicarska), slovenskom i engleskom govornom području (Velika Britanija, Irska i svjetsko tržište). U 2024. 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

U 2024. godini provodile su se kampanje te objavljivale reportaže, članci i oglasi u hrvatskim medijima. O aktivnostima TZ PGŽ objavljeno je oko 1.500 članaka u kojima je promovirana regija Kvarner, te motivi dolaska na Kvarner – od događanja, gastronomije, outdoor aktivnosti, zdravstvenog turizma. Također, kroz razne intervjuje, članake, oglase, priloge, izjave, razgovore, gostovanja u radio i TV emisijama i dr. javnosti su približene aktivnosti odnosno rad TZ Kvarnera.

### **Ostvareni cilj aktivnosti:**

Nastavilo se s jačanjem svjesnosti o brendu Kvarnera na domaćem tržištu, i to u lokalnoj zajednici te među domaćim gostima. Cilj provođenja PR aktivnosti na domaćem tržištu bio je promocija ponude regije na domaćem tržištu, zatim unapređenje informiranja gostiju te lokalnog stanovništva, posebice onih koji su direktno povezani s turizmom i pratećim gospodarskim aktivnostima. U konačnici, u 2024. godini domaći gosti ostvarili su 2,5 milijuna noćenja, što je za 2% više od ostvarenja 2023. godine.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri</b>	TZ PGŽ
<b>Realizacija aktivnosti</b>	28.611,57 €

## **3.3.2. NJEMAČKO GOVORNO PODRUČJE**

### **A.R.T. RedaktionsTeam**

#### **Opis aktivnosti:**

TZ Kvarnera i tijekom 2024. 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 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 2024. godine realizirana na način:

#### **Slanje Newslettera, pozivnica i tekstova**

24.01.2024 11. Februar 2024: Mehr als 10.000 Masken beim Karneval in Rijeka erwartet → Reise, Kultur, Tourismuswirtschaft, Online

29.02.2024 Keanu Reeves im Designhotel Navis im Kvarner → Reise, Lifestyle, Tourismuswirtschaft, Online, Blogs, Influencer

06.03.2024 Kvarner Palace (Crikvenica Riviera): Musik und Tanz in den Frühling → Reise, Lifestyle, Tourismuswirtschaft, Online

24.04.2024 Opatija: Das Seebad der Monarchie blickt auf 135 Jahre zurück ◊ Reise, Kultur, Tourismuswirtschaft, Online

25.04.2024 Fluchtpunkte vor der Fußball-Euro 2024 ◊ Reise, Lifestyle, Online, Blogs, Influencer

29.04.2024 Das Fest zu Ehren der süßen Frucht: Erdbeerfest an der Crikvenica-Riviera ◊ Reise, Lifestyle, Tourismuswirtschaft, Online, Kulinarik

06.05.2024 Apoxyomenos: Kroatiens schönster Mann ist ein Grieche ◊ Reise, Lifestyle, Tourismuswirtschaft, Online, Blogs, Influencer

21.05.2024 Mehr vom schönen Leben: die Eselböck-Villen in Lovran ◊ Reise, Lifestyle, Tourismuswirtschaft, Online, Hoteldesign, Kulinarik

28.05.2024 Hotel Kvarner Palace: Sommer an der Crikvenica-Riviera ◊ Reise, Lifestyle, Online, Blogs, Influencer

20.06.2024 Neues Hotel-Trio im Kvarner (Hilton Opatija, Aminess Younique Narrivi, Eselböck Villen) ◊ Reise, Lifestyle, Tourismuswirtschaft, Online, Blogs, Influencer, Hoteldesign

19.07.2024 Rabska Fjera: Mittelalterfest auf der mediterranen Adria-Insel Rab ◊ Reise, Lifestyle, Tourismuswirtschaft, Online, Blogs, Influencer

04.09.2024 Hotel Kvarner Palace: Neue Hotelvilla mit Blick auf die Kvarner Bucht ◊ Reise, Lifestyle, Tourismuswirtschaft, Online, Hoteldesign, Salzburger Medien

05.09.2024 Einladung zur Recherche im Herbst: Region Kvarner als Trendziel an der kroatischen Adria ◊ Reise, Lifestyle, Tourismuswirtschaft, Kulinarik

11.09.2024 Herbst an der Adria: Wandern und Biken auf der Insel Rab ◊ Reise, Lifestyle, Online, Blogs, Influencer, Sport: Wandern, Radfahren

30.09.2024 Maroniherbst in der kroatischen Region Kvarner ◊ Reise, Lifestyle, Tourismuswirtschaft, Online, Blogs, Influencer, Kulinarik, Genussprodukte

15.10.2024 Festival der Naturweine „Alterego“ in Lovran ◊ Reise, Tourismuswirtschaft, Kulinarik, Wein, Online

17.10.2024 Der süßeste Monat: Schokoladenfest in Opatija ◊ Reise, Lifestyle, Tourismuswirtschaft, Kulinarik, Genussprodukte

29.10.2024 Hotel Miramar: Wintermärchen an der Adria ◊ Reise, Lifestyle, Tourismuswirtschaft, Online, Wellness

04.11.2024 Romantik Advent an der Opatija-Riviera ◊ Reise, Lifestyle, Online, Blogs, Influencer, Tourismuswirtschaft

Studijska putovanja novinara na Kvarneru:

a) Grupno studijsko putovanje:

<b>Termin</b>	<b>Medij</b>
veljača	Gourmed, SRT
veljača	ECHO Medienhaus
veljača	Fotograf
veljača	Reiseblick.net
veljača	RND (Redaktionsnetzwerk DE)
veljača	ARCD Automobilclub Magazin DE

b) individualna studijska putovanja:

<b>Termin</b>	<b>Medij</b>
travanj	Niederösterreichische Nachrichten
travanj	www.insiderei.com
travanj	Die Welt, Welt am Sonntag
travanj	INSIDER, Reiselust
svibanj	NEWS
svibanj	Oberösterreichische Nachrichten
lipanj	AWG Verlag
lipanj	Blog Bohème
lipanj	Der Feinschmecker
srpanj	Alpe Adria Magazin
srpanj	Stil.Ist
kolovoz	Für Sie
rujan	Neue Rhein Zeitung
rujan	Plus Jeden Den
rujan	Salzburger Wirtschaft
rujan	Badische Neueste Nachrichten
rujan	Freelance
rujan	Kärntner Monat, Alpe Adria Magazin
Listopad	Reise aktuell
Listopad	Firmenwagen
Listopad	Westdeutsche Zeitung
Listopad	PROST
Studenj	Hotelstyle

### **Kontakti s novinarima**

A.R.T. Redakctionsteam provodi 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 lobiranju s ciljem da se brend regije Kvarner što više približi novinarima i bude što češća tema u novinarskim krugovima.

### **Posebno lobiranje**

A.R.T. RedaktionsTeam daje podršku novinarima prilikom pisanja članaka, turističkih vodiča, savjetuje kod planiranja putovanja i potiče interes za Kvarnerom.

### **Arhiva fotografija**

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

### **Gastro-vodiči**

S obzirom na velik utjecaj ART Redakctionsteama u gastro krugovima potiče prezentaciju Kvarner u vodičima poput hrvatskog Gault Millau i Michelinu.

### **Ostvareni cilj aktivnosti:**

Cilj je realiziran na način da se kontinuirano jačala prepoznatljivost i svijest o Kvarneru, a da je aktivnost uspješno odrađena na nama najznačajnijim tržištima njemačko-govornog područja: Njemačka, Austrija i Švicarska koji čine gotovo 40% noćenja u 2024. godini.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri</b>	TZ PGŽ
<b>Realizacija aktivnosti</b>	55.454,16 €

### **3.3.3. VELIKA BRITANIJA**

#### **Suradnja s Julia Berg Consulting Ltd. – englesko govorno područje**

#### **Opis aktivnosti:**

TZ PGŽ 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. Teme od interesa za britansko tržište koje se mogu istaknuti su avio linije iz UK za Rijeku, otvorenje broda Galeb u Rijeci, gastronomija, zdravstveni turizamrazni festivali na otvorenom. Za istaknuti je bila kontinuirana animacija i obrada vrlo respektabilnih medija kao što su Daily Telegraph, National Geographic Traveller, The Times, Express, Daily Mail, Guardian, The Sunday Times i drugih, koje sukladno mogućnostima rezultiraju dolascima predstavnika medija i objavama.

#### **Ostvareni cilj aktivnosti:**

Kontinuiranim prisustvom na tržištu Velike Britanije podiže se svijest o ponudi regije Kvarner. Redovito izvještavanje u medijima o regiji doprinosi jačanju image-a na tom tržištu. Vrijednost reportaža u medijima desegla je iznos preko 500.000€, a procijenjeni doseg je 8.445.308 čitatelja.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri</b>	TZ PGŽ
<b>Realizacija aktivnosti</b>	12.831,00 €

### **3.3.4. SLOVENIJA**

#### **Suradnja s PR Agencijom Sincro Plus Ljubljana – slovensko govorno područje**

##### **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 2024. godine bile su uključivane teme i stavljeni naglasci na redoviti mjesečni newsletter (oblikovanje i priprema tekstova i fotografija, prijevod i distribucija korisnicima (cca. 9.500 adresa; odabranim, prvoklasnim novinarima/medijima, turističkim agencijama u Sloveniji), administriranje društvene mreže Facebook Page Visit Kvarner na slovenskom jeziku / vlastita mreža Objemi Hrvaško – Facebook, Instagram, Twitter, Tik Tok; press clipping na slovenskom tržištu (prikupljanje, obrada i distribucija svih napisa o Kvarneru na slovenskom tržištu – on-line i off-line, na ključne riječi Kvarner, kvarnerski otoci, Opatija, Rijeka, Reka, Crikvenica, Vinodol, Lošinj, Krk, Cres, Rab, Gorski

kotar, kvarnerska rivijera, opatijska rivijera, crikvenička rivijera, turizam na Kvarneru). Uz to, odrađena je i komunikacija sa slovenskim medijima i kampanje:

- lobiranje za uključenje tematike Kvarnera i priprema te prijevod materijala
- radi održavanja visoke razine prisutnosti TZ PGŽ radi se kontinuirano na održavanju kontakata i održavanja dobrih poslovnih odnosa s nizom novinara, održavaju se sastanci i međusobni susreti te posjete u njihovim redakcijama
- isto vrijedi i za najveće touroperatore i agencije na slovenskom tržištu koje se snabdijeva s informacijama, fotografijama i tekstovima o turističkoj ponudi Kvarnera
- kontinuirano postavljanje bannera Kvarnera na najistaknutijim pozicijama na portalu [www.objemi-hrvasko.si](http://www.objemi-hrvasko.si) – pozicija glavnog slidera i top banner te se objavljuju sadržaji iz Kvarnera

#### **Ostvareni cilj aktivnosti:**

U 2024. godini gosti iz Slovenije su ostvarili povećanje prometa u odnosu na 2023. godinu za 2%, a sudjeluju s 15% u ukupnim noćenjima na Kvarneru. Također, fokus putovanja odnosno promocije su dolasci tijekom pred i posezone.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri</b>	TZ PGŽ
<b>Realizacija aktivnosti</b>	18.000,00 €

#### **3.3.5. STUDIJSKA PUTOVANJA PREDSTAVNIKA MEDIJA - NOVINARA, BLOGERA, TV EKIPA, INFLUENCERA**

Opis aktivnosti:

TZ PGŽ je u 2024. godini realizirala i obradila 80-tak studijskih putovanja sa 368 sudionika (109 novinara, 30 influencera/blogera i 229 agenata) iz Austrije, Njemačke, Italije, Poljske, Portugala, Belgije, Nizozemske, Norveške, Češke, Slovačke, Slovenije, Francuske, Mađarske, Švicarske, Srbije, Velike Britanije, USA, Brazila, Kine, Japana i ostalih zemalja.

Studijska putovanja novinara izuzetan su alat za promociju Kvarnera. Zahvaljujući osobnim iskustvima, novinari u svojim reportažama,

člancima i blogovima svojoj publici mogu prenijeti autentičan doživljaj destinacije i raznolikost ponude. Ukupna vrijednost objava u medijima njemačkog govornog područja u 2024. godini doseže medijsku vrijednost od gotovo 4 milijuna Eura (3.941.111€) na sto treba dodati objave na ostalim jezicima.

Programi putovanja uključivali su: razgled destinacija (najznačajnijih turističkih potencijala), upoznavanje turističke ponude, posebnosti i glavne atrakcije pojedine destinacije. Glavne teme i motivi posjeta novinara i influencera su bili eno-gastro ponuda, aktivni odmor, nautika, povijest, posebna događanja, kultura, zdravstveni turizam / wellness, lifestyle... Dodatni interes kod medija pobudila je i kandidatura, a kasnije i potvrda Kvarnera kao Europske regije gastronomije za 2026. godinu.

Sukladno interesima novinara i glavnim okosnicama medija koje zastupaju, izrađen je cijeli niz programa koji su bili prilagođeni njihovim interesima, odnosno temama koje su obrađivali. Kroz razna putovanja predstavnici medija upoznali su cijelu Primorsko-goransku županiju, odnosno sve kvarnerske subregije. Najčešće se radilo o studijskim putovanjima 1 do 2 novinara, ali ugostili smo i niz grupnih putovanja sa više novinara, bloggera i influencera (manje grupe). Studijska putovanja obično su trajala od 2 do 4 dana.

Studijska putovanja predstavnika medija su rezultat suradnje između TZ PGŽ i HTZ-a, PR agencija, lokalnih TZ-a i / ili ostalih gospodarskih subjekata koji su sudjelovali u organizacijskoj i financijskoj raspodjeli pojedinih dijelova programa.

Za istaknuti:

- Šest njemačkih i austrijskih novinara utjecajnih medijskih kuća poput RND (RedaktionsNetzwerkDeutschland), zatim ARCD Automobilclub Magazin, t-online i ECHO Medienhaus posjetilo je Kvarner početkom veljače. Sudjelovali su na karnevalskim događanjima (Zvončarska smotra u Matuljima, Humanitarni karnevalski gala party u Guvernerovoj palači, Međunarodna karnevalska povorka u Rijeci) te kušali poznate kvarnerske delicije. Reportaže objavljene (krajem 2024. i početkom 2025. godine) u nizu medija Austrije i Njemačke, a koje su rezultat ovog studijskog putovanja premašuju medijsku vrijednost od 260.000€.
- Novinar Kevin West koji piše za TOP TIER magazin Travel + Leisure - luksuzni magazin posvećen putovanjima (sa gotovo 5 milijuna čitatelja) boravio je na Opatijskoj rivijeri, te na otoku Lošinju. Cilj dolaska na Kvarner bio je predstaviti luksuzni smještaj za američke goste, a uz to naravno i gastronomiju i sve ono sto destinacija nudi.
- Novinarka Lucie Grace koja piše za National Geographic Traveller UK (tiskano i on-line izdanje) - publikacija sa respektabilnim dosegom od

preko 13 milijuna pregleda web stranice godišnje (<https://www.nationalgeographic.com/travel/topic/national-geographic-traveller-uk>), a čitateljstvo je kategorizirano kao ABC 1 s prosječnim prihodom kućanstva od 100.000 GBP u travnju je posjetila Opatijsku rivijeru, Rijeku i otok Rab.

- Novinar Uwe Studtrucker - predstavnik vodećeg i najpoznatijeg magazina za njemačko govorno područje posvećenog eno-gastronomiji „Der Feinsmecker“, posjetio je Rab, Rijeku i Opatijsku rivijeru. Mjesečnik Der Feinsmecker ima čitateljsku publiku od 650.000 po izdanju, a vrijednost stranice iznosi gotovo 30.000€. U ožujku 2025. godine očekuje se objava vezana uz posjet Kvarneru.

- The Times – renomirane dnevne novine sa 1.1 milijun čitatelja tiskanog i 15 milijuna online (globalnog) izdanja pokazale su veliki interes za Kvarner. U 2024. godini imali smo dva studijska putovanja predstavnika ovog medija koji su otkrivali destinacijske potencijale Kvarnera. Novinar Tristan Rutheford posjetio je Kvarner u travnju sa fokusom na povijesne hotele i 180. godišnjicu turizma u Opatiji, a novinar Andrew Eames boravio je na Kvarneru u rujnu i otkrivao najljepše plaže (Cres, Losinj, Susak, Krk, Rab) te uživao u ostalim blagodatima kvarnerskih otoka.

- Novinarka i fotografkinja Marina Spironetti koja piše za specijalizirani časopis za putovanja i gurmane 'Food & Travel' je u rujnu posjetila Crikveničko vinodolsku rivijeru i Opatiju. Food & Travel je potrošački mjesečnik s nišnom publikom od 30 000, koji su kategorizirani kao imućni ljubitelji hrane, vina i putovanja (94% zarađuje više od 50 tisuća funti godišnje). Kulinarski doživljaji Kvarnera planiraju se predstaviti u okviru rubrike Gourmet Traveler, gdje će posebno mjesto imati i Cesta plave ribe – projekt koji je inspiriran bogatom ribarskom prošlošću našeg kraja.

- Turistička zajednica Kvarnera u suradnji s predstavništvom Hrvatske turističke zajednice za češko i slovačko tržište bila je domaćinom grupi uglednih novinara iz Češke i Slovačke. Šest novinara je tijekom svog trodnevnog boravka u rujnu na Kvarneru posjetilo Opatiju, te otoke Cres i Lošinj. Grupu su činili novinari iz vrlo jakih i popularnih čeških i slovačkih medija. Iz Češke stigli su predstavnici najposjećenijeg portala u Češkoj Novinky.cz, zatim iz luksuznog magazina posvećenog putovanjima za VIP klijentelu "Exclusive Tours" te iz lifestyle online magazina "Svet ženy". Iz Slovačke je također sudjelovalo troje novinara, i to iz nacionalne slovačke radio televizije (STVR) - Radio Slovensko s dnevnim dosegom od 550 tisuća gledatelja i slušatelja, zatim iz "ženskog" tjednika "Baječna žena" i specijaliziranog eno/gastro magazina "Dobre jedlo" te online platforme Aktuality.sk. Novinari su posjetili brojne atrakcije, uživali u lokalnoj gastronomiji i upoznali se s bogatom kulturnom i eno i gastro baštinom Kvarnera, Europske regije gastronomije u 2026. godini.

- U prosincu smo imali niz programa za novinare, blogere i influencere iz Francuske, Mađarske, Slovenije, Poljske i Kine, te promovirali i zimsku turističku ponudu, odnosno Advent na Opatijskoj rivijeri i u Rijeci.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Glavni cilj organizacije studijskih putovanja inozemnih predstavnika medija (novinara, blogera, TV ekipa) je promidžba regije kao prepoznatljive turističke destinacije što je ujedno i jedna od glavnih zadaća TZ PGŽ. Krajnji rezultat studijskih putovanja novinara je promidžba Kvarnera kroz objavljene reportaže u stranim medijima čija vrijednost doseže impozantne vrijednosti. Npr. objave u medijima njemačkog govornog područja u 2024. godini dosežu medijsku vrijednost od gotovo 4 milijuna Eura (3.941.111€). 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 PGŽ
<b>Realizacija aktivnosti</b>	55.882,79 €

### 3.4. MARKETINŠKE I POSLOVNE SURADNJE

#### 3.4.1. OGLAŠAVANJE U PROMOTIVNIM KAMPANJAMA JAVNOG I PRIVATNOG SEKTORA - UDRUŽENO OGLAŠAVANJE – JAVNI POZIV TZ PGŽ

##### 3.4.1.1. Javni poziv TZ PGŽ prema gospodarskim subjektima

###### Opis aktivnosti:

U 2024. godini se nastavilo sa zajedničkim aktivnostima oglašavanja s gospodarskim subjektima i TZ-ima. TZ PGŽ je raspisala Javni poziv za udruženo oglašavanje ponude destinacije, odnosno smještajne ponude i ostalih oblika turističke ponude. Udruženo oglašavanje provodi se u suradnji sa sustavom turističkih zajednica s područja PGŽ županije i s nositeljima smještajne ponude destinacije (gospodarskim subjektima i ostalim nositeljima ponude koja predstavlja motiv dodatnih dolazaka i noćenja u destinaciji, odnosno doprinosi poboljšanju uvjeta dolaska i boravka turista, te povećanju turističke potrošnje. Odobreno je ukupno 380.000€ za 33 partnera (hotelske tvrtke, agencije) koji provode media planove i promoviraju svoju ponudu i kapacitete. U kampanju ulaže gospodarski subjekt svojih 50%, LTZ sudjeluje 25% i TZ PGŽ 25% sredstava.

### **Ostvareni cilj 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 PGŽ u suradnji s javnim i privatnim sektorom
<b>Realizacija aktivnosti</b>	358.551,84 €

### **3.4.1.2. Javni poziv TZ PGŽ prema lokalnim turističkim zajednicama**

TZ Kvarnera je u 2024. godini kroz objavljen Javni poziv, lokalnim turističkim zajednicama sufinancirala destinacijske media planove, kako bi zajednički promovirali pojedinu lokaciju, odnosno motiv dolaska na mikro lokaciju.

### **Ostvareni cilj aktivnosti:**

Regija Kvarner se promovirala i postizala vidljivost kroz destinacijske media planove, te time pojačala brend Kvarnera na domaćem i inozemnim tržištima.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri</b>	TZ PGŽ u suradnji sa sustavom TZ-a
<b>Realizacija aktivnosti</b>	185.840,00 €

### 3.4.2. STRATEŠKI PROJEKTI

#### 3.4.2.1. Udjel TZ PGŽ

i

#### 3.4.2.2. Udružena sredstva TZ-a, gospodarstva i JLS-a

##### **Opis aktivnosti:**

Kao i prethodnih godina, Hrvatska turistička zajednica je u listopadu 2023. godine objavila Poziv za iskaz interesa za provedbu marketinške suradnje sa strateškim partnerima 2024 – 2027. godine. Prijave partnera su se kao i inače vršile preko Predstavništva HTZ-a u inozemstvu, koji prijave zaprimaju, evaluiraju ih i daju mišljenje i preporuke za suradnju.

TZ Kvarnera je zaprimila od HTZ-a prijedloge partnera / kandidatura koje se odnose na Kvarner. S avio kompanijama su unaprijed dogovoreni programi oglašavanja, te okvirni iznosi s kojim bi se određena avio linija promovirala, pa su tako avio prijevoznici i prilagodili kandidature, a sve temeljem prethodno održanih sastanaka s predstavnicima gospodarskih subjekata, sa ZL Rijeka, te sa sustavom turističkih zajednica.

HTZ je dostavio pregled svih pristiglih kandidatura, sa zamolbom za očitovanjem. Prijedlog sufinanciranja marketinških kampanja raspravljani su s direktorima turističkih zajednica, predstavnicima gospodarskih subjekata i članovima Turističkog vijeća TZ Kvarnera, te je isti prijedlog dostavljen i HTZ-u, kako bi se potpisali ugovori sa strateškim partnerima.

Dakle, ukupna ugovorena vrijednost marketinških kampanja s kojom se promoviraju letovi na ZL Rijeka, u 2024. godini iznosila je 726.250€ brutto. S partnerima su potpisani Opći uvjeti ugovora za promotivne kampanje sa strateškim partnerima, a potpisuju ih one turističke zajednice koje su nositelj oglašavanja, HTZ i partner, te je na jednom mjestu i u jednom dokumentu definirano sudjelovanje partnera, HTZ-a te regionalne/lokalne TZ.

##### **Udruživanje sredstava na regionalnoj razini 2024.**

Sredstva koja se isplaćuju avio prijevoznicima se već dugi niz godina udružuju na regionalnoj razini, međutim sa sve više poteškoća. Kada govorimo o udruživanju sredstava na regionalnoj razini s kojima se sufinanciraju ugovorene kampanje oglašavanja, u 2024. godini je bilo vrlo zahtjevno udružiti sredstva, zbog niza činjenica od kojih su samo neke od:

kontinuirana, višegodišnja prozivanja ZL Rijeka o nedovoljnom ulaganju sustava TZ-a i gospodarstva (iako se 90% prometa na ZL Rijeka odvija isključivo s onim prijevoznicima s kojima je odrađena kampanja oglašavanja), dovodi do odustajanja sustava TZ-a i JLS-a od sufinanciranja, odnosno udruživanja;



u 2024. godini, ogromno povećanje cijena parkiranja za visoko frekventne korisnike parkirnog prostora na ZL Rijeka u odnosu na 2023. godinu (objavljeno bez najave u svibnju 2024.); ZL Rijeka je u svibnju 2024. godine povećala cijene parkiranja na ZL Rijeka za 2024. godinu; podsjetimo, mjesečna pretplata za shuttle i/ili povremene prijevoznike je u 2023. godini iznosila je 160 €. Novi cjenik za mjesečnu pretplatu predvidio je uvođenje kategorije po broju mjesta u vozilu, od 690€ do 1.290€, što čini rast od 330% odnosno 700%. Nakon intervencija turističkog gospodarstva cijene su vraćene na cijene iz 2023. godine, međutim samo do 31.3.2025. godine, što znači da će nova cijena biti objavljena opet uoči turističke sezone; turističko gospodarstvo s područja Kvarnera ne želi ugovarati aranžmane na ZL Rijeka, već to čine na drugim ZL u Hrvatskoj, jer najavljene cijene za 2025. godinu nisu prihvatljive; s obzirom na to, niti gospodarstvo, a niti lokalne TZ ne žele sudjelovati u udruženom oglašavanju

godinama se ulažu velika sredstva za vrlo mali udjel koji čine avio gosti u ukupnom prometu ostvarenih dolazaka na područje PGŽ (od 2 do 2,5%);

Turistička zajednica Kvarnera u suradnji s lokalnim turističkim zajednicama, turističkim gospodarstvom, JLS-ovima, PGŽ-om i HTZ-om već godinama udružuje novac koji iznosi između 15-20% godišnjeg budžeta Turističke zajednice Kvarnera i služi za oglašavanje destinacije s avio prijevoznicima kako bi se potakli dolasci avio gostiju na Kvarner. Radi se o najvećem ulaganju u jedan turistički proizvod koji u konačnici rezultira dolaskom od svega 2% ukupnog broja gostiju. Nažalost, nakon ovakvih odluke Zračne luke Rijeka strani turoperatoru su najavili povlačenje naše regije iz svojih aranžmana, a lokalne agencije su izrazile nemogućnost dovođenja gostiju preko Zračne luke Rijeka. Ovakvi potezi smanjuju trud turističkog gospodarstva oko povećanja dolaska avio gostiju na Kvarner te narušavaju konkurentnost kvarnerskog turizma i ugled cijele turističke destinacije .

U konačnici, u 2024. godini omjer udruženih sredstava i ugovorene kampanje oglašavanja s avio prijevoznicima opet nije bio ravnomjeran. Naime, u 2023. godini je TZ Kvarnera pokrila minus neudruženih sredstava, pa je tako povrh redovno izdvojenih 398.168 €, dodatno snosila 55.949,45 €, što je činilo ukupno 454.117,45 € vlastitih sredstava iz budžeta TZ Kvarnera.

U 2024. godini je povrh redovno izdvojenih 350.000€, TZ Kvarnera dodatno snosila razliku između udruženih sredstava i obaveza prema avio prijevoznicima u iznosu od 108.829,29€, pa je tako ukupno u 2024. godini TZ Kvarnera snosila 458.829,28€.

Dakle, kroz godine je vidljiv trend povećanje razlike udruženih i utrošenih sredstava u minusu koju u konačnici mora snositi TZ Kvarnera.

U nastavku je pregled planiranog i realiziranog udruživanja sredstava, te minusa koji je radi neprihvatanja udruživanja u 2024. godini pokrila TZ Kvarnera.

2024.	PLAN	REALIZACIJA	INDEX (realizacija/plan)
UDRUŽIVANJE JLS	€ 243.546,35	€ 181.217,57	74,41
UDRUŽIVANJE LOKALNE TZ+gosp.	€ 219.000,00	€ 86.203,15	39,36
TZ Kvarnera	€ 350.000,00	€ 350.000,00 + 108.829,28 (pokrivanje minusa) = € 458.829,28 (ukupan udjel TZK)	131,09
<b>SVEUKUPNO UDRUŽIVANJE</b>	<b>€ 812.546,35</b>	<b>€ 726.250,00</b>	89,38
KAMPANJE S AVIO PRIJEVOZNICIMA 2024.	€ 881.938,00	€ 726.250,00	82,35

AKTIVNOST 2024.	IZNOS
udružena sredstva (JLS, lokalne TZ, TZ Kvarnera)	<b>€ 617.420,72</b>  <i>JLS = € 181.217,57 TZ+GOSP. = € 86.203,15 TZK = € 350.000</i>
ugovorena (brutto) marketinška kampanja s avio prijevoznicima	<b>€ 726.250,00</b>
razlika između udruženih sredstava i obaveza prema avio prijevoznicima, koju je povrh planiranih 350.000€ dodatno izdvojila TZ Kvarnera; <b>udjel TZ Kvarnera u 2024. godini iznosi 458.829,28€</b> (350.000€+108.829,28€)	<b>-€ 108.829,28</b>

Činjenica da TZ Kvarnera samostalno snosi preko 60% iznosa svih ugovorenih marketinških kampanja (redovno izvojenih 350.000€ + 108.829,28€ = 458.829,28 €), zasigurno potvrđuje znatan angažman i napor regionalne TZ u dovođenju putnika na ZL Rijeka i provođenju ove aktivnosti, koja se sastoji od:

- dogovaranja s turističkim gospodarstvom na lokalnoj i regionalnoj razini o interesu i potrebi uvođenja i promoviranja avio linije s nekog tržišta
- pregovaranja i udruživanja sredstava na lokalnoj, regionalnoj i državnoj razini
- ugovaranja marketinških kampanja s avio prijevoznicima
- potpisivanja ugovora za udruživanje sredstava

- potpisivanja ugovora sa strateškim partnerima
- pripreme i provođenje marketinške kampanje (odabir medija, alata, grafička priprema, razdoblje provođenja kampanje...)
- praćenja rezultata
- izvještavanja

U nastavku je pregled planiranog i ostvarenog broja putnika u dolasku na ZL Rijeka, te iznosi s kojima je sufinancirana kampanja oglašavanja.

## REALIZACIJA 2024.

AVIO PRJEVOZNICI 2024.									
avio prijevoznik	država	grad	Početak razdoblja letenja	Završetak razdoblja letenja	ostvaren broj putnika u dolasku 2024.	NETTO iznos oglašavanja	BRUTTO podmiren iznos oglašavanja	realiziran media plan	
<b>EASY JET</b>									
easyJet	Switzerland	Basel (BSL)	24.6.2024.	31.8.2024.	2.565	€ 55.000,00	€ 68.750,00	Homepage EasyJet logo Homepage Carousel Email Newsletter Targeted Banner	
easyJet	Germany	Berlin (BER)	24.6.2024.	31.8.2024.	3.706				
<b>EASY JET ogli/dovedenom putniku</b>					6.271	€ 8,77	€ 10,96		
<b>RYANAIR GROUP</b>									
Ryanair	Sweden	Stockholm (ARN)	3.6.2024.	30.9.2024.	5.488	€ 146.000,00	€ 182.500,00	Featured Destination Banner, Airport & Tourism link; newsletter, social media	
Ryanair	Belgium	Charleroi (CRL)	1.6.2024.	28.9.2024.	4.869				
Ryanair	UK	London (STN)	2.6.2024.	39.9.2024.	5.014				
Ryanair	Austria	Vienna (VIE) umjesto BGY	3.6.2024.	30.9.2024.	4.376				
<b>RYANAIR GROUP ogli/dovedenom putniku</b>					19.747	€ 7,39	€ 9,24		
<b>TRANSAVIA</b>									
Transavia	NL	Eindhoven (EIN)	18.4.2024.	29.9.2024.	5.953	€ 40.000,00	€ 50.000,00	Dedicated homepage take-over; Facebook posts;	
<b>TRANSAVIA ogli/dovedenom putniku</b>					5.953	€ 6,72	€ 8,40		
<b>CONDOR</b>									
Condor	Germany	Frankfurt (FRA)	18.5.2024.	5.10.2024.	5.601	€ 40.000,00	€ 50.000,00	1x B2B Newsletter teaser with link to the Croatia article on Extranet; Newsletter integrations – teaser (with link to destination page on condor.com)	
<b>CONDOR ogli/dovedenom putniku</b>					5.601	€ 7,14	€ 8,93		
<b>EUROWINGS</b>									
Eurowings	Germany	Koln (CGN)	4.5.2024.	21.9.2024.	3.602	€ 70.000,00	€ 87.500,00	Horizons article (inspirative content platform)+1/1 page in WINGS magazine	
Eurowings	Germany	Dusseldorf (DUS)	4.5.2024.	20.10.2024.	6.327				
Eurowings	Germany	Hamburg (HAM)	4.5.2024.	26.10.2024.	5.945				
Eurowings	Germany	Stuttgart (STR)	5.5.2024.	22.9.2024.	5.298				
<b>EUROWINGS ogli/dovedenom putniku</b>					21.172	€ 3,31	€ 4,13		
<b>CROATIA AIRLINES</b>									
Croatia Airlines	Njemačka	Munchen (MUC)	01.01.2024	31.12.2024	4.755	€ 190.000,00	€ 237.500,00	web Croatia Airlines oglašavanje na potvrdi pri kupnji zrakoplovne karte oglašavanje na video ekranima u zrakoplovima putni časopis Croatia	
<b>CROATIA AIRLINES ogli/dovedenom putniku</b>					4.755	€ 39,96	€ 49,95		
<b>AIR SERBIA</b>									
AirSerbia	Serbia	Beograd (BEG)	1.6.2024.	25.9.2024.	1.816	€ 40.000,00	€ 50.000,00	Billboard kampanja; inflight magazin Elevate; digitalna kampanja oogle ads (search&display, FB, newsletter, affiliate marketing)	
<b>AIR SERBIA ogli/dovedenom putniku</b>					1.816	€ 22,03	€ 27,53		
						ukupno netto	ukupno brutto		
<b>UKUPNO AVIO PRIJEVOZNICI</b>					96.123	65.315	€ 581.000,00	€ 726.250,00	
					ukupan promet putnika u dolasku na ZL Rijeka	72.574			

TZ Kvarnera je sukladno zadaćama definiranim kroz Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, u 2024. godini odradila kampanju oglašavanja sa strateškim partnerima, te je koordinirala udruživanje sredstva na regionalnoj razini, s primarnim ciljem promocije regije Kvarner i dovođenja većeg broja avio putnika na ZL Rijeka.

Tijekom 2024. godine na području PGŽ je ostvareno:

- 3.204.320 dolazaka turista, a od toga:
- 72.574 putnika u dolasku na ZL Rijeka (2,3% od ukupnog broja dolazaka turista); od 72.574 putnika na ZL Rijeka:
- 65.315 putnika (90%) s avio prijevoznicima s kojima je odrađena kampanja oglašavanja
- u oglašavanje koje je potaknulo dolazak 65.315 putnika uloženo je 726.250 € brutto, znači 11 € je uloženo iznos oglašavanja po putniku (najvećim dijelom u glavnoj sezoni).

Važno je napomenuti da je u proteklih 13 godina u promociju avio linija na ZL Rijeka, TZ Kvarnera u suradnji s partnerima kroz udruženo oglašavanje uložila preko 10 milijuna €.

#### **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 2024. godine ostvaren promet od 72.574 putnika u dolasku.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri</b>	TZ PGŽ u suradnji s HTZ-om te javnim i privatnim sektorom
<b>Realizacija aktivnosti</b>	752.824,04 €

### 3.5. SAJMOVI, PREZENTACIJE I POSLOVNE RADIONICE

#### 3.5.1. SAJMOVI

Turistička zajednica Kvarnera sudjelovala je na slijedećim sajmovima:

RB	GRAD	SAJAM	TIP	DATUM	organizator
1	Stuttgart	CMT	opći	13.-21. 01.2024.	HTZ
2	Zürich	FESPO	opći	01.-04. 02.2024.	HTZ – HR zemlja partner
3	Bruxelles	Salon des Vacances - Vakantiesalon	opći	01.-04. 02.2024.	BeNeLux predstavništvo HTZ-a
4	Milano	BIT	poslovni	04.-06. 02.2024.	ITA predstavništvo HTZ-a
5	München	f.re.e	opći	14.-18. 02.2024.	HTZ
6	Utrecht	Fiets en Wandelbeurs	Specijalizirani (aktivni)	23.-25. 02.2024.	BeNeLux predstavništvo HTZ-a
7	Bologna	Liberamente	opći	23.-25. 02.2024.	TZ PGŽ
8	Berlin	ITB	poslovni	05.-07. 03.2024.	TZ PGŽ
9	Beč	Ferien Messe	opći	14.-17. 03.2024.	HTZ
10	Napoli	BMT	opći	14.-16. 03.2024.	HTZ – HR zemlja partner
11	Vicenza	Tempo Libero	opći	15.-17. 03.2024.	TZ PGŽ
12	Poljska	Wroclaw	opći	22.-24. 03.2024.	TZ PGŽ
13	Njemačka	RDA	Specijalizirani (autobuseri)	23.-24. 04.2024.	TZPŽG i TZG Rijeka
14	Düsseldorf	Caravansalon	Specijalizirani (kamping)	30.08-08. 09.2024.	Zajednički štand Dalmacije, Like i TZK
15	Rimini	TTG Travel Experience	poslovni	09.-11. 10.2024.	HTZ
16	London	WTM	poslovni	studeni 2024	HTZ
17	New York	NY Travel Adventure Show	opći	27.-28. 01.2024.	USA predstavništvo HTZ-a

Opis aktivnosti:

### **Stuttgart, CMT**

Za Primorsko-goranskom županijom vladao je veliki interes na jednom od najvećih međunarodnih sajмова posvećenog turizmu i kampiranju - CMT u njemačkom gradu Stuttgartu, koji se ove godine održavao od 13. do 21. siječnja i kojeg je posjetilo 265.000 posjetitelja. Uz to, važno je naglasiti kako je sajam iz godine u godinu iznimno dobro popraćen od strane novinara - sva sajamska događanja pratilo je oko 1.500 novinara koji su izvještavali o događanjima prije, tijekom i nakon CMT-a na svim kanalima: TV, radio, tisak i društvene mreže. Štand na kojem se predstavila turistička ponuda cijele županije bila je dio nacionalnog, hrvatskog štanda uz 15 drugih suizlagača s područja cijele Hrvatske. U 2024. godini izložbeni prostor sajma prostirao se na 10 hala u kojima se predstavilo 1.600 izlagača iz 100 zemalja svijeta. Sajam CMT je Turističkoj zajednici PGŽ i izvrsna prilika za prezentaciju Kvarner Magazina u kojem se na 50-ak stranica mogu pronaći novosti u turističkoj ponudi regije, ali i zanimljivi savjeti što posjetiti, zatim kartu regije, popis hotela, hostela i kampova. Magazin je uz njemački jezik, otisnut i na engleskom jeziku. Tijekom 9 dana CMT-a održavao se i niz manjih pratećih sajмова: „Fahrrad- und Wander-Reisen“ (bike i hike), „Golf- und Wellness-Reisen“ (golf i wellness), „Kreuzfahrt- und Schiffs-Reisen“ (krstarenja i brodska putovanja).

### **Zürich, FESPO**

Hrvatska turistička zajednica bila je zemlja partner na najznačajnijem švicarskom sajmu FESPO u Zürichu gdje su prilikom otvorenja Rapski samostreličari bili kvartnerska atrakcija koja je privukao pažnju na Hrvatski štand. Tom prilikom poslužene su i razne rabske delicije, između ostaloga najpoznatija Rabska torta. Sajam FESPO ima oko 500 izlagača a tijekom izlaganja sajam je posjetilo oko 40.000 posjetitelja.

### **Bruxelles, Salon des Vacances -Vakantiesalon**

Turistička zajednica Kvarnera sudjelovala je na sajmu Salon des Vacances / Vakantiesalon u Bruxellesu koji se održao od 1. do 4. veljače. 65. izdanje ove manifestacije okupilo je oko 300 izlagača, a po broju posjetitelja parira najvećem sajmu na području zemalja Beneluxa, Vakantiebeursu u Utrechtu. Od prvoga dana sajma, hrvatski je štand bio izuzetno dobro posjećen. Ovogodišnje izdanje obilježile su tri ključne teme: putovanja za medeni mjesec tj. godišnjicu braka, održivi načini putovanja te wellness odmori.

### **Milano, BIT**

Turistička zajednica Primorsko-goranske županije u Italiji je predstavila turističku ponudu na međunarodnom sajmu turizma Borsa Internazionale del Turismo (BIT), koji se održao u Milanu od 4. do 6. veljače 2024.

godine. Na hrvatskom izložbenom prostoru svoju ponudu predstavilo je šest suizlagača, odnosno turističke zajednice Kvarnera, Ličko-senjske, Zadarske i Šibensko-kninske županije, kao i turističke zajednice gradova Opatija i Rab, dok na cjelokupnom sajmu svoju ponudu predstavljaju izlagači iz više od 50 svjetskih zemalja, među kojima su turističke organizacije, udruge, turoperatori, agencije, aviokompanije i dr. Sajam BIT predstavlja najvažnije međunarodno turističko događanje u sjevernoj Italiji, podijeljen je u nekoliko kategorija poput turizma, tehnologije, poslovnog turizma i kongresa, a namijenjen je poslovnoj i općoj publici. Tijekom trajanja sajma zabilježen je izniman interes za Kvarnerom, a najveći broj upita posjetitelja odnosio se na nautiku, outdoor ponudu, plaže i otoke te kamping ponudu i prometnu povezanost.

### **München, f.re.e**

Turistička zajednica PGŽ predstavila je turističku ponudu županije na sajmu F.re.e. u Münchenu, koji se održao od 14.2. do 18.2.2024., a radi se najvećem sajmu za putovanja i odmor koji se u glavnom gradu Bavarske održava još od 1970. godine. Hrvatska je bila ovogodišnja zemlja partner sajma, što znači da je cjelokupni nastup i predstavljanje organizirala Hrvatska turistička zajednica u suradnji s 27 izlagača iz Hrvatske. Hrvatski štand nalazio se na zasebnom velikom prostoru od oko 400 četvornih metara i tijekom svih 5 dana sajma to je bilo mjesto gdje se održavao čitav niz prezentacija, sastanaka, kulturno-umjetničkih i zabavnih programa te degustacija. Turistička zajednica PGŽ bila je jedan od suizlagača, te je u sklopu velikog nacionalnog štanda predstavljena čitava turistička ponuda županije, a uz županijsku turističku zajednicu bilo je tu još turističkih tvrtki ali i lokalnih turističkih zajednica s područja PGŽ. Ovogodišnji sajam posjetilo je 160 tisuća posjetitelja, a predstavilo se 900 izlagača iz više od 50 zemalja svijeta

### **Utrecht, Fiets en Wandelbeurs**

Na specijaliziranom sajmu Fiets en Wandelbeurs koji se održavao od 23.2. do 25.2.2024. u Utrechtu, specijaliziran za aktivni odmor, TZ PGŽ predstavila je outdoor ponudu s posebnim naglaskom na Gorski kotar. Sajam je namijenjen svim ljubiteljima aktivnog odmora a posjetiteljima nudi koncept pješaćenja i biciklizma kao odlične kombinacije odmora i rekreacije. Zabilježena je posjećenost od 25.000 posjetitelja i 150 izlagača. TZ PGŽ nastupa na ovom sajmu već duži niz godina u kontinuitetu i Gorski kotar je na ovom tržištu uvijek privlačna destinacija.

### **Bologna, Liberamente**

U Bologni, zadnjeg vikenda veljače održava se turistički sajam Liberamente koji je posvećen slobodnom vremenu, zabavi, sportu i životu na otvorenom. Sajam se održava po 18. put, a istovremeno se održava više tematskih događanja, prezentacija i manjih sajmova na temu kampiranja, kampera i prateće opreme, zatim turizam i putovanja s

naglaskom na outdoor aktivnosti, sport, te zeleni kutak i eno-gastronomija. Među gostima iz Italije raste interes za aktivnostima u prirodi, a naša regija u tom segmentu ponude ima itekako atraktivne proizvode - od biciklizma, pješačenja, trekkinga, jedrenja, pa do adrenalinskih sportova. Na štandu TZ Kvarnera najtraženije informacije bile su one o kampovima, zatim biciklističkim i pješačkim stazama.

### **Berlin, ITB**

Od 5. do 7. ožujka 2024. godine najveći i najvažniji sajam turističke industrije ITB u Berlinu se održao u ponešto promijenjenom obliku. Umjesto uobičajenih 5 dana trajanja, od 2024. godine sajam je trajao 3 dana isključivo za B2B, a 2 dana za opće posjetitelje su ukinuta. Turistička zajednica PGŽ tu je priliku iskoristila za predstavljanje regije na samostalnom štandu sa pet suizlagača: Turističkom zajednicom otoka Krka, Lošinj Hotels & Villas (Jadranka turizam), turističkim zajednicama s Opatijske rivijere, Turističkom zajednicom grada Crikvenice te Klasterom zdravstvenog turizma Kvarnera. Na ITB-u ove godine predstavilo se 5.500 izlagača iz 161 zemlje, te je održano 200 predavanja i prezentacija na kojima je sudjelovalo oko 400 vodećih govornika kao primjerice predstavnici TUI-ja, UNWTO-a, Deutsche Bahn-a, Air BnB-a i dr.

### **Beč, Ferienmesse**

Turistička zajednica PGŽ se od 14. do 17. travnja predstavlja na sajmu Ferienmesse u Beču gdje je Hrvatska bila zemlja partner sajma, što znači da se turistička ponuda zemlje predstavila na velikom prostoru od preko 200m<sup>2</sup> na kojem je zajednički nastupao 21 hrvatski suizlagač. Tijekom 4 dana trajanja sajma Primorsko-goransku županiju predstavila Udruga rapskih samostreličara koja je izvela svoj jedinstveni nastup u pratnji bubnjara, plesača, samostreličara, zastavničara i plemstva. Uz prezentaciju samostreličara, kušale su se slatke delicije otoka Raba; Rabska torta i mustačoni.

### **Napoli, BMT**

U suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom TZ Kvarnera predstavila je turističku ponudu Kvarnera na najvažnijem međunarodnom sajmu turističkih profesionalaca u Napulju. Naime, 2024. godine je Hrvatska bila Zemlja partner u na sajmu BMT koji je ujedno i najvažniji poslovni sajam koji se održava na jugu Italije. Hrvatska se kao zemlja partner još dodatno prezentirala kroz bogat program događanja koji je uključivao brojne nastupe i eno i gastro degustacije, a Kvarner se dodatno predstavio i kroz zanimljivu reportažu u posebnom izdanju talijanskog magazina Destinazione Benessere koji se tijekom trajanja sajma dijelio svim posjetiteljima. Tijekom prva dva dana sajma održan je velik broj poslovnih sastanaka, prezentacija, radionica i poslovnih susreta. Sajam je ove godine okupio više od 400 izlagača među kojima su brojne

nacionalne turističke organizacije, kao i turoperatori, strukovna udruženja, brodari, kruzing i avio kompanije, te željeznički prijevoznici.

### **Vicenza, Tempo Libero**

Sajam u Vicenzi se održavao od 15. do 17. ožujka, a glavna tema sajma bila je kamping ponuda te odmor na otvorenom. Turistička zajednica PGŽ predstavila se samostalno na posebno uređenom štandu, a posjetitelji su najviše tražili informacije o ponudi aktivnog turizma, zatim nautičkoj ponudi, mogućnostima kampiranja tijekom proljeća i kolovoza, bilo je tu pitanja o ponudi zdravstvenog turizma – najviše o dentalnim klinikama, te pet friendly ponudi ali i o gastronomiji.

### **Wroclaw, Międzynarodowe Targi Turystyki**

Sajam svake godine posjeti oko 12 tisuća posjetitelja, a predstavljalo se oko 200 izlagača iz 20 zemalja svijeta. U sklopu sajma organizirana su još dva dodatna događanja i to „Traveler`s Festival“ na kojem je gostovalo 30 poljskih influencera iz domene putovanja koji su održali i niz predavanja te „Culinary Festival“ posvećen gastronomiji tijekom kojeg se održavao i „cooking show“ program na kojem su vrhunski chefovi pripremali regionalne tradicionalne delicije, a publika je sudjelovala u kušanju jela. Turistička zajednica PGŽ zakupila je štand s Turističkom zajednicom otoka Krka, Turističkom zajednicom grada Crikvenice i Turističkom zajednicom grada Novog Vinodolskog te je zajednički predstavljena bogata turistička ponuda čitave županije s posebnim naglaskom na Crikveničko-vinodolsku rivijeru i otok Krk - na štandu su se nudile tradicionalne krčke slastice, Vrbnička Žlahtina, Pavlomir rakije, domaće kobasice, pršut, sir i suhe smokve. Wroclaw je inače četvrti po veličini grad u Poljskoj, središte regije Silesian Lowland, blizu njemačke i češke granice. Zbog povoljne lokacije veliki broj podružnica industrijskih i IT tvrtki iz Njemačke i Češke preselile su se upravo u Wroclaw, tako da iz ovog kraja dolaze gosti više platežne moći. U zadnjih nekoliko godina Wroclaw redovito nalazi i svoje mjesto među najbrže rastućim metropolama Europske unije.

### **Köln, RDA**

U travnju 2024. godine Kvarner se predstavio i na sajmu RDA Group Travel Expo - najvećoj europskoj burzi za autobusere tj. organizatore grupnih putovanja. Po završetku sajma za Kvarner je krenulo razdoblje statusa regije partnera s RDA. To će biti posebno istaknuto na sljedećem sajmu RDA Group Travel Expo koji će se održavati od 29. do 30. travnja 2025. godine.

### **Düsseldorf, Caravansalon**

Turistička zajednica Kvarnera kraj kolovoza i početak rujna 2024. godine iskoristila je za sudjelovanje na specijaliziranom kamping sajmu „Caravan Salon“ u njemačkom gradu Düsseldorfu. Uz sajam CMT u Stuttgartu, radi

se o vodećem sajmu za kamping industriju koji se smatra pokazateljem za iduću kamping godinu. Sajam je bio jako dobro posjećen, oko 254.000 posjetitelja, što je za oko 30 tisuća posjetitelja više od prošle godine, a to govori o važnosti sudjelovanja na ovom sajmu i velikoj potražnji za ovim vidom ponude. Kvarner se predstavio na nacionalnom štandu Hrvatske turističke zajednice, zajednički uz nekoliko drugih suizlagača iz Hrvatske. Sajam je trajao deset dana, od 26. kolovoza do 3. rujna, a više od 770 izlagača iz 37 zemalja predstavilo se u ukupno 16 hala na 250.000 metara kvadratnih. U 15 hala predstavljale su se razne vrste kamping vozila, šatora i prateća oprema za kampiranje, dok je 1 hala bila posebno posvećena turističkoj ponudi i kamping destinacijama gdje se i nalazio zajednički štand Hrvatske turističke zajednice.

### **Rimini, TTG**

Turistička zajednica Kvarnera je od 9. do 11. listopada sudjelovala na sajmu TTG Travel Experience u talijanskom Rimini-ju. Turistička zajednica Kvarnera je zajedno s Liburnia Hotels & Villas (Liburnia Riviera Hoteli) bila jedan od suizlagača koji su se zajednički predstavili na nacionalnom štandu Hrvatske turističke zajednice. Prema riječima organizatora, ovogodišnji sajam okupio je oko 2.700 izlagača. Tijekom tri dana sajma bilo je organizirano i preko 200 događaja na kojima je sudjelovalo više od 250 stručnjaka iz svjetske turističke industrije. Kad je riječ o nastupu na sajmu TTG, treba naglasiti kako je taj sajam već tradicionalno mjesto okupljanja reprezentativnih i jakih talijanskih turističkih i trgovačkih udruženja poput Federalberghi, FIAVET, FAITA Federcamping, ASTOI (talijanska inačica udruge touroperatora), FTO.

### **London, WTM**

Turistička zajednica Kvarnera je od 5. do 7. studenog sudjelovala na jednom od najvećih i najutjecajnijih poslovnih sajmova svjetske turističke industrije - WTM (World Travel Market) u Londonu. Sajam se održavao 44. put za redom, a posjetilo ga je više od 40 tisuća profesionalaca iz turističkog sektora cijelog svijeta. Uz Turističku zajednicu Kvarnera, na novom nacionalnom štandu Hrvatske turističke zajednice koja je upravo u Londonu predstavila novi vizualni izgled izložbenog prostora, predstavio se velik broj suizlagača iz Hrvatske, pa tako i s Kvarnera. Štand Kvarnera bio je dobro posjećen, najviše upita odnosilo se na premium ponudu destinacije, posebice smještaj u malim luksuznim hotelima. U skladu s najnovijim trendovima u turizmu, posjetitelji su pokazali posebno veliko zanimanje za otkrivanjem novih destinacija, ali i nekih novih autentičnih doživljaja.

Tijekom sva tri dana na hrvatskom nacionalnom štandu su se u suradnji s Hrvatskom gospodarskom komorom održavale prezentacije i degustacije vrhunskih hrvatskih vina.

### **New York, Travel Adventure Show**

Turistički sajam u New Yorku privukao je više od 30.000 posjetitelja i 600 novinara. Organizatori su paviljon Hrvatske turističke zajednice i partnera nagradili kao jedan od najatraktivnijih. Sudjelovalo je 500 izlagača iz 170 zemalja a hit destinacija je Hrvatska. Uz druge hrvatske suizlagače, Kvarner je stajao na raspolaganju 2.000 putničkih agenata. Da su svoj posao odradili na najbolji način dokazuje i nagrada kao najbolji izlagač na najvećem američkom turističkom sajmu.

#### **Ostvareni cilj aktivnosti:**

Turistička zajednica Kvarnera kontinuirano promovira destinaciju na najznačajnijim turističkim sajmovima, ostvaruje osobni kontakt s publikom i agentima osobito na udaljenijim tržištima te svojim gastro prezentacijama promovira Kvarner kao Europsku regiju gastronomije 2026.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri</b>	TZ PGŽ u suradnji s HTZ-om, predstavništvima HTZ-a u inozemstvu, LTZ, PR agencijama i gospodarstvom
<b>Realizacija aktivnosti</b>	183.962,09 €

## **3.5.2. PREZENTACIJE**

### **NJEMAČKA**

#### **Düsseldorf, Caravan Salon**

Na specijaliziranom kamping sajmu „Caravan Salon“ koji se po 62. put održao se u njemačkom gradu Düsseldorfu i koji je vodeći sajam za kamping industriju sa 254.000 posjetitelja, nastupila je i TZ Kvarnera te održala prezentacije o općoj i kamping ponudi pred mnogobrojnom zainteresiranom publikom. Nakon ovih prezentacija puno sudionika prezentacije došlo je na štand Kvarnera po promidžbeni materijal te specijalizirane i individualizirane informacije o kamping ponudi Kvarnera.

#### **Berlin, ITB**

Turistička zajednica Kvarnera iskoristila je najveći sajam svjetske turističke industrije - ITB u Berlinu - za samostalno predstavljanje regije, ali i za svjetsku najavu domaćinstva Godišnjoj skupštini europskog

udruženja RDA koja se u listopadu 2024. godine održala na Kvarneru, u Rijeci.

### **AUSTRIJA - Beč, vinski festival Orange Wine (preuzeto iz 2.2.2.)**

TZ Kvarnera i Zadruga vinara Proizvođačka organizacija Vina Kvarnera nastupili su na vinskom festivalu Orange Wine Festival Beč koji se održao 19. studenog u Beču u Austriji. Na festivalu su se predstavila vina od autohtonih sorti vinove loze Kvarnera - žlahtine, belice, jarbole, trojiščine i mješavine koja su pripremljena na način pripreme jantarnih vina i sve vinarije udruženja s Kvarnera – OPG Ružić, OPG Plovanić vina, Vinarija Kapić, Vinska kuća Pavlomir, Vinarija Katunar, Vinarija Gospoja, OPG Kuća vina Ivan katunar, PZ Vrbnik, Vinarija Šipun i Vinarija Nada. Izuzev vina predstavili su se i drugi poljoprivredni odnosno prehrambeni proizvodi s Kvarnera – maslinovo ulje, grobnički sir, krčki pršut, otočne kobasice, deserti (Gospoja, Vilma, Buretić, Frankuin, PZ Cres, smokvenjak...). Na štandu su se uz promotivne materijale Turističke zajednice Kvarnera promovirali brendovi TZ Kvarnera: Kvarner gourmet / food i Kvarner Wines, projekt Kvarner Europska regija gastronomije te projekti i brendovi Primorsko – goranske županije Centar za poljoprivredu i ruralni razvoj primorsko – goranske županije odnosno Kašetica primorsko – goranska te projekt Putevima Frankopana. Izlagačko mjesto je posjetio je velik broj ljubitelja i poznavatelja vina i predstavnika medija specijaliziranih za eno-gastro teme, koji su se uvjerali u sjajne potencijale destinacije Kvarner.

### **ITALIJA – Milano, My Personal Trainer Days**

TZ Kvarnera je u suradnji s predstavništvom HTZ-a u Italiji u rujnu 2024. godine u Milanu, sudjelovala na manifestaciji My Personal Trainer Days pod pokroviteljstvom talijanske medijske kuće Mediamond, koja u svom portfelju ima veliki broj talijanskih televizija, portala, novina, radio stanica te magazina poput: ilGiornale.it, Canale 5, Tgcom24, Meteo.it, Sport mediaset, Radio 101, Radio 105, Radio Virgin, Radio Subasio, Donne, Giallo Zafferano, My Personal Trainer....

Manifestacija je organizirana već treću godinu za redom, a My Personal Trainer u Italiji je poznat kao najčitaniji online medij posvećen zdravom životu i prehrani, sportu te wellnessu koji ima oko 13 milijuna korisnika mjesečno i 6 milijuna pratitelja na društvenim mrežama. Kvarner je predstavio svoju bogatu ponudu na posebno uređenom i brendiranom info pultu, s posebnim naglaskom na zdravstveni turizam, aktivni odmor, gastronomsku ponudu te prestižnu titulu Europske regije gastronomije za 2026. godinu. Ova atraktivna prezentacija privukla je pozornost talijanske publike, posebno tijekom intervjua na popularnom televizijskom kanalu Canale 5, čime je dodatno povećana vidljivost destinacije. Tijekom cijele manifestacije, veliki videozid prikazivao je dinamični promotivni film Kvarnera "Make Your Own Movie", dodatno

potičući zanimanje posjetitelja. Brojne medijske objave koje su uslijedile te uspješna kampanja My Personal Trainer-a na društvenim mrežama obuhvatila je 5 milijuna korisnika i njihov velik broj reakcija bila je svakako potvrda dobrog nastupa.

### **SKANDINAVIJA - Stockholm (Švedska), Oslo (Norveška), Kopenhagen (Danska)**

U suradnji s touroperatorima Aviareps i Katarina line , održane su tri prezentacije u Stockholmu, Oslu i Kopenhagenu pred više od 150 tour-operatora kojima je prezentirana turistička ponuda Kvarnera.

### **HRVATSKA – Zagreb, Zagreb TourFilm Festival** (preuzeto iz 2.2.2)

U prigodi održavanja Zagreb TourFilm Festivala TZ Kvarnera organizirala je Gastro prezentaciju Kvarnera - Europske regije gastronomije 2026

u zagrebačkom restoranu Baltazar, u suradnji s gastronomskim vodičem Gault&Millau Croatia, i to u prigodi Međunarodnog festivala turističkih filmova. Na prezentacijskoj večeri su se okupili novinari, suradnici i poslovni partneri.

### **USA - New York, Travel & Adventure Show**

Na sajmu Travel & Adventure Show u New Yorku pred agentima i novinarima održana je prezentacija opće turističke ponude Kvarnera te je prikazan nov srebrom nagrađen najbolji turistički film na svijetu „Make Your Own Movie“ koji je izazvao velik interes što je rezultiralo velikim posjetom i interesom na štandu Kvarnera.

### **Ostvareni cilj aktivnosti:**

Ostvarene prezentacija turističke ponude radi zadržavanja prisutnosti i vidljivosti na tržištu te održavanja stalne pažnje i fokusa na regiju Kvarner. Prezentacije su bile za publiku i novinare te na taj način imaju dodatnu vrijednost radi ostvarivanja daljnjih kontakata nakon održane prezentacije.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri</b>	TZ PGŽ
<b>Realizacija aktivnosti</b>	66.534,37 €

## 3.6. SURADNJA S ORGANIZATORIMA PUTOVANJA

### 3.6.1. STUDIJSKA PUTOVANJA AGENATA

#### Opis aktivnosti:

Studijska putovanja agenata (prodajnog osoblja, vlasnika agencija i donositelja odluka) organiziraju se s ciljem upoznavanja i povezivanja turističke ponude i potražnje domaćeg i inozemnog tržišta. 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 za Kvarner te osigurati „prisutnost“ Kvarnera kao poželjne turističke destinacije na emitivnim turističkim tržištima.

Sukladno interesima pojedinih grupa agenata izrađen je čitav niz različitih programa koji su uključivali razgled destinacije (najznačajnijih turističkih potencijala), prezentaciju proizvoda pojedine destinacije, razgled smještajnih kapaciteta te posjet i razgled ugostiteljske ponude (degustacije proizvoda). Putovanja su se bazirala na općoj turističkoj ponudi i novostima uz poseban naglasak na područje interesa za koji su pojedini agenti /turooperatori bili specijalizirani kao npr. luksuzni turizam i/ili Advent i /ili putovanja u zimskom periodu i sl.

#### Ostvareni cilj aktivnosti:

U 2024. godini TZ PGŽ je, u suradnji s predstavništvima HTZ-a, na prijedlog lokalnih turističkih zajednica i ostalih gospodarskih subjekata realizirala 20 studijskih putovanja za strane agente i turooperatore. U programima je sudjelovalo 230 inozemnih agenata iz Europe, Kanade, Brazila, Kine i SAD-a.

Za istaknuti:

- Za 12 VIP sudionika Meetex-a (Croatian Meeting Experience Summit) iz EU zemalja, Ujedinjenog kraljevstva, Norveške i Kine u ožujku je organizirana post kongresna tura kroz koju su upoznali Opatijsku i Crikveničko–vinodolsku rivijeru te Gorski kotar. Predstavnici ove ture bili su vlasnici, osnivači i vodeće strukture MICE tvrtki / korporacija. Meetex je jedino B2B okupljanje predstavnika kongresnog i poslovnog turizma u Hrvatskoj, a događanje privlači više od 100 profesionalaca kongresne industrije iz cijelog svijeta.
- U suradnji s hotelom Ikador, Liburnia Riviera hotelima i lokalnim turističkim zajednicama u više navrata (proljeće i jesen) smo



organizirali studijska putovanja za agente, od kojih su neki bili specijalizirani za luksuzni turizam (hotel Ikador). Programi su se bazirali na obilascima Opatijske rivijere te eno/gastronomskoj ponudi Kvarnera.

- Za predstavnike najvećih turističkih agencija iz SAD-a i zapadne Europe organizirano je i posebno studijsko putovanje - post kongresna tura konferencije TOURISM 365 u sklopu kojeg je više od 20 agenata posjetilo i boravilo dva dana na Kvarneru, odnosno u Opatiji i otoku Lošinju.
- U prvoj polovici listopada Kvarner je posjetila grupa agenata - članovi zaklade Willy Scharnow sa sjedištem u Frankfurtu. Ova Zaklada ima veliki ugled i utjecaj u turizmu, a jedna od zadaća im je organiziranje info-putovanja za agente i djelatnike u turizmu (na godišnjoj razini oko 85 putovanja diljem svijeta). Agenti su imali priliku pobliže upoznati atrakcije prirodne i kulturne baštine, odnosno mogućnosti ugodnog i zanimljivog odmora na Kvarneru koji se sastojao od upoznavanja kvarnerskih otoka (Krk, Cres i Lošinj), te Opatije i Rijeke.
- Tijekom sajma F.re.e. u Münchenu održali smo i sastanak s predstavnicima LBO-a (Landesverband Bayerischer Omnibusunternehmen) tj. Bavarske udruge autobusera s kojima smo razgovarali o suradnji i organizaciji studijskog putovanja po Kvarneru. Udruga LBO prihvatila je naš prijedlog, te smo za 30-tak članova Bavarske udruge autobusera na čelu sa predsjednikom udruge, gospodinom Stephanom Rablom, organizirali studijsko putovanje od 11.10.do 16.10.2024. kako bi ih upoznali sa novitetima na Kvarneru. Učesnici su posjetili Crikveničko-vinodolsku rivijeru, otoke Krk i Rab, Opatijsku rivijeru te Rijeku i novoootvorenu Kuću halubajsega zvončara. To je bila prilika za privlačenje novih agencija za grupna putovanja na Kvarner, a za agencije koje poznaju Kvarner i godišnje dovode i po 30 grupa to je bila prilika da svoje programe obogate nekim novim sadržajima.
- Kao rezultat lobiranja, pregovora i iskaza interesa Kvarner je bio domaćin godišnje skupštine europske strukovne udruge autobusera RDA , i to od 22. do 25. listopada u hotelu Hilton Rijeka Costabella Beach Resort & Spa. Podsjetimo, krajem 2023. godine RDA vodstvo donijelo je odluku o Kvarneru kao domaćinu njihove Godišnje skupštine. Nakon temeljite procjene i dva inspekcijska posjeta, tijekom kojih su se organizatori osobno uvjerali u kvalitetu ponude Kvarnera, donesena je odluka o održavanju događanja, zahvaljujući dugogodišnjoj zajedničkoj suradnji Turističke zajednice Kvarnera, Hrvatske turističke zajednice i predstavništva Hrvatske turističke zajednice u Njemačkoj s udruženjem RDA.

Ovaj događaj od iznimnog značenja za Kvarner okupio je ključne dionike iz autobusnog sektora, touroperatore, razne pružatelje usluga u segmentu grupnih putovanja, turističke profesionalce te stručnjake iz cijele Europe. Na skupštini je prisustvovalo oko 120 članova za koje su u sklopu programa Skupštine tijekom dva dana organizirana dva studijska putovanja po Kvarneru koja su uključivala posjet otoku Krku, Opatiji i Rijeci.

- Grupa agenata tj. korporativnih kupaca iz odabranih najjačih multinacionalnih kompanija sa sjedištem u Srbiji posjetila je Kvarner u listopadu. Predstavnici velikih svjetskih korporacija (banke, medicinska oprema, IT sektor, osiguravajuća društva, Coca-Cola...) posjetili su Opatijsku rivijeru i otok Lošinj, te po povratku, neki od njih, su za svoje klijente i suradnike već organizirali okupljanje – „Team Building“ na Kvarneru.
- U prosincu Opatiju je posjetilo 11 kineskih agenata u pratnji direktorice predstavništva u Kini (gospođa Franka Gulin). Sudionici su uživali u opatijskom Adventu, te upoznali različite mogućnosti hotelskog smještaja i autohtonu gastro ponudu.

Ovim studijskim putovanjima (za agente) dobili smo potvrdu da su nas inozemni organizatori putovanja prepoznali kao cjelogodišnju destinaciju raznolike i bogate ponude i kako sve više raste potražnja za provođenjem godišnjih odmora na Kvarneru i u pred-, odnosno posezoni.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri</b>	TZ PGŽ
<b>Realizacija aktivnosti</b>	30.496,90 €

### **3.6.2. PRIHVAT SNIMANJA EMISIJA O DESTINACIJI, REALITY SHOW EMISIJA I SL.**

U 2024. godini nije bilo upita te vrste.

### **3.6.3. KONFERENCIJA AUTOBUSERA, TOUOPERATORA I AGENATA**

#### **Godišnja skupština udruženja RDA**

Udruženje RDA već 70 godina uspješno djeluje na području grupnog turizma, okupljajući preko 2.600 članova iz 40 zemalja. S primarnim ciljem poboljšanja poslovnih uvjeta i promocije održivog turizma, RDA je postalo vodeće tijelo u ovoj branši. RDA od svojih samih početaka prepoznala je važnost održivog razvoja turizma, a danas, kada je ekološka svijest sve izraženija, udruženje još snažnije promovira prednosti autobusnog prijevoza. Modernim autobusima s najnovijom tehnologijom, emisije štetnih plinova su znatno smanjene, čime se doprinosi očuvanju okoliša.

Turistička zajednica Kvarnera 25 godina članom je udruženja RDA-a, te je tijekom te dugogodišnje suradnje uspostavljena snažna veza s ciljem promicanja Kvarnera kao atraktivne destinacije za grupna putovanja.

Nakon temeljite procjene i dva inspekcijska posjeta, koncem 2023. godine tijekom kojih su se čelni ljudi iz RDA, kao organizatori, osobno uvjerali u kvalitetu Kvarnera, donesena je odluka o domaćinstvu Kvarnera godišnjoj skupštini RDA 2024.

#### **Najava događaja na ITB Berlin – press konferencija 5. 3. 2024.**

Turistička zajednica Kvarnera iskoristila je najveći sajam svjetske turističke industrije - ITB u Berlinu - za samostalno predstavljanje regije, ali i za svjetsku najavu domaćinstva Godišnjoj skupštini europskog udruženja RDA koja se održava u listopadu na Kvarneru.

ITB, kao najvažnija točka na kojoj se susreće svjetska turistička ponuda i potražnja, bio je odlično mjesto za svjetsku najavu Godišnje skupštine renomiranog europskog strukovnog udruženja autobusera RDA koje u listopadu dolazi na Kvarner. Na kvarnerskom štandu prvog dana ITB-a, 5. ožujka, održana je konferencija za medije na koju su bili pozvani strani i domaći mediji te poslovni partneri. Koliko je dolazak i boravak članova udruženja RDA-a na Kvarneru važan događaj za hrvatski turizam pokazala je i podrška koju je TZ Kvarnera dobila od Hrvatske turističke zajednice i Ministarstva turizma i sporta RH. Ministrica turizma i sporta Nikolina Brnjac, direktor Hrvatske turističke zajednice Kristijan Staničić, direktor predstavništva Hrvatske turističke zajednice u Njemačkoj Romeo Draghicchio te predsjednik udruženja RDA Benedikt Esser, te direktorica TZ Kvarnera Irena Peršić Živadinov zajednički su sudjelovali na konferenciji putem koje je predstavnicima svjetske turističke industrije najavljen ovaj važan događaj i domaćinstvo Kvarnera.

Godišnja skupština RDA održana je od 22. do 25. listopada 2024.godine na Kvarneru, te je okupila vodeće europske organizatore grupnih putovanja. Uz samu sjednicu skupštine RDA, održan je workshop s

domaćim partnerima, zatim prezentacija Kvarnera, organizirani su studijski izleti po Kvarneru. Također, pažnju sudionika privukla je stručna konferencija sa 6 predavanja, kao i svečana prezentacijska večera s domaćom hranom i lokalnim vinima za sve sudionike. Završnoj press konferenciji nazočili su brojni predstavnici medija.

Turistička zajednica Kvarnera i Hrvatska turistička zajednica bili su domaćinima Godišnjoj skupštini RDA, odnosno vodećem udruženju organizatora autobusnih i drugih grupnih turističkih programa. Radi se o poslovnom događanju koje je hotelu Hilton Rijeka Costabella Beach Resort & Spa okupilo više od 120 vlasnika i menadžera agencija i touroperatora iz cijele Europe koji su tijekom četiri dana boravka na Kvarneru odradili niz radnih sastanaka, upoznali kvarnerske destinacije i njihovu ponudu, sudjelovali na stručnim predavanjima te poslovnoj radionici s 20-ak agencija, touroperatora i hotela s područja Kvarnera, ali i cijele Hrvatske s kojima su dogovarali nove poslove. U organizaciju studijskih izleta aktivno su se uključile i Turistička zajednica grada Rijeke, Turistička zajednica grada Opatije i Turistička zajednica otoka Krka. Tijekom Godišnje skupštine Turistička zajednica Kvarnera održala je i prezentaciju cjelokupne ponude Kvarnera, i tako je istaknuta raznolikost regije, čineći ovaj poslovni događaj još zanimljivijim svim sudionicima.

Suradnja Turističke zajednice Kvarnera i RDA nastavlja se u 2025 godini, kada će Kvarner biti u statusu regije partnera sajmu RDA Group Travel Expo koji će se održavati od 29. do 30. travnja 2025. godine.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri</b>	TZ PGŽ, hotelijeri i partneri
<b>Realizacija aktivnosti</b>	59.777,32 €

### 3.6.4. LOOP LUXURY TRAVEL FAIR 2024

#### Opis aktivnosti:

Kvarner i otok Lošinj su bili domaćinom jednom od najvažnijih međunarodnih susreta za segment poslovnih, odmorišnih i luksuznih putovanja - Loop (Luxury on Our Planet). Ovo prestižno događanje održava se već 10 godina u destinacijama koje su poznate ili postaju sve prepoznatljivije po svojoj luksuznoj ponudi. Turistička zajednica Kvarnera podržala je ovo međunarodno poslovno događanje iz svijeta turizma te sudjelovala na otvorenju i poslovnim susretima. Loop je obuhvatio tri događanja: Loop MICE Spring 2024 koji se održavao od 7. do 10. travnja i bio je posvećen poslovnom i kongresnom turizmu, zatim Loop Leisure od 10. do 14. travnja koji je bio posvećen odmorišnom turizmu te Loop

CEE od 14. do 18. travnja. Događanje je okupilo preko 60 buyera iz europskih zemalja.

**Ostvareni cilj aktivnosti:**

Cilj ovih susreta bio je umrežavanje predstavnika atraktivnih destinacija, hotela i event lokacija, zatim putničkih agenata te različitih inozemnih dobavljača iz cijelog svijeta, a posebice iz Njemačke, Austrije, Švicarske, kao i tržišta srednje i istočne Europe (CEE), te provedena iznimno snažna promocija kroz sve medije organizatora. Uz to, povećana su noćenja i potrošnja koja se ostvaruje u predsezoni.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri</b>	TZ PGŽ
<b>Realizacija aktivnosti</b>	15.000,00 €

## 3.7. KREIRANJE PROMOTIVNOG MATERIJALA

### 3.7.1. INFO BROŠURA

**Opis aktivnosti:**

Turistička zajednica Kvarnera nastavila je sa redesignom i inoviranjem postojeće Mini image brošure u Planer putovanja. Uočena je potreba i praktičnost da su na jednom mjestu objedinjene sve informacije koje gost traži na papiru, a nadopunjen s QR kodovima, linkovima na web i društvene mreže koje vode do proširenog izvora informacija. Ovaj zahtjevan projekt objedinjuje ne samo informacije o subregijama i smještajnim kapacitetima već i o kvarnerskim brendovima: Kvarner Family, Kvarner Gourmet & Food, Kvarner Wines, Kvarner Health & Wellbeing, Kvarner Bike & Hike, Kvarner Culture & Maritime Heritage, Kulturna-turistička ruta „Putovima Frankopana“, zaštićenu prirodnu baštinu i Centre za posjetitelje. Dovedena do visokog stupnja dovršenosti u 2024. godini nastavit će se raditi još na reviziji unesenih podataka i dorađivanju detalja radi postizanja što aktualnijeg i informativnijeg Planera putovanja.

**Ostvareni cilj aktivnosti:**

Novi planer putovanja pripreman je na način da na jednom mjestu pruži sasuk svih informacija na pregledan način.

### 3.7.2. TISAK I DOTISAK BROŠURA

#### Opis aktivnosti

Kao i prethodnih godina, sukladno stanju na skladištu, potrebama tijekom godine te anticipiranih potreba za predstojeće sajamske nastupe u slijedećoj godini koji počinju od siječnja nadalje, izvršen je tisak Mini image bošure na talijanskom jeziku u nakladi od 1.000 komada te karte Kvarnera u nakladi od 2.000 komada. Otisnuta je nova brošura gastro vodič „Vodič po okusima od mora do gora“ na četiri jezika u ukupnoj nakladi od 12.000 komada (3.000 po jeziku: hrvatski, engleski, njemački i talijanski )

#### Ostvareni cilj aktivnosti:

Tisak je izvršen sukladno potrebama, a paleta promo-materijala obogaćena je jedinstvenim gastro vodičem „Vodič po okusima od mora do gora“.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri</b>	TZ PGŽ
<b>Realizacija aktivnosti</b>	20.041,50 €

### 3.7.3. GRAFIČKE PRIPREME

#### Opis aktivnosti:

Tijekom godine radilo se na grafičkoj pripremi Planera putovanja, izrađeni su broji oglasi za razne publikacije kao što su: Gault&Millau vodič Hrvatska (4 oglasa), Gault&Millau vodič Slovenija, JRE vodič Hrvatska, Sarajevo Film Festival bilten i magazin (3 oglasa), The View Esplanade Magazin, Croatia airlines in flight Magazin, Nacional magazin – prilog Gastro&Wine /3 oglasa, Le Figaro – Francuska, TU Magazin – Srbija, Dnevnik magazin – Slovenija

Vanjsko oglašavanje – Ljubljana – rotopano. Zatim su rađene grafičke pripreme za give-away suvenire: navlaku za kofer i kalendar Kvarnera za 2025. godinu. Zatim su rađene grafičke pripreme za Plakete i priznanja: Čovjek ključ uspjeha, Destinacije i druge nagrade za KDT, Plakete Ambasador projekta i brenda Kvarner Europska regija gastronomije 2026 (dizajn+ tisak+ okviri). Također su rađeni banneri za TU Magazin online i Vino.rs platformu. Rađeni je i dizajn programa za posjet povjerenstva IGCAT / projekt Europska regija gastronomije, Letak žlahtina – prilagodba logotipa, Ostale prilagodbe logotipa ERG / awarded umjesto candidate te roll-upovi.

### **Ostvareni cilj aktivnosti:**

Uspješno su komunicirani turistički proizvodi TZ PGŽ i regije. Vizualno atraktivnim „jezikom“ privučena je pažnja čitatelja/gledatelja, što izaziva interes i motiv dolaska, jača imidž destinacije te rezultira povećanjem turističkog prometa.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri</b>	TZ PGŽ
<b>Realizacija aktivnosti</b>	19.542,50 €

### **3.7.4. SUVENIRI I OSTALI PROMOTIVNI MATERIJALI**

#### **Opis aktivnosti:**

TZ PGŽ je tijekom 2024. godine izradila/nabavila promotivne materijale i suvenire prema potrebi.

#### **Ostvareni cilj aktivnosti:**

Sukladno strateškim dokumentima i operativnim planovima, TZ PGŽ je u 2024. godini nastavila s brendiranjem 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 PGŽ
<b>Realizacija aktivnosti</b>	49.980,87 €

### 3.7.5. VIDEO MATERIJAL

#### Opis aktivnosti:

2024. godina bila je posebna za naš promotivni film „Make your own movie“ u kojem su prikazane ljepote brojnih turističkih destinacija u Primorsko-goranskoj županiji uključujući Opatijsku i Crikveničko-Vinodolsku rivijeru, Rijeku s Riječkim prstenom, Gorski kotar, kao i otoke Krk, Rab, Cres i Lošinj.

Atraktivnim kadrovima kojima su oslikane specifičnosti lokacije, film vodi na uzbudljivo putovanje najljepšim dijelovima Kvarnera, a osvojio je brojne nagrade na filmskim natjecanjima. Radi se o natjecanjima čiji se bodovi kumulativno zbrajaju te je TZ Kvarnera zahvaljujući tome osvojila srebro za najbolji turistički film na svijetu a to su bile slijedeća natjecanja:

	Grad	Zemlja	Naziv	Vrsta nagrade
1	Berlin	Njemačka	Golden City Gate 2024	Zlato (Golden Star)
2	New York	USA	The Telly Awards	Srebro u kategoriji Putovanja i turizam (Travel&Tourism)
4	Tortosa	Španjolska	Terres Travel Festival - Films & Creativity	Srebro u kategoriji turistička regija
5	Cannes	Francuska	Cannes Corporate Media & TV Awards	Zlato (Gold Dolphin Trophy) u kategoriji turistički film - regija
6	Zagreb	Hrvatska	Zagreb Tourfilm Festival	Velika nagrada (Grand Prix) - najbolji film Zagreb TourFilm Festivala 2024. 1. mjesto u kategoriji „Turistička destinacija – regija 2024“ („Tourist Destination Region 2024“) 1. mjesto u kategoriji „Hrvatski turistički film“ („Croatian Tourism Film 2024 – Tourist Destination Region“)
7	Lousã Municipality	Portugal	ART&TUR-International Tourism Film Festival	Zlato u međunarodnoj konkurenciji turističkog filma
8	Svjetska turistička filmska nagrada		CIFFT – Međunarodno udruženje filmskih festivala	Srebrno mjesto u kategoriji najboljih regionalnih turističkih filmova na svijetu

### **CIFFT- Međunarodno udruženje filmskih festivala**

Od početka 2024. godine film "Make Your Own Movie" natjecao se na najjačih međunarodnih filmskih festivala čiji su se bodovi kumulativno zbrajali. Upravo zahvaljujući brojnim osvojenim nagradama na festivalima koji su bili dijelom Međunarodnog udruženja turističkih filmskih festivala (CIFFT), film "Make Your Own Movie" skupio je veliki broj bodova i time osvojio 2. mjestu na svijetu u kategoriji najboljih regionalnih promotivnih filmova. Ova nagrada je najprestižnija nagrada u marketinškoj industriji putničkih filmova.

### **Njemačka - Berlin, Golden City Gate 2024**

Atraktivan promotivni film Turističke zajednice Kvarnera "Make Your Own Movie" osvojio je prestižnu nagradu na filmskom festival "The Golden City Gate" u Berlinu u velikoj konkurenciji kandidiranih filmova iz cijelog svijeta. Dodjela nagrada održana je tijekom trajanja najvećeg svjetskog turističkog sajma ITB u Berlinu koji se ove godine održava od 5. do 7. ožujka. Svake godine na ovaj filmski festival prijavi se preko 100-tinjak filmova iz cijelog svijeta, a nezavisni ocjenjivački sud kojeg čini 45 stručnjaka izabire najbolje. Festival se održava od 2001. godine.

### **SAD - New York, The Telly Awards**

Turistički film Kvarnera osvojio je na The Telly Awards u New Yorku srebro u kategoriji Travel & Tourism for Branded Content - brendirani sadržaj. Pobjednici se biraju na temelju izvrsnosti u sljedećim područjima: brendirani sadržaj, reklame i marketing, impresivna i mješovita stvarnost, neemitirane, online i televizijske serije, emisije i segmenti i društveni video. Sudionike ocjenjuje The Telly Awards Judging Council—industrijsko tijelo od preko 250 vodećih stručnjaka uključujući reklamne agencije, produkcijske kuće i velike televizijske mreže uključujući Adobe, RunwayML, MSG Sphere Studios, Bustle Digital Group, Billion Dollar Boy, Netflix, Shutterstock, Unit 9, Whaler, Meta Creative Shop.

### **Španjolska - Terres Travel Festival – Films & Creativiti**

Ovaj internacionalni turistički filmski festival održava se po 9. puta s nagaskom na održivost turizam. Isto tako želi promovirati najinovativnije načine audiovizualne prezentacije turističke destinacije. Iz cijelog svijeta prijavljeno je ukupno 136 filmova a iz Hrvatske 12.

### **Francuska - Cannes Corporate Media & TV Awards**

Na filmskom natjecanju Cannes Corporate Media & TV Awards 2024. godine bio je velik broj prijava iz 46 zemalja a ovo filmsko natjecanje ima 5 glavnih kategorija a sveukupno čak 68. podkategorija. Film „Make Your Own Movie“ osvojio je zlato u kategoriji turistički film – regije.

## **Hrvatska - Zagreb TourFilm Festival**

U Zagrebu je promotivni film Turističke zajednice Kvarnera "Make Your Own Movie" osvojio je glavnu nagradu Grand Prix kao najbolji film Zagreb TourFilm Festivala 2024. godine, te je nagrađen prvim mjestom u kategoriji "Tourist Destination Region 2024" i prvim mjestom u kategoriji "Croatian Tourism Film 2024 - Tourist Destination Region".

Na ovogodišnjem 13. Zagreb TourFilm Festivalu bilo je prijavljeno preko 200 filmova iz 38 zemalja. O izboru najboljeg turističkog filma odlučivao je međunarodni žiri sastavljen od 9 članova iz različitih područja filmske industrije. Zagreb TourFilm Festival međunarodni je festival turističkih filmova koji se, sada već tradicionalno, održava svake jeseni u Zagrebu. Od 2011. godine festival je i članom Međunarodnog udruženja turističkih filmskih festivala (CIFFT), koje okuplja najbolje svjetske festivale turističkog filma s četiri kontinenta i dodjeljuje najprestižnije nagrade.

Ova važna vijest popraćena je bila još jednom aktivnošću Turističke zajednice Kvarnera. U danima održavanja Zagreb TourFilm Festivala, zajednički sa organizatorima festivala i partnerom Gault&Millau Croatia održana je večera i prezentacija eno-gastronomске ponude Kvarnera i titule Kvarnera kao Europske prijestolnice gastronomije u 2026. godini. Bila je to prilika za predstavljanje jesensko-zimske ponude destinacije i poziv gostima da otkriju čari regije i u posezoni.

## **Portugal - Lousã, ART&TUR-International Tourism Film Festival**

Atraktivan promotivni film Turističke zajednice Kvarnera "Make Your Own Movie" osvojio je zlato na međunarodnom festivalu turističkog filma „ART&TUR“. Portugalski međunarodni festival turističkog filma „ART&TUR“ održava se od 2008. godine, a 2024. godine na festival je bilo prijavljeno više od 300 filmova iz ukupno 43 zemlje svijeta. Festival „ART&TUR“ dio je globalne mreže Međunarodnog udruženja turističkih filmskih festivala (CIFFT), koji svake godine bira najbolji turistički film na svijetu.

## **CIFFT- Međunarodno udruženje filmskih festivala**

Od početka 2024. godine film "Make Your Own Movie" natjecao se na nekim od najjačih međunarodnih filmskih festivala, uključujući festivale poput onih u Cannesu i New Yorku. Upravo zahvaljujući brojnim osvojenim nagradama na festivalima koji su bili dijelom Međunarodnog udruženja turističkih filmskih festivala (CIFFT), film "Make Your Own Movie" skupio je veliki broj bodova i time osvojio 2. mjestu na svijetu u kategoriji najboljih regionalnih promotivnih filmova. Ova nagrada je najprestižnija nagrada u marketinškoj industriji putničkih filmova.

### **Ostvareni cilj aktivnosti:**

Zahvaljujući jedinstvenom i zanimljivom konceptu i kadrovima, film "Make Your Own Movie" je nakon premijere izazvao veliku pažnju na filmskim festivalima što je rezultiralo srebrom za najbolji turistički film na svijetu. Veliku pažnju film je imao i na društvenim mrežama sa velikim broj pozitivnih komentara. Film do konca 2024. godine broji preko 80 tisuća pregleda na Youtube-u.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri</b>	TZ PGŽ
<b>Realizacija aktivnosti</b>	2.824,48 €

### **3.7.6. BAZA FOTOGRAFIJA**

#### **Opis aktivnosti:**

U 2024. godini rađen je ciljan otkup fotografija za Image brošuru „Vodič po okusima od gora do mora“ i online platforme Kvarnera o gastronomiji koji su vrlo važni promidžbeni alati za promociju Kvarnera kao Europske regije gastronomije 2026.

#### **Ostvareni cilj aktivnosti:**

Da bi se postigla što bolja vizualna komunikacija Kvarnera kao vodeće domaće i međunarodne gastronomske scene najvažnija je slika te se kroz višegodišnji otkup ciljanih fotografija stvara bogata foto-arhiva kojom se može promovirati cijela paleta gastronomske ponude Kvarnera.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri</b>	TZ PGŽ
<b>Realizacija aktivnosti</b>	2.541,70 €

## 3.8. INTERNETSKE STRANICE

### 3.8.1. WEB PORTAL [WWW.KVARNER.HR](http://WWW.KVARNER.HR) / [WWW.KVARNER.CROATIA.HR](http://WWW.KVARNER.CROATIA.HR)

Web portal [www.kvarner.hr](http://www.kvarner.hr) i Web portal [www.kvarner.croatia.hr](http://www.kvarner.croatia.hr)

HTZ je 2022. godine objavio novi nacionalni web portal [www.croatia.hr](http://www.croatia.hr) koji kroz projekt Hrvatski digitalni turizam povezuje kompletan sustav turističkih zajednica, a svaka regija i destinacija su dobile svoje mjesto za promociju na pripadajućoj poddomeni.

TZ PGŽ na poddomeni [www.kvarner.croatia.hr](http://www.kvarner.croatia.hr):

- uređuje i ažurira sadržaj, kontrolira objavljeno
- sudjeluje na radionicama za korištenje sustava za upravljanje sadržajem (CMS)
- pruža podršku lokalnim TZovima u korištenju sustava za uređivanje sadržaja (CMS)
- komunicira probleme koji se pojavljuju tijekom rada u sustavu

Kako novi nacionalni web portal [www.croatia.hr](http://www.croatia.hr) nije obuhvatio sve segmente „web“ poslovanja regionalnih turističkih zajednica, te iako zamišljen kao centralno mjesto za sve korisnike koji planiraju posjet Hrvatskoj, sva poslovna komunikacija i zakonske obveze i dalje se vode na postojećim web stranicama turističkih zajednica.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri</b>	TZ PGŽ
<b>Realizacija aktivnosti</b>	

### 3.8.2. ODRŽAVANJE WEB PORTALA

Redovito ugovorno održavanje (web stranice, računalni programi) i licence za programe.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri</b>	TZ PGŽ
<b>Realizacija aktivnosti</b>	18.675,79 €

## 3.9. KREIRANJE I UPRAVLJANJE BAZAMA TURISTIČKIH PODATAKA

### 3.9.1. MOBILNA APLIKACIJA VISIT KVARNER - DIGITALNA TURISTIČKA DESTINACIJSKA PLATFORMA/PROJEKT „PGŽ – PAMETNA REGIJA" U SURADNJI S JU REGIONALNA RAZVOJNA AGENCIJA PGŽ

Mobilna aplikacija „Visit Kvarner“ predstavlja turističke informacije o Kvarneru na hrvatskom i engleskom jeziku. Aplikacija je zamišljena kao svojevrsni vodič po regiji. Tehnički ju je osmislila Javna ustanova „Regionalna razvojna agencija PGŽ“ u suradnji s TZ PGŽ i riječkom start-up tvrtkom Exevio d.o.o., koja je bila izvođač te je razvila informatičku podlogu i strukturu aplikacije. Da bi se osigurala što bolja vidljivost aplikacije TZ PGŽ QR kod za preuzimanje aplikacije objavljuje na svojim promotivnim materijalima, web stranicama i društvenim mrežama.

TZ PGŽ glavni je administrator mobilne aplikacije i u toj ulozi redovito su se tijekom 2024. godine provodile sljedeće aktivnosti:

- objava, uređivanje i razvoj sadržaja
- objavljeno 1.090 obavijesti korisnicima
- redovita objava događanja - povezivanje preko platforme objavi.to s hrvatskom i engleskom inačicom web portala [www.kvarner.hr](http://www.kvarner.hr)
- redovita objava obavijesti (notifikacija) o novostima i zanimljivostima na Kvarneru
- nastavak upotrebe QR koda za preuzimanje aplikacije na svim promotivnim materijalima i web portalu [www.kvarner.hr](http://www.kvarner.hr)
- mjesečno održavanje (Exevio d.o.o.)

Od 1.1. do 31.12.2024. godine aplikacija je ukupno preuzeta 730 puta:

- Google Play Store (Android) = 432 puta
- App Store (iOS) = 298 puta
- registrirani korisnici = 121
- broj objavljenih obavijesti korisnicima = 1.090

Od objave, aplikacija je preuzeta gotovo 2.500 puta, a objavljeno je preko 4.000 obavijesti.

#### **Ostvareni cilj aktivnosti:**

Cilj aktivnosti bio je digitalizirati i promovirati destinaciju kroz tehnološka rješenja, što je jedan od zadataka regionalne turističke zajednice prema Zakonu o turističkim zajednicama i promociji turizma. Glavni cilj mobilne aplikacije bio je dodatno promovirati regiju Kvarner, povećati vidljivost turističkih proizvoda te potaknuti veći broj posjeta kulturnim, društvenim, sportskim događanjima i turističkim lokacijama. Analitike s rezultatima aplikacije pokazuju da korisnici aktivno prate događanja u Kvarneru, čime

je ostvarena veća promocija regije među domaćim i stranim gostima, što je bio i krajnji cilj aplikacije.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri</b>	TZ PGŽ
<b>Realizacija aktivnosti</b>	5.474,76 €

### 3.10. TURISTIČKO-INFORMATIVNE AKTIVNOSTI

#### 3.10.1. KVARNER INFO – VRATA JADRANA

##### Opis aktivnosti:

Info punkt „Kvarner Info - Vrata Jadrana“ djeluje kao sastavni dio TZ PGŽ. Upravo je info punkt „Kvarner Info - Vrata Jadrana“ mjesto prvog susreta gostiju s Kvarnerom i Hrvatskom gdje im se pruža kvalitetna i provjerena informacija.

U 2024. godini, info punkt su značajno najviše posjećivali gosti njemačkog govornog područja (Njemačka, Austrija, Švicarska) sa 38%, nakon kojih slijede posjetitelji iz Francuske sa 19%, zatim domaći gosti sa 11%, gosti iz Italije sa 10%, posjetitelji engleskog govornog područja sa 8%, posjetitelji iz Slovenije sa 6%, iz skupine Češka/Slovačka/Mađarska/Poljska sa 4%.

Osim individualnih i autobusnih gostiju, info i promo materijale preuzimaju i turistički vodiči i predstavnici turističkih agencija za predstojeće grupe, organizatori kongresa, manifestacija i događanja za svoje sudionike, privatni iznajmljivači, restorateri i hotelijeri za svoje goste, kao i lokalne turističke zajednice za potrebe posjetitelja svojih Turističko informativnih centara.

##### Ostvareni cilj aktivnosti:

U skladu sa strateškim marketinškim dokumentima, nastavlja se suradnja sa svim info punktovima na području PGŽ u pogledu koordinacije i razmjene informacija, a s ciljem što bolje pokrivena 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 i predano doprinose uspješnoj turističkoj godini.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri</b>	TZ PGŽ
<b>Realizacija aktivnosti</b>	21.646,80 €

## 4. DESTINACIJSKI MENADŽMENT

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

#### **Opis aktivnosti:**

TZ PGŽ putem informacijskog sustava eVisitor ima uvid u podatke o ostvarenom turističkom prometu, a kroz sustav su dostupni i podaci koji se odnose na objekte i obveznike koji turistički posluju na području regije, uključujući podatke o turističkoj pristojbi.

TZ PGŽ je i tijekom 2024. godine nastavila s kontinuiranom izradom personaliziranih obrazaca za izvještavanje, koji su bili bazirani na podacima preuzetim iz eVisitora. Izvještaji su se izrađivali ovisno o potrebama TZ PGŽ, ali i novostima u sustavu.

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

Prema podacima iz eVisitora, TZ PGŽ je redovito na mjesečnoj bazi objavljivala podatke o ostvarenom turističkom prometu po mjesecima i razdobljima tijekom 2024. godine na službenom web portalu

#### **Ostvareni cilj aktivnosti:**

Obradom i analizom podataka te izradom personaliziranih izvještaja koji su bili prilagođeni potrebama TZ PGŽ, kao i institucijama unutar i izvan turističkog sektora, TZ PGŽ je tijekom 2024. godine nastavila s izvršavanjem zakonom definiranih zadaća, uključujući redovitu objavu informacija o turističkom prometu.

### 4.2. STRUČNI SKUPOVI I EDUKACIJE

#### **Opis aktivnosti:**

Tijekom 2024. godine TZ PGŽ, organizirala je i/ili suorganizirala edukacije kroz projekte brendiranja kao što su npr. Kvarner Family - online edukacija za iznajmljivače obiteljskog smještaja, Kvarner Gourmet i Kvarner Food - edukacije u suradnji s Hrvatskim sommelier klubom i sl. Uz to, TZ Kvarnera je u ožujku 2024. godine suradnji s Policijskom upravom primorsko-goranskom organizirala prvu znanstveno-stručnu konferenciju na temu „Sigurnost u turističkim destinacijama“. Cilj konferencije bio što kvalitetnija priprema aktivnosti i mjera za zajedničko

unapređenje sigurnosti boravka gostiju u destinaciji. Susret je bio namijenjen javnom i privatnom sektoru, kako bi se podigla svijest o ulozi sigurnosti u destinaciji te razgovaralo o aktualnim temama i izazovima s kojima se svi uključeni susreću tijekom turističke godine. U sklopu nekoliko predavanja i dva panela raspravljalo se i obradilo teme o sigurnosti kao ključnome elementu pri odabiru turističke destinacije, zatim izazovima i čimbenicima koji utječu na sigurnost, važnosti zajedničke suradnje, ali i ostalim temama u vezi turizma i sigurnosti. Sigurnost gostiju u destinaciji jedan je od prioriteta cjelokupnog županijskog turističkog sektora, zato je zajednička suradnja ključna. U „špicu“ glavne turističke sezone na regiji se ponegdje broj ljudi poveća i za više od 5 puta što predstavlja veliko opterećenje na hitne, stručne i lokalne službe te infrastrukturu. Za Primorsko-goransku županiju kao jednu od najrazvijenijih turističkih regija u RH sigurnosni faktor je dobro uspostavljen i organiziran sustav civilne zaštite u čijem su sastavu sve službe zadužene za sve oblike sigurnosti građana i turista. Naime, akcija TURS koju provodi MUP već 30 godina kontinuirano provodi ima za cilj osigurati sigurnost naših gostiju i turističke sezone u cjelini.

#### **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 sa zakonskim zadaćama i strateškim odrednicama. 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 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 PGŽ u suradnji raznim nositeljima/subjektima
<b>Realizacija aktivnosti</b>	5.193,13 €

### **4.3. KOORDINACIJA I NADZOR**

Jedna od Zakonom propisanih zadaća županijskih turističkih zajednica je koordinacija djelovanja i nadzor izvršavanja ciljeva i zadaća turističkih zajednica općina i gradova s područja županije koji se vrši kroz



koordinaciju i kontrolu godišnjih programa rada, iako Zakon nije definirao na koji način se nadzor vrši.

#### **4.3.1. KOORDINACIJA DIREKTORA TZ-A I AKTIVNOSTI DJELOVANJA TZ PGŽ 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 2024. godini održane su koordinacije s direktorima lokalnih turističkih zajednica s područja PGŽ, kao i niz koordinacija s predstavnicima subregija, na kojima se raspravljalo o stanju na tržištu, zajedničkim promotivnim aktivnostima, planiranju i praćenju fizičkog turističkog prometa, praćenju naplate turističke pristojbe, praćenje implementacije strateških dokumenata i dr. Također, TZ PGŽ 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 i dr.).

<b>Nositelji aktivnosti i partneri</b>	TZ PGŽ u suradnji s HTZ-om, MINTS-om i lokalnim turističkim zajednicama
<b>Realizacija aktivnosti</b>	11.900,02 €

#### 4.3.2. AKTIVNOSTI KOORDINACIJE S OSTALIM SUBJEKTIMA

##### Opis aktivnosti:

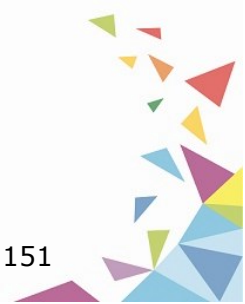
Tijekom godine održan je niz koordinacija s predstavnicima turističkog gospodarstva na temu turističkih kretanja tijekom 2024., uspostavljanja letova na Zračnu luku Rijeka i sufinanciranja oglašavanja, zajedničkih promotivnih aktivnosti na tržištima i sl.

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. Nadalje, koordinacije i radni sastanci s ostalim subjektima održavali su se kontinuirano, i to posebice s dionicima koji su ključni za održavanje sigurnosti na destinaciji – održani su sastanci s predstavnicima Policijska uprave primorsko-goranske, Vatrogasne zajednice PGŽ, Zavoda za hitnu medicinu, Područnog ureda Civilne zaštite Rijeka i Civilne zaštite PGŽ, Državnog inspektorata - Područni ured Rijeka, Sigurnosno-obavještajne agencije - Centar Rijeka i dr.

##### Ostvareni cilj aktivnosti:

Zahvaljujući zajedničkoj koordinaciji, suradnji i svim provedenim aktivnostima na pripremi destinacije, regija je zadržala status sigurne destinacije što potvrđuju i sami gosti te ostvareni turistički promet – 3,2 milijuna dolazaka što je na razini 2023. godine. Pri tome strani gosti su ostvarili 86% noćenja, dok su domaći gosti ostvarili 14% noćenja.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri</b>	TZ PGŽ u suradnji s HTZ-om, MINTS-om, PU PG i lokalnim turističkim zajednicama te gospodarstvom
<b>Realizacija aktivnosti</b>	12.063,89 €



#### 4.4. UPRAVLJANJE KVALITETOM U DESTINACIJI

U 2024. godini u sklopu obilježavanja 180 godina turizma u Opatiji, Dani hrvatskog turizma i održani u Opatiji, kako bi se dao značaj toj zaista velikoj obljetnici. Dodijeljene su nagrade zaslužnima po raznim kategorijama. Također, u sklopu Kvarnerskog dana turizma dodijeljena su priznanja i nagrade u više raznih kategorija.

Nadalje, u prigodi obilježavanja 30-te godišnjice djelovanja TZ Kvarnera i održavanja najvažnije godišnje svečanosti – Kvarnerskog dana turizma, vrhunac svečanosti bila je službena dodjela titule „Kvarner - Europska regija gastronomije 2026“, koju je direktorici TZ Kvarnera, Ireni Peršić Živadinov, uručio Jaime Gomila, član uprave IGCAT-a (International Institute of Gastronomy, Culture, Arts and Tourism). U svom obraćanju naglasio je iznimne ljepote regije, raznolikost, disciplinu i predani rad koji su Kvarneru osigurali ovu prestižnu titulu. Vrijedna titula potvrda je rada, autentičnosti i kvalitete, sljublivanja tradicije i inovacije, a zasigurno će dodatno učvrstiti poziciju Kvarnera na europskoj turističkoj sceni. Naglašeno je da ova titula otvara nove mogućnosti za Kvarner, kako u smislu promocije eno-gastronomije, tako i u stvaranju novih turističkih iskustava za sve posjetitelje. Ceremonija dodjele održana je u Rijeci, u Exportdrvu, a simbolično je odjeknula kroz tradicionalno „razbijanje“ sabljom 80 cm visokog lošinjskog krokanta u zalag za uspješnost projekta. Potom je otvorena degustacijska gastro-šetnja inspirirana novom brošurama „Vodič po okusima od mora do gora“, koju je pripremao više od 20 kuhara, a posluživanju pomoglo dvadeset učenika srednje Ugostiteljske škole Opatija, dok se za vinski dio pobrinulo udruženje vinara „Kvarner Wines“ i drugi proizvođači, a poslužilo je 10 renomiranih sommeliera s Kvarnera. U sklopu Kvarnerskog dana turizma također je promovirana nova baštinska gastro brošura „Vodič po okusima od mora do gora“.

Brošura je svojevrsni hommage kvarnerskoj gastronomskoj raznolikosti koja objedinjuje kuhinju obale, otoka i gorja. Izdana je na četiri jezika – hrvatskom, engleskom, talijanskom i njemačkom, te postoji i u digitalnom formatu. Etnografski pristup kroz karakteristične namirnice, okuse, kulinarske vještine te jela pojedinog kraja, rezultirao je stvaranjem ne samo brošure koje se čita, već i prave mape okusa, kao kataloga posebnosti osam kvarnerskih subregija – Opatijske rivijere, Rijeke i Riječkog prstena, Crikveničko - vinodolske rivijere, otoka Krk, Cres, Lošinj i Rab te Gorskog kotara. Utemeljena na baštinskom pristupu gastronomiji, brošura se fokusira na definiranje gastronomskog identiteta svake subregije, pa uz jela govori o običajima i prigodama te načinu života povezanom s klimom i okolišem.

Također je u sklopu manifestacije "Kvarnerski dan turizmu", upriličena degustacijska šetnja po okusima Kvarnera te održana svečanost dodjele titule "Kvarner-Europska regija gastronomije 2026." Gosti su se sa sadržajem brošure najbolje upoznali kušajući 8 ikoničkih jela pripremanih uživo, dok je na velikom ekranu projicirana brošura, a prostor bio obilježen tematskim promo vizualima.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri</b>	TZ PGŽ
<b>Realizacija aktivnosti</b>	31.576,95 €

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

Aktivnost je odrađena, međutim bez troškova u ovoj stavci.

## 5. ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA

### 5.1. MEĐUNARODNE STRUKOVNE I SL. ORGANIZACIJE I

### 5.2. DOMAĆE STRUKOVNE I SL. ORGANIZACIJE

TZ PGŽ i u 2024. godini nastavila je biti članicom međunarodnih turističkih organizacija, a to su UNWTO, MEDCRUISE, SKÅL INTERNATIONAL, RDA.

Na Kvarneru djeluje Skal Klub Kvarner u kojem su okupljeni profesionalci iz područja turističke branše, a klub djeluje u međunarodnom turističkom udruženju Skal International.

Dr. sc. Irena Peršić Živadinov bila je aktivna kao članica Sustainable Tourism & Skål Sustainable Awards Committee i drugih radnih skupina Skal International.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri</b>	TZ PGŽ
<b>Realizacija aktivnosti</b>	2.920,00 €

## 6. ADMINISTRATIVNI POSLOVI

---

Zakonodavac je Zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma za regionalne turističke zajednice definirao zadaće sustava TZ-a, a zadaće regionalne TZ su:

### 1. Strateško planiranje i razvoj

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

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

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

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

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

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

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

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

### 2. Upravljanje sustavom turizma

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

2.2. upravljanje javnom turističkom infrastrukturom

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

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

2.5. nadzor i koordinacija lokalnih turističkih zajednica.

### 3. Informacije i istraživanja

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

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

3.3. provođenje istraživanja o zadovoljstvu posjetitelja i druga tržišna istraživanja

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

### 4. Marketing

4.1. odnosi s javnošću

4.2. stvaranje, održavanje i redovito kreiranje sadržaja na mrežnoj stranici i profilima društvenih mreža

4.3. definiranje smjernica i standarda za oblikovanje turističkih promotivnih materijala lokalnih turističkih zajednica

4.4. uspostavljanje marketinške infrastrukture temeljene na informatičkim tehnologijama

4.5. provođenje aktivnosti strateškog i operativnog marketinga (branding regije, online i offline aktivnosti, mrežne stranice i profili društvenih mreža, sajmovi, studijska putovanja, prezentacije, partnerstva, sponzorstva i slično)

4.6. koordinacija i provedba udruženog oglašavanja na regionalnoj razini

4.7. obavljanje i drugih poslova propisanih ovim Zakonom ili drugim propisom.

Jedna od novih zadaća turističkih zajednica, sukladno Zakonu o turizmu (NN 156/23) je donošenje Plana upravljanja destinacijom, a izrađuje ga turistička zajednica (lokalna i regionalna). Plan upravljanja destinacijom je planski dokument za razvoj održive destinacije. Primarna svrha je kroz Plan osigurati razvoj destinacije u smjeru održivosti u skladu s aktima strateškog planiranja, prostornim planovima, planom upravljanja kulturnim dobrima i drugim važećim planovima i propisima. Planom se određuje smjer razvoja destinacije s ciljem poboljšanja iskustva posjetitelja, zaštite prirodnih i kulturnih dobara i dobrobiti lokalne zajednice. Plan upravljanja destinacijom predstavlja podlogu za donošenje odluka i mjera za upravljanje razvojem turizma u smjeru održivosti. Temeljem donesenih Pravilnika potrebnih za provedbu

navedenih dokumenata, tijekom 2024. godine su utvrđivani koraci donošenja, a u 2025. godini će se pristupiti izradi i usvajanju. Ovaj strateški dokument koji se donosi na rok od 4 godine, dati će smjernice razvoja PGŽ.

U svom djelovanju TZ PGŽ i u 2024. godini nastavila je suradnju s HTZ-om i predstavništvima HTZ-a u inozemstvu, 29 lokalnih TZ gradova, općina, mjesta i područja (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 TZ-ovima, hotelskim kućama, turističkim agencijama, medijima, PR agencijama, Sveučilištem u Rijeci, Klasterom zdravstvenog turizma Kvarnera, Javnim vatrogasnim postajama, regionalnim razvojnim agencijama i drugima.

TZ PGŽ je i tijekom 2024. 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.

## 6.1. PLAĆE

### Opis aktivnosti:

Navedena stavka obuhvaća troškove redovnih plaća zaposlenika TZ Kvarnera uključujući sve pripadajuće troškove sukladno zakonskim propisima koji reguliraju obračun plaća. TZ PGŽ provodi efikasno, ekonomično zakonski zadane zadaće, te je u 2024. godini zapošljavala 11 djelatnica.

### Ostvareni cilj aktivnosti:

Izvršavane su redovite zakonske obveze sukladno Zakonima RH i Statutu TZ PGŽ.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri</b>	TZ PGŽ
<b>Realizacija aktivnosti</b>	353.189,47 €

## 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, odvjetačke 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 PGŽ nema dospjelih, a nepodmirenih obaveza, troškovi se podmiruju redovito u skladu s priljevom sredstava.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri</b>	TZ PGŽ
<b>Realizacija aktivnosti</b>	156.845,77 €

## 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 PGŽ, radna/savjetodavna tijela radi razmatranja određenih pitanja, davanja mišljenja i prijedloga o značajnim pitanjima, odnosno Poslovni odbor TZ PGŽ koji nadzire financijsko poslovanje TZ PGŽ.

Tijekom 2024. godine održane su:

- 2 sjednice Skupštine TZ PGŽ (26.3. i 17.12.2024.)
- 4 sjednice Turističkog vijeća (23.1., 19.3., 7.6., 3.12.2024.)
- 2 sjednica Poslovnog odbora (18.3., 3.12.2024.).

Na sjednicama Turističkog vijeća TZ PGŽ, uz rasprave i usvajanja raznih materijala i dokumenata, raspravljalo se i o aktualnim temama, zatim o mjerama štednje, o marketinškoj kampanji kao alatu za poboljšanje turističke sezone, praćenju tijeka sezone i financijskog poslovanja, plana promocije, razvijanje marketing brendova i dr. Kroz točku dnevnog reda „Izvještaj o realizaciji odluka s prethodne sjednice Turističkog vijeća“ koja

je dijelom svake sjednice, direktorica dr.sc. Irena Peršić Živadinov daje pregled odrađenih zaključaka, te presjek ostalih aktivnosti i poslova koje je odradila TZ PGŽ, a u razdoblju između dvije sjednice Turističkog vijeća TZ PGŽ. Na taj način su članovi Turističkog vijeća kontinuirano bili obaviještavani o poslovanju i aktivnostima u TZ PGŽ. Poslovni odbor u ime Skupštine vrši (po zakonskim odredbama) nadzor, te o izvršenom izvještava Skupštinu TZ Kvarnera. Naime, temeljem članaka 15. i 16. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, Skupština nadzire poslovanje turističke zajednice, vođenje poslova, materijalno i financijsko poslovanje i raspolaganje sredstvima TZ-a, te izvršenje i provedbu programa rada TZ-a.

<b>Nositelji aktivnosti i partneri</b>	TZ PGŽ
<b>Realizacija aktivnosti</b>	49.471,91 €

## 7. REZERVA

---

Sredstva sa stavke „Rezerva“ nisu korištena.

## 9. FONDOVI – posebne namjene (numeracija sukladno Metodologiji HTZ-a)

### Opis aktivnosti:

Zahvaljujući sredstvima HTZ-a, Povjerenstvo u sastavu jednog predstavnika MINTS-a, 2 predstavnika HTZ-a i 2 predstavnika TV TZ Kvarnera, donesen je prijedlog za sufinanciranje projekata manje razvijenih turističkih zajednica temeljem objavljenog Javnog poziva prema turističkim zajednicama čiji je indeks turističke razvijenosti za 2021. godinu manji od 25 sukladno Metodologiji izračuna turističke razvijenosti Instituta za turizam (NN04/22). Konačnu odluku o odobrenim sredstvima donosi TV HTZ-a. U 2024. godini prijavu s područja PGŽ je dostavilo 8 turističkih zajednica za ukupno 17 kandidatura programa projekata za koje je dodijeljeno sveukupno 160.046,00 €.

TZ PGŽ je sukladno Pravilniku o kriterijima za dodjelu sredstava iz Fonda za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent (NN 04/22), suglasnosti HTZ-a i Odluci Turističkog vijeća TZ PGŽ, objavila javni natječaj za dodjelu sredstava za projekte lokalnih turističkih zajednica na turistički nedovoljno razvijenom području i kontinentu s područja PGŽ iz Fonda za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent. Organizaciju i provedbu raspisivanja javnih natječaja za lokalne turističke zajednice, zaprimanja i obrade prijave, održavanje Radne skupine, organizaciju rada Povjerenstva, odobravanje i dodjelu sredstava propisuje HTZ, a provela je TZ PGŽ.

### Ostvareni cilj aktivnosti:

Potpomognut je i potaknut razvoj turizma na turistički nedovoljno razvijenim iz Fonda HTZ-a a 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 PGŽ/HTZ/LTZ
<b>Realizacija aktivnosti</b>	160.046,00 €

## FINANCIJSKI REZULTATI TZ PGŽ ZA 2024. GODINU

Temeljem članka 15. i 16. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, Skupština nadzire vođenje poslova turističke zajednice, materijalno i financijsko poslovanje i raspolaganje sredstvima TZ-a, te izvršenje i provedbu programa rada TZ-a. Sjednica Poslovnog odbora TZ Kvarnera održana je dana **17. ožujka 2025. godine**, na kojoj je Poslovni odbor TZ Kvarnera, sukladno članku 5. Poslovnika o radu Poslovnog odbora izradio nacrt zaključka i mišljenje o provedenom nadzoru, te ga dostavlja Skupštini TZ Kvarnera na usvajanje.

### ANALIZA I OCJENA IZVRŠENJA PROGRAMA RADA TZ KVARNERA ZA 2024. GODINU

#### I.1. Vođenje poslova Turističke zajednice

U skladu s odredbama članka 57. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/19 i 42/20) TZ PGŽ donosi Izvješće o izvršenju programa rada, koje usvaja Turističko vijeće TZ PGŽ, te prosljeđuje Skupštini TZ PGŽ na usvajanje. Skupština nadzire poslovanje turističke zajednice, vođenje poslova, materijalno i financijsko poslovanje i raspolaganje sredstvima TZ-a, te izvršenje i provedbu programa rada TZ-a, a u njeno ime to čini Poslovni odbor, koji je i potvrđen od same Skupštine TZ PGŽ i koji potom izvještava Skupštinu o rezultatima.

Turistička zajednica Kvarnera je u 2024. godini poslovala u skladu sa svim zakonskim odredbama. U zakonskom roku je donesen i usvojen Godišnji program rada TZ Kvarnera za 2024. godinu, izrađen prema Metodologiji i obvezatnim uputama za izradu programa rada i izvješća o izvršenju programa rada Ministarstva turizma i sporta.

Sukladno članku 57. Zakona, izvješće o izvršenju programa rada sadrži podatke o:

- izvršenju programom rada pojedinačno utvrđenih zadataka (sastavni dio Izvješća o izvršenju Programa rada TZ PGŽ za 2024.)
- izdacima njihovog izvršenja (tabelarni prikaz str. 5)
- izdacima za poslovanje turističkog ureda i rad tijela turističke zajednice (tabelarni prikaz str. 11)
- ostvarenju prihoda po izvorima (str. 3-4 i tabelarni prikaz str. 5)

- financijskom rezultatu poslovanja (str. 17)
- usporedbi financijskog plana i njegova ostvarenja s obrazloženjem odstupanja (tabelarni prikaz str. 11 do 16)
- analizu i ocjenu izvršenja programa (str. 2-3 i 21-22)
- procjenu učinka poduzetih aktivnosti na razvoj turizma (str.22)

## I.2. Ocjena izvršenja Programa rada

Ocjenjuje se da je u 2024. godini, Turistička zajednica Kvarnera poslovala vrlo dobro, iako ekonomski i geopolitički problemi i dalje predstavljaju značajne izazove za nastavak oporavka turizma i rast turističkog prometa.

Planirani pokazatelji uspješnosti su ostvareni.

Za 2024. godinu je bilo planirano ponavljanje fizičkog rezultata iz 2023. godine, što je i ostvareno.

Ostvareno je:

u 2024. godini 3.204.320 dolazaka (+0,4% u odnosu na 2023.)

u 2023. godini 3.192.214 dolazaka (+5% u odnosu na 2022.)

Iz osnovnih izvora prihoda, turističke pristojbe i članarine, pokazatelji su:

3.185.000,00 € = plan za 2024.

3.459.699,37 € = realizacija 2024. (+9% u odnosu na Plan 2024.; +19% u odnosu na ostv. 2023)

**Ukupno je uprihođeno 4.915.596,70 € (3% više od 1. izmjene Plana), a utrošeno je 4.535.417,95 € (95% ukupnih planiranih rashoda) što čini razliku od 380.179,11 € koja se namjenski prenosi u 2025. godinu.**

stavka	PLAN 2024. (1. izmjena)	REZULTAT 2024. GODINE	OSTVAREN VIŠAK PRIHODA NAD RASHODIMA IZ PRETODNOG RAZDOBLJA	OSTVARENJE 2024.	INDEKS ostvarenje / plan
PRIHODI	4.752.899,25 €	4.141.997,45 €	773.599,25 €	4.915.596,70 €	103,42
RASHODI	4.752.899,25 €	4.535.417,59 €	/	4.535.417,59 €	95,42
RAZLIKA PRIHODA NAD RASHODIMA U 2024. GODINI	0,00 €	-393.420,14 €	773.599,25 €	380.179,11 €	-

### **I.3. Ostvarenje prihoda po izvorima 2024. godine**

#### **Izvorni prihodi / turistička pristojba i članarina**

U 2024. godini, TZ Kvarnera je iz osnovnih izvora prihoda planirala uprihoditi 3.185.000 €, a uprihodila je 3.459.699,37 €, što je 9% više u odnosu na 1. izmjenju Plana 2024. godine, te 19% više u odnosu na ostvarenje 2023. godine.

Kod planiranja turističke pristojbe 2024. godine, uzeta je u obzir visina **turističke pristojbe** koja se određuje za najviše dva sezonska razdoblja, a vezano uz turističku pristojbu, planirano je ostvarenje fizičkog prometa na razini ostvarenja iz 2023. godine. Dakle, planirano je bilo od turističke pristojbe uprihoditi 2.655.000 €, a uprihođeno je 2.876.820,42 €, 8% više od 1. izmjene Plana 2024., te 22% više u odnosu na realizaciju 2023. godine.

**Prihod od članarine** planiran je temeljem zaduženja, odnosno ostvarene gospodarske aktivnosti 2023. godine. Uz sve mjere opreza planiranja, članarina je planirana u iznosu od 530.000 €, a ostvarena je u iznosu od 582.878,95 €, što je 10% više od 1. izmjene Plana, a 7% više od uprihođene članarine 2023. godine.

#### **Prihod iz proračuna**

Prihod iz proračuna je planiran u iznosu od 245.500 € od PGŽ za aktivnosti od zajedničkog interesa, te je i realiziran u istom iznosu (245.000€). PGŽ je (su)financirala:

domaćinstvo velikoj i značajnoj utrci WRC Croatia Rally sa 112.633,69€;

Skibike natjecanje održano na Platku sa 6.600€

Carnival Snowboard Session održano na Platku 13.000€

Women's weekend Festival održan u Rijeci, sa 13.266,31 €

Highlander u Gorskom kotaru sa 15.000€

Filmski festival Cinehill Gorski kotar 2024. sa 85.000 €

#### **Prihodi od sustava turističkih zajednica i JLS (udružena sredstva)**

Prihodi od sustava turističkih zajednica i JLS (udružena sredstva) planirani su u iznosu od 400.000 €, 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. Početkom godine definirani su ugovori sa strateškim partnerima, odnosno marketinške kampanje, a udruženi iznosi za te kampanje realizirani su u visini od 265.562,72€. Naime, sredstva s kojima se sufinanciraju marketinške kampanje s avio prijevoznicima / strateškim partnerima se već dugi niz godina udružuju, međutim zadnjih godina sa sve više poteškoća. Razlog tome je kontinuirano prozivanje ZL Rijeka o nedovoljnom ulaganju turističkog sektora u avio promet, te vrlo mali udjel avio gostiju u ukupnim dolascima na Kvarner.

### **Prihodi od EU Fondova**

Prihodi od EU Fondova se odnose na povrat sredstava za EU projekt „Mist“, a prema certificiranim izvještajima.

### **Prihodi od gospodarske djelatnosti**

Prihodi od gospodarske djelatnosti ostvaren je od refundacija gospodarskih subjekata za troškove nastupa na sajmovima Berlinu i Wrocławu. TZ Kvarnera zakupljuje i uređuje zajednički štand, te prefakturira pripadajući dio svakom suizlagaču.

### **Preneseni prihod iz prethodne godine**

Preneseni prihod iz prethodne godine je namjenski prijenos iz 2023. u 2024. godinu kojim se osiguralo djelovanje TZ PGŽ i provođenje promotivnih aktivnosti potrebnih za pripremu sezone. Prijenos je manji od Plana i od realizacije 2023. godine, što je i bio cilj da se smanji. Naime, prijenos koji je akumuliran od 2020. godine, doveden je do realnog iznosa koji je potreban za djelovanje TZ-a i promotivne aktivnosti u prvom kvartalu godine. Detaljno objašnjenje pod I.6.

### **Ostali prihodi**

Ostali prihodi sadrže refundacije lokalnih TZ-a za sudjelovanje u zajedničkom media planu koji se provodi, zatim prihode HTZ-a za obilježavanje 30 godina TZ PGŽ, prihod od HTZ-a za sudjelovanje u troškovima studijskih putovanja, odgođene prihode za oglašavanje sa strateškim partnerima koji su realizirani u cijelosti, zatim prihode od kamata, te ostale manje prihode.

## Ostvareni prihodi u 2024. godini (tabelarni prikaz)

PRIHOD	OSTVARENO 2023.		PLAN 2024. (procijenjeni prijevosi; prosinae 2023.)	1. IZMJENA PLANA 2024. (realizirani prijevosi; ožujak 2024.)	OSTVARENJE 2024.	INDEX OSTVARENJE 1. IZMJENA PLANA PRIPLODA 2024.	INDEX OSTVARENJE 2023.	obrazloženje REALIZACIJE prihoda 2024.
	1	2						
<b>1. Izvorni prihodi</b>	2.912.746,92 €	3.185.000,00 €	3.185.000,00 €	3.185.000,00 €	3.459.699,37 €	108,62	118,78	PLAN (izvorni prihodi) = 3.185.000,00€ REALIZACIJA = 3.459.699,37€ (+9% u odnosu na 1. izmjenu Plana 2024., +19% u odnosu na ostvarenje 2023.)
<b>1.1. Turistička pristojba</b>	2.367.367,07 €	2.655.000,00 €	2.655.000,00 €	2.655.000,00 €	2.676.820,42 €	108,35	121,52	Prihodi po vrsti smještaja (svi smještaji): PLAN = 2.655.000,00 € REALIZACIJA = 2.676.820,42€ (+8% u odnosu na 1. izmjenu Plana 2024., +22% u odnosu na ostvarenje 2023.)
1.1.1. Turistička pristojba - obiteljski smještaj / paušal		1.050.000,00 €	1.050.000,00 €	1.050.000,00 €				
1.1.2. Turistička pristojba - hoteli	2.239.490,25 €	700.000,00 €	700.000,00 €	700.000,00 €	2.731.787,53 €	108,19	120,90	prema elVisturu 2024., po vrsti smještaja TP je ostvarena: obiteljski smještaj / plan: 1.050.000€; realizacija: 1.151.003,64€ (+10%) hotelski smještaj / plan: 700.000€; realizacija: 768.988,66€ (+10%) kampovi / plan: 650.000€; realizacija: 668.949,69€ (+3%) odmarališta / plan: 45.000€; realizacija: 49.333,05€ (+10%) nekommercijalni smještaj / plan: 80.000€; realizacija: 90.673,43€ (+13%) nautika / plan: 130.000€; realizacija: 145.032,89€ (+12%)
1.1.3. Turistička pristojba - kampovi		45.000,00 €	45.000,00 €	45.000,00 €				
1.1.4. Turistička pristojba - odmarališta		80.000,00 €	80.000,00 €	80.000,00 €				
1.1.5. Turistička pristojba - nekomercijalni		130.000,00 €	130.000,00 €	130.000,00 €				
1.1.6. Turistička pristojba - nautika	107.886,82 €	590.000,00 €	590.000,00 €	590.000,00 €	582.878,95 €	109,98	106,88	PLAN = 530.000,00€ REALIZACIJA = 582.878,95€ (+10% u odnosu na 1. izmjenu Plana 2024., +7% u odnosu na ostvarenje 2023.) <b>ostvarena bolja gospodarska aktivnost</b>
<b>1.2. Članarina</b>	545.399,85 €	245.500,00 €	245.500,00 €	245.500,00 €	245.500,00 €	100,00	142,24	PGŽ je doznacila sredstva za: 1. Manifestacije: WRC Croatia Rally (112.633,65€), Snowboard Session Platak (6.600,00€), Croatian Skibike (13.000€), Women's weekend Festival (13.266,39€), Highlander Gorski kotar (13.000€) 2. Filmfest festival u Gorskom kotaru (85.000€) na razini plana 2024., +42% u odnosu na ostvarenje 2023.
<b>2. Prihodi iz proračuna općine/grada/županije i državnog proračuna</b>	172.600,00 €	400.000,00 €	400.000,00 €	400.000,00 €	265.562,72 €	66,39	63,38	PLAN = 400.000,00€ REALIZACIJA = 265.562,72€ (-34% u odnosu na 1. izmjenu Plana 2024., -37% u odnosu na ostvarenje 2023.)
<b>3. Prihodi od sustava turističkih zajednica i udružena sredstva</b>	418.982,00 €	11.300,00 €	11.300,00 €	11.300,00 €	6.420,00 €	56,81	30,57	realizirani povrat po odrađenim aktivnostima i prihvaćenim izvještajima za Misti; povrat za Uprst je doznačen, ali u 2025. godini
<b>4. Prihodi iz EU fondova</b>	20.998,56 €	11.300,00 €	11.300,00 €	11.300,00 €	6.420,00 €	56,81	30,57	realizirani povrat po odrađenim aktivnostima na sajmovima u Berlinu i Wrocławu
<b>4.1. Projekti Misti UPREST</b>	20.998,56 €	11.300,00 €	11.300,00 €	11.300,00 €	6.420,00 €	56,81	30,57	prijenos iz prethodnog razdoblja
<b>5. Prihodi od gospodarske djelatnosti</b>	20.055,91 €	15.000,00 €	15.000,00 €	15.000,00 €	19.476,79 €	129,85	97,11	
<b>6. Preneseni prihodi iz prethodne godine</b>	1.791.218,21 €	1.100.000,00 €	1.100.000,00 €	773.599,25 €	773.599,25 €	100,00	43,19	
<b>7. Ostali prihodi</b>	87.538,28 €	122.500,00 €	122.500,00 €	122.500,00 €	145.338,57 €	118,64	166,03	
<b>7.1. Proračunski račun / prihod - rashod LTZ-a za media plan</b>	76.979,22 €	120.000,00 €	120.000,00 €	120.000,00 €	120.000,00 €	100,00	155,89	realiziran udio lokalnih TZ-a za provedbu zajedničkog media plana
<b>7.2. Ostali prihodi</b>	10.559,06 €	2.500,00 €	2.500,00 €	2.500,00 €	25.338,57 €	1.013,54	239,97	prihod od HTZ za obilježavanje 30 godina TZ Kvarnera i sudjelovanje u troškovima st udjajskih putovanja novinara, prihod od kamata...
<b>SVEUKUPNO PRIHODI</b>	<b>5.424.149,88 €</b>	<b>5.079.300,00 €</b>	<b>5.079.300,00 €</b>	<b>4.752.899,25 €</b>	<b>4.915.596,70 €</b>	<b>103,42</b>	<b>90,62</b>	
<small>Fond HTZ-a za turističke zajednice na temelju udjajno razvijanih područja / proračunski račun</small>	178.679,55 €	0,00 €	0,00 €	178.679,55 €	160.046,00 €	89,57	89,57	proračunski račun, sukladno Javnom pozivu HTZ-a za turističke zajednice na turistički nedovoljno razvijanim područjima
<b>SVEUKUPNO PRIHODI (sa Fondom HTZ-a)</b>	<b>5.602.829,43 €</b>	<b>5.079.300,00 €</b>	<b>5.079.300,00 €</b>	<b>4.931.578,80 €</b>	<b>5.075.642,70 €</b>	<b>102,92</b>	<b>90,59</b>	

**Ostvareni prihodi iz osnove turističke pristojbe i članarine po turističkim zajednicama 2024. godini**

TURISTIČKA ZAJEDNICA	TURISTIČKA PRISTOJBA	ČLANARINA	UKUPNO	UDJEL (%)
<b>OPATIJSKA RIVIJERA</b>	<b>431.104,20</b>	<b>104.817,32</b>	<b>535.921,52</b>	<b>16,17</b>
1. OPATIJA	259.412,40	75.011,69	334.424,09	10,09
2. IČIĆI	37.588,23	3.273,89	40.862,12	1,23
3. LOVRAN	68.134,13	8.171,38	76.305,51	2,30
4. MOŠČENIČKA DRAGA	48.861,87	4.551,78	53.413,65	1,61
5. MATULJI	17.107,57	13.808,58	30.916,15	0,93
<b>RIJEČKI PRSTEN</b>	<b>179.629,41</b>	<b>237.393,07</b>	<b>417.022,48</b>	<b>12,58</b>
1. RIJEKA	112.322,20	177.888,70	290.210,90	8,76
2. KOSTRENA	12.002,62	4.687,57	16.690,19	0,50
3. BAKAR	3.546,15	16.262,64	19.808,79	0,60
4. KRALJEVICA	30.500,36	5.403,87	35.904,23	1,08
5. ČAVLE	3.630,40	6.838,87	10.469,27	0,32
6. JELENJE	2.336,81	3.302,32	5.639,13	0,17
7. KASTAV	8.333,83	11.646,93	19.980,76	0,60
8. VIŠKOVO	4.550,42	11.362,17	15.912,59	0,48
9. KLANA	2.406,62	0,00	2.406,62	0,07
<b>CRIKVENIČKO-VINODOLSKA RIVIJERA</b>	<b>441.495,62</b>	<b>48.353,34</b>	<b>489.848,96</b>	<b>14,78</b>
1. CRIKVENICA	310.620,62	34.198,10	344.818,72	10,40
2. NOVI VINODOLSKI	117.737,62	12.089,38	129.827,00	3,92
3. VINODOLSKA OPĆINA	13.137,38	2.065,86	15.203,24	0,46
<b>OTOK KRK</b>	<b>870.381,46</b>	<b>99.085,72</b>	<b>969.467,18</b>	<b>29,25</b>
1. KRK	228.149,32	30.822,43	258.971,75	7,81
2. MALINSKA - DUBAŠNICA	127.504,05	17.785,78	145.289,83	4,38
3. OMIŠALJ	160.766,08	14.376,46	175.142,54	5,28
4. PUNAT	101.374,76	10.896,79	112.271,55	3,39
5. BAŠKA	155.210,90	14.767,26	169.978,16	5,13
6. DOBRINJ	79.949,78	7.522,29	87.472,07	2,64
7. VRBNIK	17.426,57	2.914,71	20.341,28	0,61
<b>OTOK CRES</b>	<b>153.541,32</b>	<b>13.632,31</b>	<b>167.173,63</b>	<b>5,04</b>
1. CRES	153.541,32	13.632,31	167.173,63	5,04
<b>OTOK LOŠINJ</b>	<b>330.657,56</b>	<b>33.019,00</b>	<b>363.676,56</b>	<b>10,97</b>
1. MALI LOŠINJ	330.657,56	33.019,00	363.676,56	10,97
<b>OTOK RAB</b>	<b>301.753,94</b>	<b>34.686,76</b>	<b>336.440,70</b>	<b>10,15</b>
1. RAB	200.043,41	26.732,16	226.775,57	6,84
2. LOPAR	101.710,53	7.954,60	109.665,13	3,31
<b>GORSKI KOTAR</b>	<b>23.224,02</b>	<b>11.891,43</b>	<b>35.115,45</b>	<b>1,06</b>
<b>UKUPNO :</b>	<b>2.731.787,53</b>	<b>582.878,95</b>	<b>3.314.666,48</b>	<b>100,00</b>



**Ostvareni prihodi iz osnove turističke pristojbe i članarine po mjesecima 2024.**

	<b>TURISTIČKA PRISTOJBA</b>	<b>ČLANARINA</b>	<b>UKUPNO 2025.</b>	udjel	TP- NAUTIKA (4 uplate godišnje/ zakonski)
SIJEČANJ	36.931,33	41.214,14	78.145,47	2,36	/
VELJAČA	40.185,13	37.864,22	78.049,35	2,35	/
OŽUJAK	35.806,86	39.978,06	75.784,92	2,29	/
TRAVANJ	73.175,55	92.615,08	165.790,63	5,00	/
SVIBANJ	124.959,26	79.921,99	204.881,25	6,18	/
LIPANJ	235.541,41	39.799,33	275.340,74	8,31	35.008,61
SRPANJ	553.677,23	54.151,72	607.828,95	18,34	42.788,30
KOLOVOZ	623.243,48	39.747,38	662.990,86	20,00	/
RUJAN	563.267,69	43.150,42	606.418,11	18,29	42.788,30
LISTOPAD	264.249,06	41.845,63	306.094,69	9,23	/
STUDENI	129.828,15	28.543,67	158.371,82	4,78	/
PROSINAC	50.922,38	44.047,31	94.969,69	2,87	24.447,68
<b>UKUPNO:</b>	<b>2.731.787,53</b>	<b>582.878,95</b>	<b>3.314.666,48</b>	<b>100,00</b>	<b>145.032,89</b>



## I.4. Zaduženja i uplate, te potraživanja turističke pristojbe i ostala potraživanja

### Potraživanja turističke pristojbe

Prema podacima eVisitora, potraživanja (udjel za TZ PGŽ) iz osnove turističke pristojbe za 2024. godinu iznose nešto manje od 79.696,55 €. Najveći udjel u dugovanjima bilježe objekti u domaćinstvu (70%). Naime, prema podacima iz eVisitora, područje PGŽ raspolaže s oko 200.500 stalnih kreveta u komercijalnom smještaju, od toga 59% u objektima u domaćinstvu, 23% u kampovima, 14% u hotelima, te 4% u odmaralištima. Slijedom toga, najveći udjel u dugovanjima iz osnove turističke pristojbe bilježe baš objekti u domaćinstvu i to 70% u 2024. godini, što su značajna sredstva za cijeli sustav turističkih zajednica.

Sustav turističkih zajednica gotovo i nema utjecaja na naplatu, međutim ulažu iznimno velike napore kako bi se dugovanje naplatilo, što kontinuiranim pritiskom na dužnike u manjoj mjeri i uspijeva. Dugovanja (udjel za TZ PGŽ) je za 2023. godinu iznosio 91.832,39€, a za 2024. godinu (na isti dan) iznosi 79.696,55€, što je 13% manje.

TURISTIČKA PRISTOJBA - prema vrsti smještaja (izvor eVisitor)		Razdoblje 01.01.2024. - 28.02.2025.				Izrađeno: 03.03.2025. Vrijeme ažurnosti podataka: 3.3.2025. 6:53			
VRSTA SMJEŠTAJA	CJELOKUPNI IZNOS				UDIO TZ KVARNERA (15%)				
	Donos iz preth. razdoblja	Zaduženo do 28.02.2025.	Uplate do 28.02.2025.	Saldo	Uplate do 28.02.2025.	Saldo	Udjel u uplatama	Udjel u ostvarenim noćenjima	
	1	2	3	5 = 1 + 2 - 3					
Hoteli	199.627,01	5.647.221,00	5.676.956,20	169.891,81	796.193,14	14.241,22	28,28%	19,60%	
Objekti u domaćinstvu	745.367,93	8.325.954,83	8.558.697,59	512.625,17	1.200.994,08	56.015,92	42,66%	43,26%	
Kampovi	25.180,15	4.795.259,55	4.807.726,45	12.713,25	674.283,62	1.298,98	23,95%	21,16%	
Odmarališta i sl.	16.427,76	354.620,22	362.505,43	8.542,55	50.874,51	937,55	1,81%	1,92%	
Nekomercijalni smještaj	39.656,83	683.649,88	660.797,69	62.509,02	92.712,47	7.202,88	3,29%	14,06%	
<b>SVEUKUPNO</b>	<b>1.026.259,68</b>	<b>19.806.705,48</b>	<b>20.066.683,36</b>	<b>766.281,80</b>	<b>2.815.057,82</b>	<b>79.696,55</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	

Problem neprijavlivanja gostiju od strane iznajmljivača, prema informacijama s terena, je i dalje visok. Sustav turističkih zajednica gotovo i nema utjecaj na naplatu, a veliki problemi su izazvani i time da iznajmljivač često odjavi kapacitete za koje ima dugovanje, te isti objekt prijavi na drugi OIB, dok staro dugovanje ostaje otvoreno. Lokalne turističke zajednice vrše kontinuirani pritisak na iznajmljivače kako bi se dugovanja smanjila (slanje uplatnica poštom, slanje požurnica i opomena, telefonski pozivi...), međutim u vrlo slaboj mjeri uspijevaju utjecati na naplatu. TZ PGŽ 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 je povezan s Državnim inspektoratom na način da su u eVisitoru upisani samo oni dužnici kojima je već izdato rješenje.

Nadalje, problem predstavlja i radna snaga, odnosno manjak inspektora koji su u mogućnosti izaći na teren. Dosadašnja iskustva su pokazala da već i sama "vožnja" obilježenog automobila po mjestu rezultira boljom naplatom ili angažiranje osobe koja "propitkuje" vlasnike da li su prijavili svoje goste, podmirili turističku pristojbu i sl., pa bi i ovakve manje akcije mogle biti od koristi. Radi se o značajnim sredstvima, odnosno o prihodima cijelog sustava turističkih zajednica, te nema nikakvog opravdanja da se prihod od ostvarene turističke pristojbe ne proslijedi sustavu turističkih zajednica, što je zakonska obaveza. TZ PGŽ je apelirala na Ministarstvo turizma i sporta RH da u suradnji s Državnim inspektoratom i ostalim mjerodavnim institucijama iznađe rješenje, kako bi se naplata poboljšala, te kako bi se uspostavio sustav kontrole i/ili sankcioniranja onih koji svoje obaveze ne podmiruju. Dugovanja koja nisu sankcionirana dovode do urušavanja cijelog sustava turističkih zajednica, te do nemogućnosti ispunjavanja zakonski predviđenih zadaća. Uz to, Državna revizija nalaže poduzimanje mjera naplate potraživanja, a turistička zajednica bez rješenja Državnog inspektorata može vrlo ograničeno provesti pokušaj naplate svojih osnovnih izvora prihoda.

Slijedi detaljan prikaz dugovanja turističke pristojbe po vrsti smještaja i po turističkim zajednicama s naznačenim udjelom u ostvarenim noćenjima u ukupnim ostvarenim noćenjima na području PGŽ.

Izvješće o izvršenju Programa rada TZ PGŽ  
za 2024. godinu

TURISTIČKA PRISTOJBA - prema subregijama i vrsti smještaja (izvor eVisitor)						Razdoblje 01.01.2024. - 28.02.2025.		Izrađeno: 03.03.2025. Vrijeme ažurnosti podataka: 3.3.2025. 6:53			
SUBREGIJA / VRSTA SMJEŠTAJA	Donos iz preth. razdoblja	Zaduženo do 28.02.2025.	Uplate do 28.02.2025.	Razlika	Saldo	Saldo prema TZ PGŽ (15%)	Udjel u dugovanju (ukupno / unutar subregije)		Udjel u ostvarenim noćenjima (ukupno / unutar subregije)		
1	2	3	4 = 2 - 3	5 = 1 + 4							
<b>Opatijska rivijera</b>	<b>135.074,26</b>	<b>3.162.536,20</b>	<b>3.229.762,48</b>	<b>-67.226,28</b>	<b>67.847,98</b>	<b>5.936,98</b>	<b>7,45%</b>		<b>12,06%</b>		
<i>Opatija</i>	89.676,93	1.924.736,10	1.964.223,74	-39.487,64	50.189,29	4.290,31	5,38%	72,26%	6,72%	55,66%	
<i>Hoteli</i>	54.250,81	1.511.948,50	1.552.219,73	-40.271,23	13.979,58	107,89	0,14%	1,82%	4,67%	38,69%	
<i>Objekti u domaćinstvu</i>	33.842,00	404.922,19	405.152,57	-230,38	33.611,62	3.865,93	4,85%	65,12%	1,89%	15,65%	
<i>Odmarališta i sl.</i>	50,44	0,00	0,00	0,00	50,44	4,86	0,01%	0,08%	0,00%	0,00%	
<i>Nekomercijalni smještaj</i>	1.533,68	7.865,41	6.851,44	1.013,97	2.547,65	311,63	0,39%	5,25%	0,16%	1,32%	
<i>Ičići</i>	16.825,77	267.550,43	274.553,83	-7.003,40	9.822,37	1.030,51	1,29%	17,36%	1,14%	9,46%	
<i>Hoteli</i>	1.006,91	129.258,75	130.397,37	-1.138,62	-131,71	-16,92	-0,02%	-0,28%	0,46%	3,81%	
<i>Objekti u domaćinstvu</i>	13.251,56	71.150,50	76.870,34	-5.719,84	7.531,72	773,29	0,97%	13,02%	0,35%	2,91%	
<i>Kampovi</i>	-0,03	63.113,25	63.113,25	0,00	-0,03	0,00	0,00%	0,00%	0,27%	2,24%	
<i>Nekomercijalni smještaj</i>	2.567,33	4.027,93	4.172,87	-144,94	2.422,39	274,14	0,34%	4,62%	0,06%	0,50%	
<i>Lovran</i>	7.711,66	495.121,89	506.513,83	-11.391,94	-3.680,28	-830,46	-1,04%	-13,99%	2,08%	17,20%	
<i>Hoteli</i>	7.285,35	248.811,25	254.367,44	-5.556,19	1.729,16	-42,89	-0,05%	-0,72%	0,82%	6,76%	
<i>Objekti u domaćinstvu</i>	632,56	155.909,50	161.968,00	-6.058,50	-5.425,94	-791,36	-0,99%	-13,33%	0,84%	6,92%	
<i>Kampovi</i>	0,07	45.823,50	45.823,50	0,00	0,07	0,01	0,00%	0,00%	0,23%	1,91%	
<i>Odmarališta i sl.</i>	240,71	35.307,00	35.321,28	-14,28	226,43	31,12	0,04%	0,52%	0,13%	1,05%	
<i>Nekomercijalni smještaj</i>	-447,03	9.270,64	9.033,61	237,03	-210,00	-27,34	-0,03%	-0,46%	0,07%	0,56%	
<i>Mošćenička Draga</i>	10.313,42	354.282,01	356.924,17	-2.642,16	7.671,26	987,63	1,24%	16,64%	1,54%	12,79%	
<i>Hoteli</i>	3.468,51	157.774,32	162.187,21	-4.412,89	-944,38	-205,54	-0,26%	-3,46%	0,45%	3,71%	
<i>Objekti u domaćinstvu</i>	7.129,56	153.490,53	152.181,53	1.309,00	8.438,56	1.159,07	1,45%	19,52%	0,88%	7,28%	
<i>Kampovi</i>	-0,02	37.873,00	37.879,00	-6,00	-6,02	-0,85	0,00%	-0,01%	0,17%	1,38%	
<i>Odmarališta i sl.</i>	-74,21	356,00	281,57	74,43	0,22	0,03	0,00%	0,00%	0,00%	0,01%	
<i>Nekomercijalni smještaj</i>	-210,42	4.788,16	4.394,86	393,30	182,88	34,92	0,04%	0,59%	0,05%	0,42%	
<i>Matulji</i>	10.546,48	120.845,77	127.546,91	-6.701,14	3.845,34	458,99	0,58%	7,73%	0,59%	4,89%	
<i>Objekti u domaćinstvu</i>	9.778,36	119.293,03	125.239,78	-5.946,75	3.831,61	397,86	0,50%	6,70%	0,53%	4,39%	
<i>Odmarališta i sl.</i>	11,15	0,00	11,15	-11,15	0,00	0,00	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	
<i>Nekomercijalni smještaj</i>	756,97	1.552,74	2.295,98	-743,24	13,73	61,13	0,08%	1,03%	0,06%	0,50%	
<b>Riječki prsten</b>	<b>133.458,61</b>	<b>1.317.733,39</b>	<b>1.353.845,42</b>	<b>-36.112,03</b>	<b>97.346,58</b>	<b>11.794,42</b>	<b>14,80%</b>		<b>6,22%</b>		
<i>Rijeka</i>	69.784,89	848.132,10	864.366,11	-16.234,01	53.550,88	6.471,34	8,12%	54,87%	3,75%	60,25%	
<i>Hoteli</i>	6.849,70	328.005,75	334.603,68	-6.597,93	251,77	-103,02	-0,13%	-0,87%	1,00%	16,10%	
<i>Objekti u domaćinstvu</i>	53.145,14	454.291,75	465.254,93	-10.963,18	42.181,96	5.189,22	6,51%	44,00%	2,13%	34,29%	
<i>Odmarališta i sl.</i>	9.354,47	59.501,50	58.815,44	686,06	10.040,53	1.234,18	1,55%	10,46%	0,22%	3,53%	
<i>Nekomercijalni smještaj</i>	435,58	6.333,10	5.692,06	641,04	1.076,62	150,96	0,19%	1,28%	0,39%	6,33%	
<i>Kostrena</i>	5.563,56	85.657,50	90.111,36	-4.453,86	1.109,70	102,13	0,13%	0,87%	0,45%	7,31%	
<i>Objekti u domaćinstvu</i>	4.040,52	59.716,25	63.808,15	-4.091,90	-51,38	-53,61	-0,07%	-0,45%	0,30%	4,88%	
<i>Odmarališta i sl.</i>	405,56	25.599,25	26.121,71	-522,46	-116,90	-13,73	-0,02%	-0,12%	0,11%	1,77%	
<i>Nekomercijalni smještaj</i>	1.117,48	342,00	181,50	160,50	1.277,98	169,47	0,21%	1,44%	0,04%	0,65%	
<i>Bakar</i>	7.984,85	27.727,00	27.522,40	204,60	8.189,45	1.046,49	1,31%	8,87%	0,16%	2,61%	
<i>Hoteli</i>	-1.201,25	0,00	0,00	0,00	-1.201,25	-130,59	-0,16%	-1,11%	0,00%	0,00%	
<i>Objekti u domaćinstvu</i>	9.646,00	27.620,00	27.399,44	220,56	9.866,56	1.226,92	1,54%	10,40%	0,13%	2,13%	
<i>Kampovi</i>	0,02	0,00	0,00	0,00	0,02	0,00	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	
<i>Odmarališta i sl.</i>									0,00%	0,00%	
<i>Nekomercijalni smještaj</i>	-459,92	107,00	122,96	-15,96	-475,88	-49,84	-0,06%	-0,42%	0,03%	0,48%	
<i>Kraljevica</i>	22.260,49	220.669,34	228.825,70	-8.156,36	14.104,13	1.529,12	1,92%	12,96%	1,16%	18,66%	
<i>Hoteli</i>	1.184,43	6.811,60	7.812,66	-1.001,06	183,37	114,15	0,14%	0,97%	0,03%	0,42%	
<i>Objekti u domaćinstvu</i>	18.367,49	82.056,68	87.232,95	-5.176,27	13.191,22	1.417,33	1,78%	12,02%	0,40%	6,37%	
<i>Kampovi</i>	-5,47	55.897,97	55.921,66	-23,69	-29,16	3,29	0,00%	0,03%	0,31%	5,06%	
<i>Odmarališta i sl.</i>	2.712,82	73.935,80	76.206,40	-2.270,60	442,22	-44,23	-0,06%	-0,38%	0,34%	5,48%	
<i>Nekomercijalni smještaj</i>	1,22	1.967,29	1.652,03	315,26	316,48	38,58	0,05%	0,33%	0,08%	1,33%	
<i>Kastav i Klana</i>	17.797,12	64.652,30	68.760,48	-4.108,18	13.688,94	1.867,02	2,34%	15,83%	0,29%	4,68%	
<i>Hoteli</i>	144,14	6.028,75	4.839,91	1.188,84	1.332,98	156,50	0,20%	1,33%	0,02%	0,29%	
<i>Objekti u domaćinstvu</i>	17.802,23	58.226,75	63.384,67	-5.157,92	12.644,31	1.743,48	2,19%	14,78%	0,23%	3,77%	
<i>Kampovi</i>	0,00	311,00	311,00	0,00	0,00	0,00	0,00%	0,00%	0,00%	0,02%	
<i>Nekomercijalni smještaj</i>	-149,25	85,80	224,90	-139,10	-288,35	-32,96	-0,04%	-0,28%	0,04%	0,60%	
<i>Čavle</i>	980,09	26.831,65	27.653,04	-821,39	158,70	30,34	0,04%	0,26%	0,11%	1,78%	
<i>Objekti u domaćinstvu</i>	109,35	22.680,25	22.898,07	-217,82	-108,47	-4,94	-0,01%	-0,04%	0,07%	1,09%	
<i>Kampovi</i>	0,00	32,40	32,40	0,00	0,00	0,00	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	
<i>Odmarališta i sl.</i>	870,74	4.119,00	4.722,57	-603,57	267,17	35,28	0,04%	0,30%	0,02%	0,32%	
<i>Nekomercijalni smještaj</i>									0,02%	0,37%	
<i>Jelenje</i>	1.752,19	12.789,50	13.119,91	-330,41	1.421,78	275,23	0,35%	2,33%	0,06%	1,03%	
<i>Objekti u domaćinstvu</i>	1.717,72	12.200,00	11.843,46	356,54	2.074,26	401,84	0,50%	3,41%	0,06%	0,90%	
<i>Odmarališta i sl.</i>	34,47	589,50	616,41	-26,91	7,56	1,44	0,00%	0,01%	0,00%	0,04%	
<i>Nekomercijalni smještaj</i>	0,00	0,00	660,04	-660,04	-660,04	-128,05	-0,16%	-1,09%	0,01%	0,10%	
<i>Viškovo</i>	7.335,42	31.274,00	33.486,42	-2.212,42	5.123,00	472,75	0,59%	4,01%	0,23%	3,69%	
<i>Objekti u domaćinstvu</i>	7.246,15	30.706,50	32.891,64	-2.185,14	5.061,01	464,06	0,58%	3,93%	0,13%	2,05%	
<i>Odmarališta i sl.</i>	89,28	333,50	422,78	-89,28	0,00	0,00	0,00%	0,00%	0,00%	0,02%	
<i>Nekomercijalni smještaj</i>	-0,01	234,00	172,00	62,00	61,99	8,69	0,01%	0,07%	0,10%	1,62%	
<b>Crikv.-vin. rivijera</b>	<b>382.975,39</b>	<b>3.219.762,47</b>	<b>3.262.474,57</b>	<b>-42.712,10</b>	<b>340.263,29</b>	<b>34.804,92</b>	<b>43,67%</b>		<b>16,51%</b>		
<i>Crikvenica</i>	244.144,72	2.256.695,56	2.277.733,98	-21.038,42	223.106,30	22.403,06	28,11%	64,37%	11,51%	69,68%	
<i>Hoteli</i>	119.478,62	758.023,75	757.945,28	78,47	119.557,09	11.178,65	14,03%	32,12%	2,60%	15,77%	
<i>Objekti u domaćinstvu</i>	123.390,67	1.199.009,56	1.227.507,40	-28.497,84	94.892,83	10.139,24	12,72%	29,13%	6,14%	37,19%	
<i>Kampovi</i>	-19,77	147.578,49	147.578,49	0,00	-19,77	-1,91	0,00%	-0,01%	0,57%	3,46%	
<i>Odmarališta i sl.</i>	208,93	66.838,50	66.780,25	58,25	267,18	-11,00	-0,01%	-0,03%	0,44%	2,67%	
<i>Nekomercijalni smještaj</i>	1.086,27	85.245,26	77.922,56	7.322,70	8.408,97	1.098,08	1,38%	3,15%	1,75%	10,60%	

Izvješće o izvršenju Programa rada TZ PGŽ  
za 2024. godinu

SUBREGIJA / VRSTA SMJEŠTAJA	Donos iz preth. razdoblja	Zaduženo do 28.02.2025.	Uplate do 28.02.2025.	Razlika	Saldo	Saldo prema TZ PGŽ (15%)	Udjel u dugovanju (ukupno / unutar subregije)	Udjel u ostvarenim noćenjima (ukupno / unutar subregije)
1	2	3	4 = 2 - 3	5 = 1 + 4				
<b>Novi Vinodolski</b>	114.867,06	860.211,02	884.639,28	-24.428,26	90.438,80	8.935,52	11,21% 25,67%	4,35% 26,37%
Hoteli	21.442,64	149.693,25	145.725,55	3.967,70	25.410,34	2.564,50	3,22% 7,37%	0,64% 3,86%
Objekti u domaćinstvu	51.634,84	486.189,37	497.278,92	-11.089,55	40.545,29	3.525,75	4,42% 10,13%	2,29% 13,88%
Kampovi	39.494,92	171.957,70	190.758,09	-18.800,39	20.694,53	2.421,96	3,04% 6,96%	0,64% 3,90%
Odmarališta i sl.	-49,16	12.525,50	12.476,37	49,13	-0,03	0,00	0,00% 0,00%	0,10% 0,58%
Nekomercijalni smještaj	2.343,82	39.845,20	38.400,35	1.444,85	3.788,67	423,31	0,53% 1,22%	0,68% 4,15%
<b>Vinodol</b>	23.963,61	102.855,89	100.101,31	2.754,58	26.718,19	3.466,34	4,35% 9,96%	0,65% 3,95%
Hoteli	2.667,51	1.040,06	2.088,46	-1.048,40	1.619,11	155,96	0,20% 0,45%	0,00% 0,03%
Objekti u domaćinstvu	20.644,11	93.902,54	90.553,27	3.349,27	23.993,38	3.164,93	3,97% 9,09%	0,48% 2,92%
Kampovi	39,56	3.328,98	3.346,48	-17,50	22,06	-0,60	0,00% 0,00%	0,02% 0,12%
Odmarališta i sl.	216,24	244,37	251,12	-6,75	209,49	26,81	0,03% 0,08%	0,00% 0,01%
Nekomercijalni smještaj	396,19	4.339,94	3.861,98	477,96	874,15	119,24	0,15% 0,34%	0,15% 0,88%
<b>otok Krk</b>	<b>230.316,49</b>	<b>6.252.913,91</b>	<b>6.320.522,87</b>	<b>-67.608,96</b>	<b>162.707,53</b>	<b>17.776,15</b>	<b>22,30%</b>	<b>34,98%</b>
<b>Krk</b>	64.417,91	1.621.908,34	1.649.253,98	-27.345,64	37.072,27	3.807,29	4,78% 21,42%	8,43% 24,09%
Hoteli	-521,87	232.830,40	232.683,52	146,88	-374,99	167,68	0,21% 0,94%	0,87% 2,49%
Objekti u domaćinstvu	59.004,70	589.454,98	617.727,00	-28.272,02	30.732,68	2.951,55	3,70% 16,60%	3,43% 9,79%
Kampovi	2.733,35	754.322,75	756.612,13	-2.289,38	443,97	142,13	0,18% 0,80%	3,27% 9,36%
Odmarališta i sl.	-36,52	441,00	441,00	0,00	-36,52	-3,02	0,00% -0,02%	0,00% 0,01%
Nekomercijalni smještaj	3.238,25	44.859,21	41.790,33	3.068,88	6.307,13	548,95	0,69% 3,09%	0,85% 2,44%
<b>Malinska</b>	71.480,74	929.307,36	932.246,71	-2.939,35	68.541,39	6.868,43	8,62% 38,64%	5,97% 17,07%
Hoteli	-1.146,92	179.358,05	175.120,86	4.237,19	3.090,27	369,03	0,46% 2,08%	0,65% 1,86%
Objekti u domaćinstvu	70.603,98	660.077,31	664.050,51	-3.973,20	66.630,78	6.890,74	8,65% 38,76%	3,07% 8,79%
Kampovi	0,01	0,00	0,00	0,00	0,01	0,00	0,00% 0,00%	0,00% 0,00%
Odmarališta i sl.	4.887,74	417,40	4.248,13	-3.830,73	1.057,01	30,16	0,04% 0,17%	0,00% 0,01%
Nekomercijalni smještaj	-2.864,07	89.454,60	88.827,21	627,39	-2.236,68	-421,50	-0,53% -2,37%	2,24% 6,41%
<b>Omišalj</b>	9.916,48	1.155.777,29	1.157.151,43	-1.374,14	8.542,34	1.044,97	1,31% 5,88%	5,83% 16,68%
Hoteli	1.411,12	367.210,90	368.530,51	-1.319,61	91,51	25,57	0,03% 0,14%	1,38% 3,94%
Objekti u domaćinstvu	7.808,57	228.438,76	226.931,31	1.507,45	9.316,02	1.163,68	1,46% 6,55%	1,21% 3,47%
Kampovi	686,27	522.941,25	523.627,53	-686,28	-0,01	-13,57	-0,02% -0,08%	2,18% 6,23%
Odmarališta i sl.	13,02	1.568,40	1.581,42	-13,02	0,00	-1,24	0,00% -0,01%	0,01% 0,02%
Nekomercijalni smještaj	-2,50	35.617,98	36.480,66	-862,68	-865,18	-129,47	-0,16% -0,73%	1,06% 3,02%
<b>Punat</b>	9.816,39	728.044,88	729.717,37	-1.672,49	8.143,90	756,47	0,95% 4,26%	3,67% 10,50%
Hoteli	873,82	122.220,57	122.429,78	-209,21	664,61	9,63	0,01% 0,05%	0,51% 1,47%
Objekti u domaćinstvu	9.403,87	208.833,51	210.439,85	-1.606,34	7.797,53	858,58	1,08% 4,83%	1,12% 3,20%
Kampovi	-379,74	351.456,94	351.077,22	379,72	-0,02	0,00	0,00% 0,00%	1,34% 3,84%
Odmarališta i sl.	159,59	16.388,50	16.473,64	-85,14	74,45	9,14	0,01% 0,05%	0,11% 0,30%
Nekomercijalni smještaj	-241,15	29.145,36	29.296,88	-151,52	-392,67	-120,88	-0,15% -0,68%	0,59% 1,69%
<b>Baška</b>	17.966,45	1.115.069,54	1.119.802,46	-4.732,92	13.233,53	2.171,89	2,73% 12,22%	5,71% 16,34%
Hoteli	-255,69	238.842,80	237.773,19	1.069,61	813,92	120,35	0,15% 0,68%	0,95% 2,72%
Objekti u domaćinstvu	19.904,02	453.710,43	458.631,81	-4.921,38	14.982,64	2.375,72	2,98% 13,36%	2,74% 7,84%
Kampovi	-599,78	391.999,70	392.140,98	-141,28	-741,06	-102,18	-0,13% -0,57%	1,56% 4,47%
Odmarališta i sl.	0,01	13.644,90	13.589,10	55,80	55,81	7,84	0,01% 0,04%	0,11% 0,32%
Nekomercijalni smještaj	-1.082,11	16.871,71	17.667,38	-795,67	-1.877,78	-229,84	-0,29% -1,29%	0,35% 0,99%
<b>Dobrinj</b>	46.318,77	564.883,95	602.427,37	-37.543,42	8.775,35	561,11	0,70% 3,16%	4,57% 13,07%
Hoteli	88,34	6.974,25	6.953,85	20,40	108,74	15,25	0,02% 0,09%	0,03% 0,07%
Objekti u domaćinstvu	41.666,86	378.538,81	418.948,40	-40.409,59	1.257,27	-306,96	-0,39% -1,73%	2,08% 5,95%
Kampovi	-265,80	110.676,20	110.296,76	379,44	113,64	17,52	0,02% 0,10%	0,46% 1,31%
Nekomercijalni smještaj	4.829,37	68.694,69	66.228,36	2.466,33	7.295,70	835,30	1,05% 4,70%	2,01% 5,73%
<b>Vrbnik</b>	10.399,75	137.922,55	129.923,55	7.999,00	18.398,75	2.565,99	3,22% 14,44%	0,79% 2,25%
Hoteli	186,91	18.578,85	18.764,30	-185,45	1,46	-11,26	-0,01% -0,06%	0,06% 0,18%
Objekti u domaćinstvu	10.256,03	111.145,30	103.661,79	7.483,51	17.739,54	2.476,70	3,11% 13,93%	0,57% 1,64%
Nekomercijalni smještaj	-43,19	8.198,40	7.497,46	700,94	657,75	100,55	0,13% 0,57%	0,15% 0,43%
<b>Cresko-lošinjski otoci</b>	<b>73.532,73</b>	<b>3.492.260,24</b>	<b>3.511.891,32</b>	<b>-19.631,08</b>	<b>53.901,65</b>	<b>5.520,43</b>	<b>6,93%</b>	<b>18,28%</b>
<b>Cres</b>	19.285,46	1.100.706,60	1.104.592,72	-3.886,12	15.399,34	1.909,38	2,40% 34,59%	5,85% 31,98%
Hoteli	-1.425,45	85.867,10	83.016,83	2.850,27	1.424,82	103,83	0,13% 1,88%	0,33% 1,81%
Objekti u domaćinstvu	15.770,47	287.858,84	297.019,96	-9.161,12	6.609,35	772,75	0,97% 14,00%	1,59% 8,70%
Kampovi	-5.343,40	679.302,00	677.232,42	2.069,58	-3.273,82	-374,22	-0,47% -6,78%	3,23% 17,65%
Odmarališta i sl.	54,51	978,40	978,40	0,00	54,51	16,06	0,02% 0,29%	0,00% 0,02%
Nekomercijalni smještaj	10.229,33	46.700,26	46.345,11	355,15	10.584,48	1.390,96	1,75% 25,20%	0,69% 3,80%
<b>Mali Lošinj</b>	54.247,27	2.391.553,64	2.407.298,60	-15.744,96	38.502,31	3.611,05	4,53% 65,41%	12,44% 68,02%
Hoteli	12.211,01	624.455,30	634.486,65	-10.031,35	2.179,66	-260,51	-0,33% -4,72%	2,36% 12,90%
Objekti u domaćinstvu	22.016,77	659.439,54	664.537,07	-5.097,53	16.919,24	1.835,01	2,30% 33,24%	3,43% 18,74%
Kampovi	4.397,77	958.332,45	967.137,18	-8.804,73	-4.406,96	-800,16	-1,00% -14,49%	4,78% 26,12%
Odmarališta i sl.	367,56	24.558,85	24.553,82	5,03	372,59	-0,32	0,00% -0,01%	0,22% 1,22%
Nekomercijalni smještaj	15.254,16	124.767,50	116.583,88	8.183,62	23.437,78	2.837,03	3,56% 51,39%	1,65% 9,04%
<b>otok Rab</b>	<b>51.378,02</b>	<b>2.182.072,52</b>	<b>2.189.265,75</b>	<b>-7.193,23</b>	<b>44.184,79</b>	<b>3.245,68</b>	<b>4,07%</b>	<b>11,18%</b>
<b>Rab</b>	84.906,09	1.418.096,74	1.461.002,92	-42.906,18	41.999,91	3.432,49	4,31% 105,76%	7,34% 65,67%
Hoteli	-4.700,13	300.071,60	295.346,09	4.725,51	25,38	-116,85	-0,15% -3,60%	1,11% 9,97%
Objekti u domaćinstvu	88.748,83	886.733,70	933.914,73	-47.181,03	41.567,80	3.555,59	4,46% 109,55%	4,87% 43,62%
Kampovi	-17,23	189.011,37	188.994,11	17,26	0,03	0,00	0,00% 0,00%	0,77% 6,93%
Odmarališta i sl.	0,02	1.697,65	1.697,65	0,00	0,02	0,00	0,00% 0,00%	0,01% 0,05%
Nekomercijalni smještaj	874,60	40.582,42	41.050,34	-467,92	406,68	-6,25	-0,01% -0,19%	0,57% 5,10%
<b>Lopar</b>	-33.528,07	763.975,78	728.262,83	35.712,95	2.184,88	-186,81	-0,23% -5,76%	3,84% 34,33%
Hoteli	-24.109,69	161.861,60	137.711,39	24.150,21	40,52	-22,44	-0,03% -0,69%	0,62% 5,56%
Objekti u domaćinstvu	5.384,54	281.477,05	284.494,75	-3.017,70	2.366,84	-119,77	-0,15% -3,69%	1,71% 15,34%
Kampovi	-15.472,36	308.711,60	293.292,45	15.419,15	-53,21	10,79	0,01% 0,33%	1,33% 11,88%

SUBREGIJA / VRSTA SMJEŠTAJA	Donos iz preth. razdoblja	Zaduženo do 28.02.2025.	Uplate do 28.02.2025.	Razlika	Saldo	-Saldo prema TZ PGŽ (15%)	Udjel u dugovanju (ukupno / unutar subregije)		Udjel u ostvarenim noćenjima (ukupno / unutar subregije)	
	1	2	3	4 = 2 - 3	5 = 1 + 4					
<i>Nekomercijalni smještaj</i>	669,44	11.925,53	12.764,24	-838,71	-169,27	-55,39	-0,07%	-1,71%	0,17%	1,55%
<b>Gorski kotar</b>	<b>19.524,18</b>	<b>179.426,75</b>	<b>198.920,95</b>	<b>-19.494,20</b>	<b>29,98</b>	<b>617,97</b>	<b>0,78%</b>		<b>0,77%</b>	
<i>Gorski kotar</i>	19.524,18	179.426,75	198.920,95	-19.494,20	29,98	617,97	0,78%	100,00%	0,77%	100,00%
<i>Hoteli</i>	438,19	11.553,60	11.951,94	-398,34	39,85	62,25	0,08%	10,07%	0,04%	5,04%
<i>Objekti u domaćinstvu</i>	22.421,03	148.881,20	166.875,29	-17.994,09	4.426,94	943,32	1,18%	152,65%	0,57%	74,73%
<i>Kampovi</i>	-68,22	2.589,00	2.551,80	37,20	-31,02	-3,23	0,00%	-0,52%	0,02%	2,34%
<i>Odmarališta i sl.</i>	-3.089,61	15.575,20	16.915,22	-1.340,02	-4.429,63	-385,83	-0,48%	-62,44%	0,10%	13,22%
<i>Nekomercijalni smještaj</i>	-177,21	827,75	626,70	201,05	23,84	1,46	0,00%	0,24%	0,04%	4,67%
<b>SVEUKUPNO</b>	<b>1.026.259,68</b>	<b>19.806.705,48</b>	<b>20.066.683,36</b>	<b>-259.977,88</b>	<b>766.281,80</b>	<b>79.696,55</b>	<b>100,00%</b>		<b>100,00%</b>	

## Ostala potraživanja

Ostala potraživanja za razdoblje 2021. do 2024. godine iznose ukupno 9.697,63€ i to po godina prema prikazu u tablici, a odnose se na udruživanje sredstava za sufinansiranje kampanja oglašavanja s avio prijevoznicima. Opomene se kontinuirano šalju dužnicima, međutim ukoliko se pokrene prisilna naplata, odnosno utuživanje, sudski troškovi i kadrovski angažman bit će veći od nekih pojedinačnih dugovanja

Potraživanja po ugovoru za avio oglašavanje	2024.	2023.	2022.	2021.
OPĆINA KLANA	473,33 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
OPĆINA VINODOLSKA	1.807,54 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
OPĆINA MATULJI	4.949,45 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
OPĆINA VRBNIK	0,00 €	795,00 €	0,00 €	191,12 €
OPĆINA ČAVLE	0,00 €	0,00 €	1.194,51 €	286,68 €
<b>UKUPNO = 9.697,63€</b>	<b>7.230,32 €</b>	<b>795,00 €</b>	<b>1.194,51 €</b>	<b>477,80 €</b>

## I.5 Izvršenje i provedba Godišnjeg Programa rada TZ PGŽ

Plan prihoda i rashoda za 2024. godinu bili su sačinjeni sukladno zakonski određenim propisima i regulativama, zatim aktivnostima, postavljenim ciljevima, te zadanim troškovima djelovanja turističke zajednice. Sve planirane aktivnosti bile su usmjerene prema ostvarenju temeljnih ciljeva uspostavljenih Planom razvoja turizma PGŽ do 2030. godine i ostalih važećih strateških dokumenata usvojenih na razini županije i države.

Plan za 2024. godinu je bio postavljen ambiciozno i zahtjevno, međutim njegovoj realizaciji se tijekom godine pristupalo vrlo oprezno. Aktivnosti su se odrađivale planski, prema kontinuiranim odlukama i savjetima nadležnih tijela, što je u konačnici dovelo do uspješnih ostvarenih rezultata.

U nastavku slijedi rezime rashoda po skupinama aktivnosti, s obrazloženjima:

br.	AKTIVNOST	PLAN AKTIVNOSTI 2024. <i>(procijenjeni prijenos: 1.100.000€, prosinac 2023.)</i>	1. IZMJENA PLANA AKTIVNOSTI 2024. <i>(realizirani prijenos: 773.599,25€, ožujak 2024.)</i>	OSTVARENO 2024.	udjel	INDEX ostvareno 2024./1. izmjena plana 2024.	obrazloženje realiziranih aktivnosti (rashoda) 2024.
1.	ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE	53.000,00 €	53.000,00 €	31.687,50 €	0,70	60	aktivnost je odrađena u cijelosti; postignute su bolje cijene provođenja istraživanja u odnosu na plan;
2.	RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA	1.726.600,00 €	1.684.600,00 €	1.585.263,09 €	34,95	94	aktivnost je odrađena u cijelosti; razlika do planskog iznosa odnosi se na neke aktivnosti koje su realizirane ili s manjim troškovima ili u manjem obujmu
3.	KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE	2.515.600,00 €	2.338.600,00 €	2.291.483,44 €	50,52	98	aktivnost je odrađena u cijelosti; razlika do planskog iznosa odnosi se na neke aktivnosti koje su realizirane ili s manjim troškovima ili u manjem obujmu
4.	DESTINACIJSKI MENADŽMENT	59.000,00 €	59.000,00 €	60.733,99 €	1,34	103	aktivnost je odrađena u cijelosti; razlika iznad planskog iznosa odnosi se na nešto veće troškove u stavci Upravljanje kvalitetom u destinaciji
5.	ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA	5.100,00 €	5.100,00 €	2.920,00 €	0,06	57	redovite članarine, manje od planiranog
6.	ADMINISTRATIVNI POSLOVI	570.000,00 €	570.000,00 €	563.329,57 €	12,42	99	aktivnost je odrađena na razini planiranih sredstava
7.	REZERVA - STRATEŠKI PROJEKTI, AKTIVNOSTI OD INTERESA ZA KVARNER	150.000,00 €	42.599,25 €	0,00 €	0,00	0	sredstva rezerve nisu korištena
	<b>SVEUKUPNO</b>	<b>5.079.300,00 €</b>	<b>4.752.899,25 €</b>	<b>4.535.417,59 €</b>	<b>100,00</b>	<b>95</b>	

## Aktivnosti (rashodi) TZ PGŽ u 2024. godini (tabelarni pregled ostvarenja)

Plan rashoda za 2024. godinu sačinjen je sukladno zakonski određenim propisima i regulativama, zatim aktivnostima, postavljenim ciljevima, te zadanim troškovima djelovanja turističke zajednice. Sve planirane aktivnosti bile su usmjerene prema ostvarenju temeljnih ciljeva uspostavljenih Planom razvoja turizma PGŽ do 2030. godine i ostalih važećih strateških dokumenata usvojenih na razini županije i države. Plan za 2024. godinu je bio postavljen ambiciozno i zahtjevno, međutim njegovoj realizaciji se tijekom godine pristupalo vrlo oprezno. Aktivnosti su se odrađivale planski, prema kontinuiranim odlukama i savjetima nadležnih tijela, što je u konačnici dovelo do uspješnih ostvarenih rezultata.

Šifra	AKTIVNOSTI	PLAN AKTIVNOSTI 2024. (prodjereni prijenos: 1.100.000€; prosinac 2023.)	1. IZMJENA PLANA AKTIVNOSTI 2024. (realizirani prijenos: 773.599,25€; ožujak 2024.)	OSTVARENO 2024.	udjel	INDEX ostvareno 2024./ 1. izmjena plana 2024.	obrazloženje realiziranih aktivnosti (rashoda) 2024.
	<b>SVEUKUPNO RASHODI</b>	<b>5.079.300,00 €</b>	<b>4.752.899,25 €</b>	<b>4.535.417,59 €</b>	<b>100,00</b>	<b>95,42</b>	
<b>1.</b>	<b>ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE</b>	<b>53.000,00 €</b>	<b>53.000,00 €</b>	<b>31.687,50 €</b>	<b>0,70</b>	<b>59,79</b>	
<b>1.1.</b>	<b>Strateški/operativni/ komunikacijski/ akcijski dokument</b>	<b>13.000,00 €</b>	<b>13.000,00 €</b>	<b>12.937,50 €</b>	<b>0,29</b>	<b>99,52</b>	
1.1.1.	Plan razvoja turizma PGŽ do 2030. godine; provedba i monitoring	5.000,00 €	5.000,00 €	5.000,00 €	0,11	100,00	aktivnost odrađena; izrađen je monitoring Plana razvoja za aktivnosti za koje je bila zadužena TZPGŽ i LTZ u 2024. godini
1.1.2.	Akcijski plan razvoja turizma PGŽ do 2027. - monitoring	5.000,00 €	5.000,00 €	5.000,00 €	0,11	100,00	aktivnost odrađena; izrađen je monitoring Akcijskog plana za aktivnosti za koje je bila zadužena TZPGŽ i LTZ u 2024. godini
1.1.3.	Akcijski / operativni plan za razvoj gastronomije ; monitoring	3.000,00 €	3.000,00 €	2.937,50 €	0,06	97,92	aktivnost odrađena; izrađen je monitoring Akcijskog plana gastronomije za aktivnosti za koje je bila zadužena TZPGŽ i LTZ u 2024. godini
<b>1.2.</b>	<b>Istraživanje i analiza tržišta</b>	<b>30.000,00 €</b>	<b>30.000,00 €</b>	<b>18.750,00 €</b>	<b>0,41</b>	<b>62,50</b>	
1.2.2.	Provođenje istraživanja o zadovoljstvu posjetitelja i druga tržišna istraživanja s raznim partnerima	30.000,00 €	30.000,00 €	18.750,00 €	0,41	62,50	aktivnost odrađena; sukladno Akcijskom planu, prikupljeni su stavovi lokalnog stanovništva i turističkih dionika o razvoju turizma PGŽ
<b>1.3.</b>	<b>Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti</b>	<b>10.000,00 €</b>	<b>10.000,00 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	aktivnost odrađena kroz sve kanale promocije, bez dodatnih troškova
<b>2.</b>	<b>RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA</b>	<b>1.726.600,00 €</b>	<b>1.684.600,00 €</b>	<b>1.585.263,09 €</b>	<b>34,95</b>	<b>94,10</b>	
2.1.	Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00	0,00	aktivnost odrađena kroz sve kanale promocije, bez dodatnih troškova (suradnja s ključnim dioničarima koji sudjeluju u turističkoj aktivnosti)
<b>2.2.</b>	<b>Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda</b>	<b>1.238.600,00 €</b>	<b>1.258.600,00 €</b>	<b>1.187.406,31 €</b>	<b>26,18</b>	<b>94,34</b>	
2.2.1.	Kvarner Family - razvoj i brendiranje obiteljskog smještaja	40.000,00 €	40.000,00 €	25.590,50 €	0,56	63,98	aktivnost odrađena; nastavak suradnje s KF iznajmljivačima; edukacije, izleti za iznajmljivače, marketing projekta
2.2.1.1.	daljnji razvoj projekta	8.000,00 €	8.000,00 €	4.592,25 €	0,10	57,40	
2.2.1.2.	edukacija iznajmljivača i agenata	25.000,00 €	25.000,00 €	16.608,25 €	0,37	66,43	
2.2.1.3.	marketing projekta KF (promocijski alati, provedba kampanje...)	7.000,00 €	7.000,00 €	4.390,00 €	0,10	62,71	

šifra	AKTIVNOSTI	PLAN AKTIVNOSTI 2024. (procjenjeni prihodi: 1.100.000€; prosinao 2023.)	1. IZMJENA PLANA AKTIVNOSTI 2024. (realizirani prihodi: 773.599,25€; ožujak 2024.)	OSTVARENO 2024.	udjel	INDEX ostvareno 2024./1. izmjena plana 2024.	obrazloženje realiziranih aktivnosti (rashoda) 2024.
2.2.2.	<b>Kvamer Gourmet i Kvamer Food</b> - razvoj i brendiranje gastronomije	<b>365.000,00 €</b>	<b>365.000,00 €</b>	<b>353.973,78 €</b>	<b>7,80</b>	<b>96,98</b>	
2.2.2.1.	daljnj razvoj projekta	185.000,00 €	185.000,00 €	184.532,56 €	4,07	99,75	aktivnost odrađena: <b>osvojena tihula Kvamer - Europska regija gastronomije 2026.</b> (odrađena edukacije, radionice, suradnja s partnerima, prezentacije, gostovanja, predavanja, marketing...)
2.2.2.2.	suradnja s partnerima (JRE, GSM, HSK, UNWTO)	70.000,00 €	70.000,00 €	62.725,49 €	1,38	89,61	
2.2.2.3.	Marketing i promocija brendova kvamerske eno-gastronomije	110.000,00 €	110.000,00 €	106.715,73 €	2,35	97,01	
2.2.3.	<b>Kvamer Outdoor</b> - razvoj i brendiranje aktivnog odmora	<b>532.600,00 €</b>	<b>532.600,00 €</b>	<b>513.054,99 €</b>	<b>11,31</b>	<b>96,33</b>	
2.2.3.1.	daljnj razvoj projekta	185.000,00 €	185.000,00 €	169.351,30 €	3,73	91,54	aktivnost odrađena: upravljanje projektom i nastavak provedbe standardiziranja bike i hike staza;
2.2.3.1.1.	Standardi i upravljanje projektom	30.000,00 €	30.000,00 €	19.486,78 €	0,43	64,96	aktivnost odrađena: sufinanciranje uređenja i prilagodbe staza standardima Kvamer Outdoor
2.2.3.1.2.	Javni poziv prema LITZ-ovima za prilagodbu standardima Kvamer Outdoor	100.000,00 €	100.000,00 €	100.000,00 €	2,20	100,00	aktivnost odrađena: kartografske podloge za područje cijele PGŽ; baza za pojedinačne bike i hike karte po subregijama - odrađena hike karte Crikveničko - vinodolske rivijere i otoka Krka
2.2.3.1.3.	Kartografske podloge i ostali promotivni materijal	20.000,00 €	20.000,00 €	15.901,30 €	0,35	79,51	aktivnost odrađena: aktivnosti na razvoju golfa (Biseč, Punta Krlež/Cres) i promotivne aktivnosti automobiloma Grobnik
2.2.3.1.4.	Razvoj golfa i daljnji razvoj automoto sportova	5.000,00 €	5.000,00 €	3.971,00 €	0,09	79,42	aktivnost odrađena: PR aktivnosti, specijalizirane platforme, produkcija promotivnih alata
2.2.3.1.5.	Marketing projekta i ostale outdoor aktivnosti	30.000,00 €	30.000,00 €	29.992,22 €	0,66	99,97	
2.2.3.2.	Poticanje outdoor manifestacija od značaja za destinaciju Kvamer	347.600,00 €	347.600,00 €	343.703,69 €	7,58	98,88	aktivnost odrađena: promocija regije kroz događanje; svjetski timovi, snažni medijski odjek
2.2.3.2.1.	CroRace - međunarodna biciklistička utrka; 1.-6.10.2024.	55.000,00 €	55.000,00 €	55.000,00 €	1,21	100,00	aktivnost odrađena: promocija regije kroz događanje; svjetski timovi, snažni medijski odjek
2.2.3.2.2.	4 islands - MTB stage race - Epic Senes IRONMAN - legend race; brdska biciklistička utrka, 16-20.4.2024.	45.000,00 €	45.000,00 €	42.128,69 €	0,93	93,62	aktivnost odrađena: promocija regije kroz događanje; svjetski timovi, snažni medijski odjek
2.2.3.2.3.	Croatia Rally-FIA world Rally championship; 18-21.4.2024.; brzinski ispit; Platak i Ravna Gora	113.000,00 €	113.000,00 €	113.000,00 €	2,49	100,00	aktivnost odrađena: promocija regije kroz događanje; svjetski vozač/timovi, snažni medijski odjek; sufinancira PGŽ sa 112.633,96€
2.2.3.2.4.	IXS European Downhill Cup (25-28.4.2024.), Lošinj XCO Cross Country Olympic MTB (14-17.10.2024.), Lošinj Via Apsyrtes	25.000,00 €	25.000,00 €	25.000,00 €	0,55	100,00	aktivnost odrađena; promocija regije kroz događanje; svjetski timovi, snažni medijski odjek
2.2.3.2.5.	Cikvenički plivački maraton sa 100 godišnjom tradicijom	4.000,00 €	4.000,00 €	4.000,00 €	0,09	100,00	aktivnost odrađena; promocija regije kroz događanje; tradicija, snažni medijski odjek
2.2.3.2.6.	Cikvenica Cup - nogometni turnir	8.000,00 €	8.000,00 €	8.000,00 €	0,18	100,00	aktivnost odrađena; promocija regije kroz događanje, medijski odjek
2.2.3.2.7.	Gorski kotar bike tour; srpanj 2024.	5.000,00 €	5.000,00 €	5.000,00 €	0,11	100,00	aktivnost odrađena; promocija regije kroz događanje; promocija Gorski kotar kroz outdoor i gastronomiju
2.2.3.2.8.	Kids CroRace, listopad 2024.	7.000,00 €	7.000,00 €	7.000,00 €	0,15	100,00	aktivnost odrađena; promocija regije kroz događanje; edukacija djece i održivi razvoj
2.2.3.2.9.	Carnival Snowboard Session Platak	6.600,00 €	6.600,00 €	6.600,00 €	0,15	100,00	aktivnost odrađena; promocija regije kroz događanje; promocija Platak; financira PGŽ sa 6.600€
2.2.3.2.10.	Croatian Skibike Meeting 2024.	13.000,00 €	13.000,00 €	13.000,00 €	0,29	100,00	aktivnost odrađena; promocija regije kroz događanje; promocija Platak; financira PGŽ sa 13.000€
2.2.3.2.11.	Tenis turnir od značaja za promociju PGŽ	33.000,00 €	33.000,00 €	31.975,00 €	0,71	96,89	aktivnost odrađena; promocija regije kroz događanje; pojedinci, snažni medijski odjek
2.2.3.2.12.	Rab Island Hero i Epic Rides by Adria Bike; Underwater Photo Marathon	11.000,00 €	11.000,00 €	11.000,00 €	0,24	100,00	aktivnost odrađena; višednevna pustolovna utrka u timovima, otok Krk; Rabi; promocija regije kroz događanje; svjetski timovi, snažni medijski odjek
2.2.3.2.13.	Adventure Race Croatia, svibanj 2024.	7.000,00 €	7.000,00 €	7.000,00 €	0,15	100,00	aktivnost odrađena; višednevno zimsko planiranje kroz Gorski kotar; snažan medijski odjek; sufinancira PGŽ sa 15.000€
2.2.3.2.14.	Highlander Gorski kotar	15.000,00 €	15.000,00 €	15.000,00 €	0,33	100,00	

šifra	AKTIVNOSTI	PLAN AKTIVNOSTI 2024. (procijenjeni prijenos: 1.100.000€; prosinac 2023.)	1. IZMJENA PLANA AKTIVNOSTI 2024. (realizirani prijenos: 773.599,25€; ožujak 2024.)	OSTVARENO 2024.	udjel	INDEX ostvareno 2024. / 1. izmjena plana 2024.	obrazloženje realiziranih aktivnosti (rashoda) 2024.
2.2.4.	Kvarner Health and Wellbeing - razvoj i brendiranje zdravstvenog turizma	30.000,00 €	30.000,00 €	14.115,60 €	0,31	47,05	aktivnost odrađena; nastavak aktivnosti u suradnji s Klinikom i klinikama na brendiranju Kvarnera kao destinacije zdravlja
2.2.5.	Kvarner Culture - razvoj i brendiranje kulturne ponude	236.000,00 €	256.000,00 €	255.221,56 €	5,63	99,70	aktivnost odrađena; promocija Gorskog kotara/regije kroz filmski festival; financira PGŽ s 85.000€
2.2.5.1.	Daljnji razvoj i marketing projekta	5.000,00 €	5.000,00 €	5.127,94 €	0,11	102,56	aktivnost odrađena; promocijski alet
2.2.5.2.	Konferencije i festivali kulturnog turizma	5.000,00 €	5.000,00 €	4.390,80 €	0,10	87,82	aktivnost odrađena; sudjelovanje u konferencijama, edukacije
2.2.5.3.	Poticanje kulturnih manifestacija od značaja za destinaciju Kvarner	223.000,00 €	243.000,00 €	243.102,82 €	5,36	100,04	aktivnost odrađena; promocija Gorskog kotara/regije kroz filmski festival; financira PGŽ s 85.000€
2.2.5.3.1.	Cinehill, BRDO FILMOVA 2024.	90.000,00 €	110.000,00 €	110.000,00 €	2,43	100,00	aktivnost odrađena; promocija regije kroz filmski festival; snažni medijski odjek
2.2.5.3.2.	RAFF 2024 - Rab Film Festival	30.000,00 €	30.000,00 €	30.000,00 €	0,66	100,00	aktivnost odrađena; razvoj destinacije kao pogodna za filmske festivale
2.2.5.3.3.	Ostali filmski festivali i suradnje	15.000,00 €	15.000,00 €	14.747,38 €	0,33	98,32	aktivnost odrađena; tradicionalno događanje i promocija regije; snažni medijski odjek
2.2.5.3.4.	Rapska Fjera	13.000,00 €	13.000,00 €	13.000,00 €	0,29	100,00	aktivnost odrađena; tradicionalno događanje i promocija regije
2.2.5.3.5.	Čreski semenj	5.000,00 €	5.000,00 €	5.000,00 €	0,11	100,00	aktivnost odrađena; promocija aktivnosti proizašlih iz EU projekata (Arca Adriatica i Putevima Frankopana)
2.2.5.3.6.	Nastavak završenih EU projekata	70.000,00 €	70.000,00 €	70.355,44 €	1,55	100,51	aktivnost odrađena; zaštita i promocija prirodne baštine, suradnja s JU Priroda, odrađeno i kroz druge kanale, pa trošak tereti drugu stavku
2.2.5.4.	Kvarner Nature	3.000,00 €	3.000,00 €	2.600,00 €	0,06	86,67	aktivnost odrađena; marketinška kampanja za promociju nautičkog turizma; oglašavanje (Nautical Channel, Vela, More, Val nautika... i servis dobrodošlice-kruzerima)
2.2.6.	Nautički turtizam i cruising - razvoj i brendiranje	25.000,00 €	25.000,00 €	25.449,88 €	0,56	101,80	aktivnost odrađena, ali troškovi terete druge stavke
2.2.7.	Održiva turistička destinacija - razvoj i brendiranje Kvarnera	10.000,00 €	10.000,00 €	0,00 €	0,00	0,00	
2.3.	Podrška razvoju turističkih događanja	307.000,00 €	337.000,00 €	336.255,59 €	7,41	99,78	aktivnost odrađena, sredstva su isplaćena prema zaprimljenoj dokumentaciji
2.3.1.	Potpore manifestacijama i projektima u PGŽ; Javni poziv TZ PGŽ	100.000,00 €	100.000,00 €	99.600,00 €	2,20	99,60	aktivnost odrađena, sredstva su isplaćena prema zaprimljenoj dokumentaciji
2.3.2.	Poticanje i pomaganje razvoja turizma na turistički nedovoljno razvijenom području; Javni poziv TZ PGŽ	70.000,00 €	70.000,00 €	70.000,00 €	1,54	100,00	aktivnost odrađena; razvoj i brendiranje Gorskog kotara
2.3.3.	Fond za turističke zajednice na turistički nedovoljno razvijenim područjima - razvoj i unapređenje Gorskog kotara	40.000,00 €	40.000,00 €	40.000,00 €	0,68	100,00	aktivnost odrađena; razvojni sufinanciranja (do 660€ po zahtjevu)
2.3.4.	Ostala manja sufinanciranja	7.000,00 €	7.000,00 €	6.836,59 €	0,15	97,67	aktivnost odrađena; sudjelovanje u konferenciji i promocija kroz događanje; sufinancira PGŽ s 13.230,17€
2.3.5.	Women's weekend Festival, Rijeka, ožujak 2024.	27.000,00 €	27.000,00 €	27.000,00 €	0,60	100,00	aktivnost odrađena; promocija regije kroz događanje; snažan medijski odjek
2.3.6.	RetrOpatija 2024.	11.000,00 €	11.000,00 €	11.000,00 €	0,24	100,00	aktivnost odrađena; promocija regije kroz događanje; snažan medijski odjek
2.3.7.	Opatija Advent 2024.	11.000,00 €	11.000,00 €	11.000,00 €	0,24	100,00	aktivnost odrađena; promocija regije kroz događanje; snažan medijski odjek
2.3.8.	180 godina turizma u Opatiji, DHT u Opatiji	23.000,00 €	23.000,00 €	22.819,00 €	0,50	99,21	aktivnost odrađena; promocija regije kroz obilježavanje 180 godina turizma i sudjelovanje u domaćinstvu Kvarnera i Opatije DHT-u



šifra	AKTIVNOSTI	PLAN AKTIVNOSTI 2024. (procijenjeni prijenos: 1.100.000€; prosinac 2023.)	1. IZMJENA PLANA AKTIVNOSTI 2024. (realizirani prijenos: 773.599,25€; ožujak 2024.)	OSTVARENO 2024.	udjel	INDEX ostvareno 2024./1. izmjena plana 2024.	obrazloženje realiziranih aktivnosti (rashoda) 2024.
2.3.9.	Riječki kameval 2024.	18.000,00 €	18.000,00 €	18.000,00 €	0,40	100,00	aktivnost odrađena; promocija regije kroz događanje; snažan medijski odjek
2.3.10.	150 godina turizma u Fužinama	0,00 €	15.000,00 €	15.000,00 €	0,33	100,00	aktivnost odrađena; promocija Gorskog kotara kroz niz događanja s kojim je obilježeno 150 godina turizma
2.3.11.	500 godina Krčkog sajma	0,00 €	15.000,00 €	15.000,00 €	0,33	100,00	aktivnost odrađena; promocija regije kroz događanje; snažan medijski odjek
2.4.	EU projekti	181.000,00 €	89.000,00 €	61.601,19 €	1,36	69,21	
2.4.1.	UPREST "UP - & Reskilling Sustainable Tourism in a new digital era" (1.1.2022. - 31.12.2024.)	6.000,00 €	6.000,00 €	8.094,75 €	0,18	134,91	po preporuci i u dogovoru s vodećim partnerom; odrađene su dodatne promotivne aktivnosti
2.4.2.	očekivani EU projekti	175.000,00 €	83.000,00 €	53.506,44 €	1,18	64,47	prijavljeni EU projekti; u 2024. su prihvaćena dva projekta, Mist i Socrat
2.4.2.1.	Adri4Future; digitalna valorizacija prekogranične pomorske baštine temeljena na načelima održivosti	54.000,00 €	15.000,00 €	0,00 €	0,00	0,00	projekt nije odobren
2.4.2.2.	RIDE; razvoj prometnih sustava i održive mobilnosti	37.000,00 €	8.000,00 €	0,00 €	0,00	0,00	projekt nije odobren
2.4.2.3.	E.S.T.; implementacija inovativnog modela upravljanja cikloturizmom	29.000,00 €	5.000,00 €	0,00 €	0,00	0,00	projekt nije odobren
2.4.2.4.	SOCRAT; promocija i otkrivanje manje poznatih destinacija uz pomoć inovacija, umjetnosti i održivog razvoja	14.000,00 €	14.000,00 €	42.527,10 €	0,34	303,77	projekt je odobren u svibnju 2024., nakon što je Plan usvojen; aktivnost je odrađena
2.4.2.5.	MIST; razvoj održivog turizma u manje poznatim obalnim mjestima	3.000,00 €	3.000,00 €	10.979,34 €	0,34	365,98	aktivnost odrađena; projekt je umjesto dvije godine trajao jednu, pa su svi troškovi baremili 2024. godinu
2.4.2.6.	MALA BARKA green; očuvanje, zaštita, razvoj i promicanje pomorske baštine	28.000,00 €	28.000,00 €	0,00 €	0,00	0,00	projekt nije odobren
2.4.2.7.	HD-Cert; standardi za certificiranje zdravstvene destinacije	10.000,00 €	10.000,00 €	0,00 €	0,00	0,00	projekt nije odobren
3.	KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE	2.515.600,00 €	2.338.600,00 €	2.291.483,44 €	50,52	97,99	
3.1.	Definiranje branding susava i brand arhitekture	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00	0,00	aktivnost je odrađena kroz ostale susavke, bez dodatnih troškova
3.2.	Oglašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda	320.000,00 €	320.000,00 €	326.988,96 €	7,21	102,18	
3.2.1.	Media plan - online / offline	320.000,00 €	320.000,00 €	326.988,96 €	7,21	102,18	
3.2.1.1.	zajednički media plan TZ Kvarnera sa TZ-ima po subregijama	200.000,00 €	200.000,00 €	206.599,90 €	4,56	103,30	aktivnost odrađena u suradnji s TZ-ima po subregijama; 6 subregija po 20.000€ = 120.000€ (GK kroz stavku 2.3.9.) + 80.000€ vlastita sredstva; zajednički media plan
3.2.1.2.	Oglašavanje destinacije Kvarner	120.000,00 €	120.000,00 €	120.389,06 €	2,65	100,32	aktivnost odrađena; promocija regije kroz razne medije, oslikane tramvaja, autobuse, društvene mreže... a doprinosi boljoj vidljivosti regije



Šifra	AKTIVNOSTI	PLAN AKTIVNOSTI 2024. (procijenjeni prijevodi: 1.100.000€; prosinac 2023.)	1. IZMJENA PLANA AKTIVNOSTI 2024. (realizirani prijevodi: 773.599,25€; ožujak 2024.)	OSTVARENO 2024.	udjel	IN DEK ostvareno 2024./ 1. izmjena plana 2024.	obrazloženje realiziranih aktivnosti (rashoda) 2024.
3.3.	Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR	183.600,00 €	183.600,00 €	170.779,52 €	3,77	93,02	aktivnost odrađena; promocija za HR tržište kroz razne domaće medije i aktivnosti
3.3.1.	Hrvatska	28.000,00 €	28.000,00 €	28.611,57 €	0,63	102,18	
3.3.2.	Njemačko govorno područje	54.000,00 €	54.000,00 €	55.454,16 €	1,22	102,69	aktivnost odrađena; u suradnji s Attraktions team (newsletteri, studijska putovanja...)
3.3.3.	Velika Britanija	13.000,00 €	13.000,00 €	12.831,00 €	0,28	98,70	aktivnost odrađena; u suradnji s Juliaberg consulting (newsletteri, studijska putovanja)
3.3.4.	Slovenija	18.600,00 €	18.600,00 €	18.000,00 €	0,40	96,77	aktivnost odrađena; u suradnji s Sincro (newsletter, FB, ostale promocije)
3.3.5.	Studijska putovanja predstavnik medija - novinara, blogera, TV ekipa, influencera	70.000,00 €	70.000,00 €	55.882,79 €	1,23	79,83	aktivnost odrađena; organizacija i prihvati studijskih putovanja za predstavnik medija (novinari, bloggeri, influenceri...); cca 80 grupa sa 140 novinara i influencera
3.4.	Marketinška i poslovne suradnje	1.385.000,00 €	1.235.000,00 €	1.297.215,88 €	28,60	105,04	
3.4.1.	Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora - udruženo oglašavanje - Javni poziv TZ PGŽ	485.000,00 €	485.000,00 €	544.391,84 €	12,00	112,25	
3.4.1.1.	Javni poziv TZ PGŽ prema gospodarskim subjektima	300.000,00 €	300.000,00 €	358.551,84 €	7,91	119,52	aktivnost odrađena; podrška marketinškim kampanjama nateljima ponude (hotelske tvrtke, kampovi, obiteljski smještaj, agencije); odlukom turističkog vijeća odobreno iznad plana
3.4.1.2.	Javni poziv TZ PGŽ prema lokalnim TZ-a - potpora medija planovima	185.000,00 €	185.000,00 €	185.840,00 €	4,10	100,45	aktivnost odrađena; podrška LTZ-ovima za destinacijske medije planove
3.4.2.	Strateški projekti - potpora programima na Kvarneru	900.000,00 €	750.000,00 €	752.824,04 €	16,60	100,38	aktivnost odrađena; provedene marketinške kampanje sa strateškim partnerima (avio prijevoznici gotovo u cijelosti);
3.4.2.1.	udjel TZ PGŽ	500.000,00 €	350.000,00 €	484.074,04 €	10,67	138,31	1. udjel TZPGŽ je veći od plana jer je preuzet dio koji na terenu nije udružen 2. udružena sredstva su manja, iz godine u godinu slabiji odziv udruživanja zbog više razloga (znatna sredstva za mali udjel avio gostiju, porast cijena parkiranja za korisnike parkirnog prostora na ZL Rjeka...)
3.4.2.2.	udružena sredstva s podružja Kvarnera	400.000,00 €	400.000,00 €	268.750,00 €	5,93	67,19	ulaže se 17% ukupnog budžeta za cca 2% udjela avio gostiju u ukupnim dolascima na Kvarner (EasyJet, Ryanair, Croatia Airlines, Eurowings, Transavia, Condor, Air Serbia, Gruber Reisen, Češka Kormidlo)
3.5.	Sajmovi, prezentacije i poslovne radionice	279.000,00 €	252.000,00 €	250.496,46 €	5,52	99,40	
3.5.1.	Sajmovi	209.000,00 €	182.000,00 €	183.962,09 €	4,06	101,08	aktivnost odrađena; nastup u sklopu štanda HTZ-a ili samostalni sajamski nastupi (gotovo 20)
3.5.2.	Prezentacije	70.000,00 €	70.000,00 €	66.534,37 €	1,47	95,05	aktivnost odrađena; samostalne prezentacije, workshopovi, sudjelovanje na ostalim prezentacijama na poziv partnera
3.6.	Suradnja s organizatorima putovanja	113.000,00 €	113.000,00 €	105.274,22 €	2,32	93,16	
3.6.1.	Studijska putovanja agenata	30.000,00 €	30.000,00 €	30.496,90 €	0,67	101,66	aktivnost odrađena; organizacija i prihvati studijskih putovanja za agente (230 agenata)
3.6.2.	Prihvati snimanja emisija o destinaciji, reality show emisija i sl.	8.000,00 €	8.000,00 €	0,00 €	0,00	0,00	u 2024. godini nije bilo upita te vrste
3.6.3.	Konferencija autobusera, touroperatora i agenata	60.000,00 €	60.000,00 €	59.777,32 €	1,32	99,63	aktivnost odrađena; domaćinstvo generalnoj Skupštini RDA (Rijeka, cca 120 pacij)
3.6.4.	Loop Luxury Travel Fair	15.000,00 €	15.000,00 €	15.000,00 €	0,33	100,00	aktivnost odrađena; domaćinstvo Kvarnera (na Malom Lošinju) Loop Luxury travel workshopu
3.7.	Kreiranje promotivnog materijala	131.000,00 €	131.000,00 €	94.931,05 €	2,09	72,47	
3.7.1.	Info brošura	13.000,00 €	13.000,00 €	0,00 €	0,00	0,00	Info brošura je gotova i spremna za tisak (tisak 2025.); trošak u 2025.



šifra	AKTIVNOSTI	PLAN AKTIVNOSTI 2024. (procijenjeni prijenos: 1.100.000€; prosinac 2023.)	1. IZMJENA PLANA AKTIVNOSTI 2024. (realizirani prijenos: 773.599,25€; ožujak 2024.)	OSTVARENO 2024.	udjel	INDEX ostvareno 2024./1. izmjena plana 2024.	obrazloženje realiziranih aktivnosti (rashoda) 2024.
3.7.2.	Tisaki i dotisak brošura	15.000,00 €	15.000,00 €	20.041,50 €	0,44	133,61	aktivnost odrađena; uz redovan dotisak karte Kvarnera i Image brošure, otisnute su veće količine novog Vodiča po okusima od mora do gora
3.7.3.	Grafičke pripreme	20.000,00 €	20.000,00 €	19.542,50 €	0,43	97,71	aktivnost odrađena; grafičke pripreme brošura, pripreme raznih drugih info i promo materijala (oglasni, roll-upovi, banneri...)
3.7.4.	Suveniri i ostali promotivni materijal	50.000,00 €	50.000,00 €	49.980,87 €	1,10	99,96	aktivnost odrađena; razni suveniri i "give away" pokloni
3.7.5.	Video materijal	13.000,00 €	13.000,00 €	2.824,48 €	0,06	21,73	aktivnost odrađena s troškovima manjim od plana; o ovoj fazi se radila priprema novog video materijala koji još ne iziskuje troškove;
3.7.6.	Baza fotografija	20.000,00 €	20.000,00 €	2.541,70 €	0,06	12,71	aktivnost odrađena; otkup fotografija prema dostupnosti motiva
3.8.	Internetne stranice - www.kvarner.hr	57.000,00 €	57.000,00 €	18.675,79 €	0,41	32,76	troškovi održavanja web portala
3.9.	Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka	7.000,00 €	7.000,00 €	5.474,76 €	0,12	78,21	
3.9.1.	Mobilna aplikacija Visit Kvarner - digitalna turistička destinacijska platforma / projekt "PGŽ - pametna regija" s JU Razvojna agencija PGŽ	7.000,00 €	7.000,00 €	5.474,76 €	0,12	78,21	aktivnost odrađena; mjesečno održavanje
3.10.	Turističko-informativne aktivnosti	40.000,00 €	40.000,00 €	21.646,80 €	0,48	54,12	
3.10.1.	Kvarner Info - Vrata Jadrana	40.000,00 €	40.000,00 €	21.646,80 €	0,48	54,12	aktivnost odrađena; djelovanje info punkta Kvarner Info; produženje najma prostora od 2023.
4.	DESTINACIJSKI MENADŽMENT	59.000,00 €	59.000,00 €	60.733,99 €	1,34	102,94	
4.1.	Turistički informacijski sustavi i aplikacije /e/visitor	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00	0,00	aktivnost odrađena, bez troška
4.2.	Stručni skupovi i edukacije	5.000,00 €	5.000,00 €	5.193,13 €	0,11	103,86	aktivnost odrađena; organizacija i provođenje edukacija (Sigurnost u turizmu u srednjoj s PU PG)
4.3.	Koordinacija i nadzor	24.000,00 €	24.000,00 €	23.963,91 €	0,53	99,85	
4.3.1.	Koordinacija direktora TZ-a i aktivnosti djelovanja TZ PGŽ u sustavu TZ-a	12.000,00 €	12.000,00 €	11.900,02 €	0,26	99,17	redovito održavanje koordinacija sa sustavom turističkih zajednica
4.3.2.	Aktivnosti koordinacije s ostalim subjektima	12.000,00 €	12.000,00 €	12.063,89 €	0,27	100,53	aktivnost odrađena; koordinacija s ostalim subjektima (PU PG, MINTS, HOK, gospodarski subjekti...)
4.4.	Upravljanje kvalitetom u destinaciji	30.000,00 €	30.000,00 €	31.576,95 €	0,70	105,26	aktivnost odrađena; aktivnosti na podizanju kvalitete usluge u destinaciji (Kvarnerski dan turizma, DHT, obilježavanje 30 godina TZPGŽ...)
4.5.	Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00	0,00	aktivnost odrađena; provodi kroz stavku 4.4.
5.	ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA	5.100,00 €	5.100,00 €	2.920,00 €	0,06	57,25	redovite članarine
6.	ADMINISTRATIVNI POSLOVI	570.000,00 €	570.000,00 €	563.329,57 €	12,42	98,83	
6.1.	Plaće	350.000,00 €	350.000,00 €	353.189,47 €	7,79	100,91	plaće zaposlenika
6.2.	Materijalni troškovi	170.000,00 €	170.000,00 €	160.668,19 €	3,54	94,51	materijalni troškovi djelovanja TZPGŽ (režijski troškovi, poslovni prostor, uredska oprema i materijal, održavanje prostora, troškovi plana prometa, troškovi poštarne i sl.)
6.3.	Tijela turističke zajednice (Turističko vijeće i radna tijela)	50.000,00 €	50.000,00 €	49.471,91 €	1,09	98,94	naknade za obavljanje aktivnosti članovima tijela; redovito održavanje sjednica, priprema i distribucija materijala za sjednice Tijela; troškovi zakupa prostora i drugi pripadajući troškovi
7.	REZERVA - STRATEŠKI PROJEKTI, AKTIVNOSTI OD INTERESA ZA KVARNER...	150.000,00 €	150.000,00 €	42.599,25 €	0,00	0,00	
<b>SVEUKUPNO 1</b>		<b>5.079.300,00 €</b>	<b>4.752.899,25 €</b>	<b>4.535.417,59 €</b>	<b>100,00</b>	<b>95,42</b>	



## I.6. Pregled godišnjeg rezultata i prijenosa aktivnosti u 2025. godinu

Namjenski prijenos sredstava iz 2024. u 2025. godinu se utvrđuje po Godišnjem financijskom izvještaju TZ Kvarnera za 2024. 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.

Ukupno je uprihođeno 4.915.596,70 €, a utrošeno je 4.535.417,95 € što čini razliku od 380.179,11 € koja se namjenski prenosi u 2025. godinu.

### Godišnji rezultat i prijenos

stavka	PLAN 2024. (1. izmjena)	REZULTAT 2024. GODINE	OSTVAREN VIŠAK PRIHODA NAD RASHODIMA IZ PRETODNOG RAZDOBLJA	OSTVARENJE 2024.	INDEKS ostvarenje / plan
PRIHODI	4.752.899,25 €	4.141.997,45 €	773.599,25 €	4.915.596,70 €	103,42
RASHODI	4.752.899,25 €	4.535.417,59 €	/	4.535.417,59 €	95,42
RAZLIKA PRIHODA NAD RASHODIMA U 2024. GODINI	0,00 €	-393.420,14 €	773.599,25 €	380.179,11 €	-

Aktivnosti koje se prenose:

AKTIVNOST	prijenos iz 2024. u 2025. godinu
Krčki sajam	5.000,00 €
Promotivne aktivnosti	30.000,00 €
Intemova (Travel leaders network) konferencija na Kvarneru	25.000,00 €
video materijal (Opći film gastromije za ERG 2026.)	60.000,00 €
Djelovanje TZ PGŽ	260.179,11 €
<b>UKUPNO</b>	<b>380.179,11 €</b>

### Obrazloženje prijenosa

U razdoblju od 2020. do danas, turistička kretanja obilježena su raznim situacijama koje su utjecale na poslovanje svih, pa tako i na TZ PGŽ. Sredstva koja se prenose iz godine u godinu kumulirana su najvećim dijelom iz 2020. godine, kada su naplaćena potraživanja od EU fondova za realizirane projekte, te kada je u doba pandemije covid-19 ostvareno 60% planiranih prihoda, a utrošeno je samo 30% planiranih rashoda. Uz to, u 2020. godini je stupio na snagu novi zakon o turističkoj pristojbi i članarini, kojim je definirana nova raspodjela, te županijskim turističkim zajednicama više nije pripadalo 10% već 15% ostvarene turističke pristojbe i članarine. U toj 2020. godini ostvareni su dobri prihodi, a

rashodi su bili minimalni (sve aktivnosti zaustavljene, smanjenje plaće, rad od kuće i sl.), čime se stvorila značajna razlika između prihoda i rashoda, odnosno iznosa koji se prenosio u sljedeću godinu. Uz to, od 2020. pa do konca 2022. godine još uvijek je veliki dio aktivnosti odrađen online (prezentacije, degustacije, edukacije, sastanci...) pa su se na taj način sredstva trošila u manjoj mjeri od predviđenog i uobičajenog. Kumulirani prijenos se od 2020. godine smanjuje, te u 2024. godini iznosi cca 50% manje od prošlogodišnjeg. Taj prijenos međutim služi za provođenje onih promotivnih aktivnosti s kojima se intenzivno priprema nadolazeća sezona, zatim za provođenje aktivnosti koje eventualno nisu odrađene u prethodnoj godini, te za djelovanje TZ PGŽ. Stoga je iz sljedeće tablice vidljivo kako se iznos prenesenih sredstava kroz godine smanjuje, ali se ne predlaže poslovnu godinu završiti bez prijenosa, jer bi time bio onemogućen rad TZ i provođenje marketinških aktivnosti koje su ključne za ostvarivanje turističkog prometa, tim više što je priljev izvornih izvora prihoda (turistička pristojba i članarina) u prvom dijelu godine znatno slabiji, pa se stoga s prijenosom osigurava provedba aktivnosti.

Pregled prijenosa po godinama:

	01.01.-31.12.2019.	01.01.-31.12.2020.	01.01.-31.12.2021.	01.01.-31.12.2022.	01.01.-31.12.2023.	01.01.-31.12.2024.
UKUPNO PRIHODI	2.797.853,85 €	1.891.675,13 €	2.109.756,38 €	3.257.708,01 €	3.632.931,67 €	4.141.997,45 €
UKUPNO RASHODI	2.789.201,89 €	1.069.539,79 €	1.451.941,55 €	3.202.006,13 €	4.650.550,63 €	4.535.417,59 €
plan rashoda	3.013.071,30 €	3.576.216,07 €	2.731.825,89 €	4.247.693,68 €	5.032.972,81 €	4.752.899,25 €
MANJAK/VIŠAK PRIHODA NAD RASHODIMA	8.651,96 €	822.135,34 €	657.814,83 €	55.701,88 €	-1.017.618,96 €	-393.420,14 €
PRENESENI VIŠAK IZ PRETHODNOG RAZDOBLJA	246.914,23 €	255.566,19 €	1.077.701,53 €	1.735.516,36 €	1.791.218,21 €	773.599,25 €
VIŠAK PRIHODA RAZDOBLJA U SLJEDEĆEM RAZDOBLJU	255.566,19 €	1.077.701,53 €	1.735.516,36 €	1.791.218,24 €	773.599,25 €	380.179,11 €
index ostvarenog viška prihoda	-	421,69	161,04	103,21	43,19	49,14
obrazloženje realiziranog viška prihoda nad rashodima	redovan namjenski prijenos	- povraćanje zakonske osnove prihoda u 2020. (sa 10 na 15%); - covid (ostvareno je 60% prihoda, a utrošeno je samo 30% planiranih rashoda - naplaćena su potraživanja od EU fondova	- veliki dio aktivnosti je još uvijek odrađen online, bez troškova, a turistički promet je bio dobar	- do ljetne sezone vrlo neizvjesno (ratna zbivanja u Ukrajini); - veliki dio aktivnosti i dalje odrađen online, sa manjim troškovima	odrađeno je 92% planiranih aktivnosti; neutrošena sredstva se prenose za djelovanje TZ PGŽ i za promotivne aktivnosti za prvi kvartal godine	odrađeno je 95% planiranih aktivnosti; neutrošena sredstva se prenose za djelovanje TZ PGŽ i za promotivne aktivnosti za prvi kvartal godine

Kako bi već usvojen Godišnji Program rada TZ PGŽ za 2025. bio prilagođen novim okolnostima i situaciji, predlaže se usvajanje 1. izmjene Godišnjeg programa rada TZ PGŽ za 2025. godinu.

stavka	PRIHODI	VIŠAK PRIHODA NAD RASHODIMA (prijenos sredstava)	UKUPNO	RASHODI
	1	2	3=1+2	4
<b>PLAN 2025.</b> (usvojen u prosincu 2024.)	4.570.000,00 €	300.000,00 € procijenjeni prijenos	4.870.000,00 €	4.870.000,00 €
<b>1. IZMJENA PLANA 2025.</b> (ožujak 2025.)	4.570.000,00 €	380.179,11 € realizirani prijenos	4.950.179,11 €	4.950.179,11 €
RAZLIKA	0,00 €	80.179,11 €	80.179,11 €	80.179,11 €

**Financijski izvještaj TZ PGŽ za 2024. godinu** izrađen prema Pravilniku o sustavu financijskog upravljanja i kontrola te izradi i izvršavanju financijskih planova neprofitnih organizacija

Sukladno donesenom Pravilniku o sustavu financijskog upravljanja i kontroli te izradi i izvršavanju financijskih planova neprofitnih organizacija, NN 119/15, TZ PGŽ izradila je Financijski izvještaj za 2024. godinu iz kojeg je vidljiv rezultat poslovanja. Plan prihoda i rashoda, te izvještavanje, pripremaju se najmanje na razini skupine iz Računskog plana za neprofitne organizacije, što je i zadovoljeno.

razred / klasifikacija iz računskog plana za neprofitne organizacije	PRIHODI 2024.	PLAN 2024.	1. IZMJENA PLANA 2024.	realizacija 2024
32	PRIHOD OD ČLANARINA	530.000,00 €	530.000,00 €	582.878,95 €
33	PRIHODI PO POSEBNIM PROPISIMA	2.655.000,00 €	2.655.000,00 €	2.876.820,42 €
34	PRIHODI OD IMOVINE	- €	- €	423,52 €
35	PRIHODI OD EU FONDOVA I IZ PRORAČUNA	256.800,00 €	256.800,00 €	433.737,31 €
36	OSTALI PRIHODI	537.500,00 €	537.500,00 €	248.137,25 €
37	PRIHOD OD OSTALIH NEPROFITNIH ORGANIZACIJA	- €	- €	- €
	<b>PRIHODI (32+33+34+35+36+37)</b>	<b>3.979.300,00 €</b>	<b>3.979.300,00 €</b>	<b>4.141.997,45 €</b>
	<b>PRIJENOS</b>	<b>1.100.000,00 €</b>	<b>773.599,25 €</b>	<b>773.599,25 €</b>
	<b>SVEUKUPNO PRIHODI (32+33+34+35+36+37+PRIJENOS)</b>	<b>5.079.300,00 €</b>	<b>4.752.899,25 €</b>	<b>4.915.596,70 €</b>

razred / klasifikacija iz računskog plana za neprofitne organizacije	RASHODI 2024.	PLAN 2024.	1. IZMJENA PLANA 2024.	realizacija 2024
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	350.000,00 €	350.000,00 €	407.076,59 €
42	<b>MATERIJALNI RASHODI</b>	4.712.000,00 €	4.385.599,25 €	4.112.497,64 €
43	<b>RASHODI AMORTIZACIJE</b>	9.100,00 €	9.100,00 €	7.365,57 €
44	<b>FINANCIJSKI RASHODI</b> odnosi se na bankarske naknade i ostale usluge	2.200,00 €	2.200,00 €	2.363,11 €
45	<b>DONACIJE</b>	- €	- €	1.004,00 €
46	<b>OSTALI RASHODI</b>	6.000,00 €	6.000,00 €	5.110,68 €
47	<b>RASHODI VEZANI UZ FINANCIRANJE POVEZANIH NEPROFITNIH ORGANIZACIJA</b>	- €	- €	- €
	<b>SVEUKUPNO RASHODI (41+42+43+44+45+46+47)</b>	<b>5.079.300,00 €</b>	<b>4.752.899,25 €</b>	<b>4.535.417,59 €</b>

### I.7. Materijalno i financijsko poslovanje i raspolaganje sredstvima turističke zajednice

Poslovni odbor je pregledao financijske kartice, glavne i pomoćne knjige, zatim knjige ulaznih i izlaznih faktura, knjiga putnih naloga, te je utvrđeno da prihodi i rashodi za 2024. godinu odgovaraju podacima

iskazanim u poslovnim knjigama i pokazuju stvarno stanje Turističke zajednice Kvarnera. Nadzor je temeljen na Izvještaju o prihodima i rashodima za 2024. godinu, te Bilanci za 2024. godinu. Zakon o financijskom poslovanju i računovodstvu neprofitnih organizacija (NN 121/14) propisuje da je svaka neprofitna organizacija koja je obveznik vođenja dvojnog knjigovodstva obvezna provoditi samoprocjenu učinkovitog i djelotvornog funkcioniranja sustava financijskog upravljanja i kontrola, što je TZ Kvarnera i učinila. Cilj samoprocjene je potvrda da se sredstva koriste zakonito, namjenski i svrhovito te da sustav financijskog upravljanja i kontrola funkcionira učinkovito i djelotvorno. Samoprocjena se provodi putem popunjavanja Upitnika, a rok predviđeni za podnošenje godišnjih financijskih izvještaja za poslovnu godinu, tj. za 2024. godinu je do 01. travnja 2025. godine. Zakonski zastupnik je nakon popunjavanja Upitnika dužan izvijestiti najviše tijelo neprofitne organizacije – Skupštinu o provedenoj samoprocjeni, što se ovim putem i čini. Turistička zajednica Kvarnera vodila je tijekom 2024. godine poslovanje u skladu sa Zakonom, Statutom, pozitivnim zakonskim propisima Republike Hrvatske, Godišnjim Programom rada TZ Kvarnera usvojenom na sjednici Skupštine, te odlukama Turističkog vijeća Turističke zajednice Kvarnera.

Sukladno Zakonu o financijskom poslovanju i računovodstvu neprofitnih organizacija (Narodne novine, br. 121/14), neprofitna organizacija dužna je obaviti reviziju godišnjih financijskih izvještaja, te do 30. lipnja tekuće godine objaviti na svojim mrežnim stranicama revizorsko izvješće o obavljenoj reviziji godišnjih financijskih izvještaja. Turistička zajednica Kvarnera angažirala je revizorsku kuću „Consilium revizija“ d.o.o. društvo za usluge revizije, usluge sudskog vještačenja, financijskih analiza i kontrola, procjenjivanja vrijednosti poduzeća, usluge poreznog i ostalog poslovnog savjetovanja“, koja je izrazila mišljenje da su Financijski izvještaji Turističke zajednice Primorsko -goranske županije za godinu završenu 31. prosinca 2023. sastavljeni u svim značajnim odrednicama, u skladu sa Zakonom o financijskom poslovanju i računovodstvu neprofitnih organizacija. Financijski izvještaj je u zakonskom roku objavljen na [www.kvarner.hr](http://www.kvarner.hr). U tijeku je pregled svih izvještaja za 2024. godinu, koji će biti javno objavljeni do 30.6.2025. godine.

## II. NACRT ZAKLJUČKA MIŠLJENJE POSLOVNOG ODBORA O PROVEDENOM NADZORU

Temelji za donošenje prijedloga zaključka Poslovnog odbora TZ Kvarnera o provedenom nadzoru poslovanja TZ Kvarnera u 2024. godini, a koji se upućuje Skupštini TZ Kvarnera na usvajanje, bilo je kontinuirano praćenje poslovanja TZ Kvarnera tijekom 2024. godine kroz:

- sudjelovanje predsjednika Poslovnog odbora TZ Kvarnera, gospodina Bolonića na svim održanim sjednicama Turističkog vijeća TZ Kvarnera;
- održane 2 sjednice Poslovnog odbora TZ Kvarnera;
- pregled financijskih kartica, glavne i pomoćne knjige, zatim pregled ulaznih i izlaznih faktura, putnih naloga;
- utvrđivanje da ostvareni prihodi i rashodi za 2024. godinu odgovaraju podacima iskazanim u poslovnim knjigama i pokazuju stvarno stanje Turističke zajednice Kvarnera;

Nadzor je temeljen na Izvještaju o prihodima i rashodima za 2024. godinu, te Bilanci za 2024. godinu.

Nadalje, ocjenjuje se da je u 2024. godini, Turistička zajednica Kvarnera poslovala vrlo dobro, iako ekonomski i geopolitički problemi i dalje predstavljaju značajne izazove za nastavak oporavka turizma i rast turističkog prometa.

Planirani pokazatelji uspješnosti su ostvareni.

Za 2024. godinu je bilo planirano ponavljanje fizičkog rezultata iz 2023. godine, što je i ostvareno.

Ostvareno je:

- u 2024. godini 3.204.320 dolazaka (+0,4% u odnosu na 2023.)
- u 2023. godini 3.192.214 dolazaka (+5% u odnosu na 2022.)

Iz osnovnih izvora prihoda, turističke pristojbe i članarine, pokazatelji su:

- 3.185.000,00 € = plan za 2024.
- 3.459.699,37 € = realizacija 2024. (+9% u odnosu na Plan 2024., +19% u odnosu na ostv. 2023.)

**Ukupno je uprihođeno 4.915.596,70 € (3% više od 1. izmjene Plana), a utrošeno je 4.535.417,95 € (95% ukupnih planiranih rashoda) što čini razliku od 380.179,11 € koja se namjenski prenosi u 2025. godinu.**

## **Procjena učinka poduzetih aktivnosti na razvoj turizm**

Kvantificirati učinke poduzetih aktivnosti na razvoj turizma moguće je kroz ostvarene veće prihode i od plana i od ostvarenja prethodne godine, što je u 2024. godini i ostvareno. U odnosu na 2023. godinu ostvareno je povećanje osnovnih izvora prihoda (turistička pristojba i članarina) za 19%, te za 9% u odnosu na 1. Izmjenu plana. Godina je bila obilježena suradnjom TZ PGŽ sa svim institucijama i sektorima koji uvelike doprinose stvaranju preduvjeta za odvijanje sigurne turističke godine, u svakom smislu.

Ovaj dobar financijski rezultat je ostvaren zahvaljujući intenzivnoj suradnji i sinergiji privatnog i javnog sektora, te kontinuiranom razvoju i unaprijeđenju turističkog proizvoda koji je motiv dolaska na destinaciju. Naime, ostvaren broj dolazaka u 2024. je bio na razini ostvarenih dolazaka u 2023. godini, međutim noćenja ostvarena u predsezoni bila su za čak 9% bolja u odnosu na predsezonu 2023., što je i bio cilj. Ono što je važno za istaknuti je kontinuirani porast ostvarenja noćenja u predsezoni, te promjene u strukturi gostiju budući je sve više gostiju veće platežne moći, a to pokazuje i podatak da je gotovo 45% svih noćenja u 2024. godini ostvareno u komercijalom smještaju s 4 i 5 zvjezdica.

2024. godina je dokaz da se uspješno razvija cjelogodišnji održivi turizam, te da se uspijeva rasteretiti destinacija na način da je regija sve bolje popunjena u pred i posezoni, a sve s ciljem da gosti i lokalno stanovništvo budu zadovoljni.

Za 2024. godinu je izrađen Monitoring Plana razvoja turizma PGŽ do 2030. godine i monitoring Akcijskog plana razvoja turizma PGŽ do 2027. za aktivnosti za koje je bila zadužena TZ PGŽ sa sustavom lokalnih turističkih zajednica, a monitoring daje pregled početne vrijednosti aktivnosti, zatim očekivane vrijednosti do 2027., odnosno 2030., te ostvarenu vrijednost u 2024. godinu iz kojeg je jasno vidljivo da se aktivnosti sustavno, te prema zacrtanom planu i odrađuju.

Uz niz osvojenih nagrada i priznanja, Kvarner je u 2024. godini okićen titulom Europske regije gastronomije 2026., nositelj koje je TZ Kvarnera, a što je zasigurno rezultat rada svih involviranih u projektu, te potvrda uspješnosti poslovanja.

### **ZAKLJUČAK:**

**Članovi Poslovnog odbora usvojili su Izvještaj o obavljenom nadzoru vođenja poslova Turističke Zajednice Kvarnera, materijalnog i financijskog poslovanja i raspolaganja sredstvima TZ-a, te izvršenje i provedbu Programa rada TZ Kvarnera za 2024. godinu te ga prosljeđuju Skupštini TZ Kvarnera na usvajanje.**