



TURISTIČKA ZAJEDNICA  
**KVARNER**

**PROGRAM RADA S FINANCIJSKIM PLANOM  
TZ KVARNERA ZA 2013. GODINU**

**Opatija, studeni 2012.**



## S A D R Ž A J

<b>UVOD</b>	<b>1</b>
<b>1. REZULTATI FIZIČKOG TURISTIČKOG PROMETA U 2012. GODINI</b>	<b>3</b>
<b>2. CILJEVI I GLAVNA TEŽIŠTA DJELOVANJA I STRATEŠKE AKTIVNOSTI TZ KVARNERA U TURISTIČKOJ 2013. GODINI</b>	<b>5</b>
<b>2.1. STRATEŠKI DOKUMENTI ZA IZRADU PROGRAMA RADA ZA 2013. GODINU</b>	<b>5</b>
<b>2.2. CILJEVI POSLOVANJA TZ KVARNERA U 2013. GODINI</b>	<b>8</b>
<b>I. ADMINISTRATIVNI TROŠKOVI</b>	<b>10</b>
<b>1. TURISTIČKI URED TZ KVARNERA</b>	<b>10</b>
<b>2. TIJELA TZ KVARNERA</b>	<b>13</b>
<b>3. SKLADIŠTENJE</b>	<b>13</b>
<b>4. OPREMA I ODRŽAVANJE TZ KVARNERA</b>	<b>13</b>
<b>5. KVARNER INFO - VRATA JADRANA</b>	<b>13</b>
<b>II. DIZAJN VRIJEDNOSTI</b>	<b>14</b>
<b>1. POTPORE MANIFESTACIJAMA I PROJEKTIMA</b>	<b>14</b>
<b>2. ORGANIZACIJA I UPRAVLJANJA DESTINACIJOM</b>	<b>14</b>
<b>2.1. Kvarner.org</b>	<b>15</b>
<b>2.2. Razvoj marketing brendova</b>	<b>15</b>
<b>2.2.1. Kvarner Family</b>	<b>16</b>
<b>2.2.2. Kvarner Gourmet i Kvarner Food</b>	<b>16</b>
<b>2.2.3. Novi marketing brendovi</b>	<b>17</b>
<b>2.3. Cruising</b>	<b>18</b>
<b>3. POTPORA RAZVOJU DMC</b>	<b>18</b>
<b>III. KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI</b>	<b>19</b>
<b>1. ON LINE KOMUNIKACIJE</b>	<b>19</b>
<b>1.1. Internet oglašavanje</b>	<b>19</b>
<b>1.2. SEO i SEM strategija</b>	<b>19</b>
<b>1.3. Upravljanje Internet stranicom</b>	<b>19</b>
<b>2. OFFLINE KOMUNIKACIJE</b>	<b>20</b>
<b>2.1. Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora</b>	<b>20</b>
<b>2.2. Opće oglašavanje</b>	<b>23</b>
<b>2.3. Odnosi s javnošću i newsletter</b>	<b>23</b>
<b>2.4. Brošure i info materijali</b>	<b>23</b>
<b>2.4.1. Image info brošura Kvarnera</b>	<b>23</b>
<b>2.4.2. Outdoor brošura</b>	<b>23</b>
<b>2.4.3. Kvarner Gourmet i Kvarner Food 2014.</b>	<b>24</b>
<b>2.4.4. Promo DVD</b>	<b>24</b>
<b>2.4.5. Suveniri i ostali promo materijal</b>	<b>24</b>
<b>2.5. Servis dobrodošlice</b>	<b>24</b>
<b>2.6. Mreža županijskih info punktova „Kvarner Info“</b>	<b>24</b>
<b>2.6.1. Pilot projekt razvijanja programa sustava informacijskih centara TZ</b>	<b>24</b>
<b>2.7. Turistička signalizacija</b>	<b>25</b>

<b>IV. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI</b>	<b>26</b>
<b>1. NASTUPI NA TURISTIČKIM SAJMOVIMA</b>	<b>26</b>
1.1. U suradnji s HTZ-om na općim i specijaliziranim sajmovima	26
1.2. Samostalni zakup štanda uz pojačan regionalni nastup na općim i specijaliziranim sajmovima	27
1.3. Sajamski nastupi u organizaciji TZ-članica i uz potporu TZ Kvarnera	27
1.4. Sajamski nastupi u organizaciji ostalih subjekata	28
<b>2. STUDIJSKA PUTOVANJA NOVINARA</b>	<b>28</b>
<b>3. STUDIJSKA PUTOVANJA AGENATA I „BUY CROATIA“ RADIONICE</b>	<b>29</b>
<b>4. PREZENTACIJE</b>	<b>29</b>
4.1. Presentacija u organizaciji TZ Kvarnera i u suradnji s predstavništvima HTZ-a u inozemstvu	29
4.1. Presentacije u organizaciji TZ-članica i uz potporu TZ Kvarnera	30
4.2. Ostale prezentacije	31
4.3. Roadshow prezentacije	31
4.4. Poslovne radionice (workshopovi) u organizaciji predstavništava HTZ-a u inozemstvu	33
<b>V. INTERNI MARKETING</b>	<b>34</b>
<b>1. EDUKACIJA O MARKETINGU ZA HTZ, LOKALNE TZ I TURISTIČKU INDUSTRIJU</b>	<b>34</b>
<b>2. AKTIVNOSTI KOORDINACIJE DJELOVANJA I NADZORA IZVRŠAVANJA CILJEVA I ZADAĆA TURISTIČKIH ZAJEDNICA OPĆINA I GRADOVA S PODRUČJA KVARNERA</b>	<b>34</b>
<b>3. VOLIM HRVATSKU (I OSTALE AKTIVNOSTI)</b>	<b>35</b>
<b>VI. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA</b>	<b>36</b>
<b>1. ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA</b>	<b>36</b>
1.1. TOMAS Ljeto 2013.	36
1.2. Mystery Guest	36
<b>2. SURADNJA S MEĐUNARODNIM INSTITUCIJAMA I EU FONDOVI</b>	<b>36</b>
<b>3. PRODUKCIJA MULTIMEDIJSKIH MATERIJALA</b>	<b>36</b>
<b>4. TURISTIČKI INFORMACIJSKI SUSTAV (HTZ)</b>	<b>37</b>
<b>VII. POSEBNI PROGRAMI</b>	<b>38</b>
<b>1. POTICANJE I POMAGANJE RAZVOJA TURIZMA NA PODRUČJIMA KOJA NISU TURISTIČKI RAZVIJENA</b>	<b>38</b>
<b>VIII. RAZNO</b>	<b>38</b>
<b>1. DJELOVANJE U SKLADU S "GLAVNIM PLANOM RAZVITKA TURIZMA PGŽ 2005.-2015.", IMPLEMENTACIJA</b>	<b>38</b>
<b>2. DALJNJA IMPLEMENTACIJA „STRATEŠKOG MARKETINŠKOG PLANA TURIZMA KVARNERA 2009.-2015.“</b>	<b>38</b>
<b>FINANCIJSKI PLAN TZ KVARNERA ZA 2013. GODINU</b>	<b>40</b>
Plan prihoda TZ Kvarnera u 2013. godini	41
Plan rashoda TZ Kvarnera u 2013. godini	42
<b>Prilog: PREGLED POJAČANIH AKTIVNOSTI OBRADJE CILJNIH I OSTALIH VAŽNIH TRŽIŠTA</b>	<b>44</b>



## UVOD

### Program rada s financijskim planom TZ Kvarnera za 2013. godinu izrađene temeljem:

- fizičkih rezultata turističkog prometa ostvarenog na Kvarneru i u Hrvatskoj za razdoblje siječanj – rujan 2012. godine
- iskustava iz 2012. i prijašnjih godina,
- Operativnog marketing plana HTZ-a za 2013. i naputaka Hrvatske turističke zajednice i Ministarstva turizma RH
- monitoringa provedbe SMPT Kvarnera

### i zaključaka:

- užeg povjerenstva koordinacije direktora turističkih zajednica s područja Kvarnera, 6. rujna u Opatiji
- koordinacije direktora turističkih zajednica otoka Krka, 7. rujna u Krku
- koordinacije direktora marketinga i prodaje hotelskih tvrtki i turističkih agencija s područja Kvarnera, 12. rujna u Malinskoj
- sastanka s predstavnicima Glavnog ureda HTZ-a, 25. rujna u Opatiji
- konzultacijama s predsjednikom TZ Kvarnera
- zaključaka s 21. sjednice Turističkog vijeća TZ Kvarnera, 16. listopada u Rijeci

### u očekivanju

- izmjena i dopuna „Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma“

### zatim, u skladu sa strateškim dokumentima:

- „Glavni plan razvitka turizma Primorsko-goranske županije 2005.-2015.“
- „Strateški marketinški plan turizma PGŽ 2009.-2015.“
- „Strateški marketinški plan hrvatskog turizma 2010.-2014.“
- „Razvojna strategija Primorsko-goranske županije 2011.-2013.“

### Program rada s financijskim planom TZ Kvarnera za 2013. usvojen je na 7. sjednici Skupštine TZ Kvarnera održanoj 7. prosinca 2012. godine.

Program rada Turističke zajednice Kvarnera za 2013. godinu dio je šireg i sveobuhvatnog plana razvoja Kvarnera u sljedećem razdoblju kada će se odvijati značajne promjene - ekonomske, gospodarske i razvojne. Sljedeća 2013. godina je godina službenog pristupanja Republike Hrvatske Europskoj uniji kada se očekuje da će Hrvatska privući i održavati pozitivnu pažnju i interes međunarodne i svjetske političke, ekonomske i medijske javnosti. Budući da je turizam najznačajnija privredna grana u Hrvatskoj i naš najjači adut prepoznavanja u svijetu, ulazak u EU jedinstvena je prigoda za prezentaciju, pozicioniranje ali i podizanje svijesti o kvaliteti turističke destinacije Kvarnera.

U tom novom političkom, ekonomskom i društvenom okviru Europske unije, otvaraju se mnogobrojne mogućnosti privlačenja financijskih sredstava kako privatnog kapitala tako i onih iz strukturnih fondova EU za projekte u turizmu. Važna je stoga uloga Turističke zajednice Kvarnera da na ciljnim tržištima, posebice novima, komunicira promjene, nove proizvode i motive dolaska te pozicionira Kvarner kao poželjnu, raznoliku, cjelogodišnju turističku destinaciju.

Slijedeći glavne odrednice Operativnog marketing plana HTZ-a za 2013. godinu, ovaj plan ima zadaću:

- povećanje dolazaka u pred i posezoni
- povećanje turističkih dolazaka u turistički manje razvijenim područjima
- razvoj proizvoda / marketing brendova



- povećanje „online“ marketing aktivnosti.

Napomena:

*Obzirom da je Ministarstvo turizma RH do konca 2012. godine najavilo donošenje izmjena i dopuna važećeg Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, moguće su izmjene predloženog Programa rada s financijskim planom TZ Kvarnera tijekom 2013. godine, a temeljem dodatnih odluka tijela TZ Kvarnera.*



## 1. REZULTATI FIZIČKOG TURISTIČKOG PROMETA U 2012. GODINI

Planom Turističke zajednice Kvarnera za 2012. predviđeno ponavljanje rezultata 2011. godine i to:

- 2.360.214 dolazaka
- 11.741.692 noćenja.

Turizam na Kvarneru je temeljem podataka prikupljenih anketom turističkih zajednica s ostvarenih **2.065.900 dolazaka** i **11.754.066 noćenja** u prvih devet mjeseci 2012. godine premašio ukupan godišnji rezultat rekordne 2011. godine.

### OSTVARENI TURISTIČKI PROMET U RAZDOBLJU SIJEČANJ-RUJAN 2012. GODINE NA KVARNERU

područje	DOLASCI			NOĆENJA		
	dolasci	udjel	indeks	noćenja	udjel	indeks
OPATIJSKA RIVIJERA	384.802	18,63	101	1.408.777	11,99	102
RIJEČKO PODRUČJE	92.823	4,49	101	220.413	1,88	106
CRIKVENIČKA RIVIJERA	233.558	11,31	103	1.357.534	11,55	104
RIVIJERA NOVI VINODOLSKI	92.413	4,47	105	541.674	4,61	103
OTOK KRK	639.635	30,96	102	3.733.434	31,76	105
CRES	102.100	4,94	95	731.782	6,23	98
MALI LOŠINJ	259.830	12,58	100	1.934.963	16,46	100
OTOK RAB	237.264	11,48	103	1.760.335	14,98	106
GORSKI KOTAR	23.475	1,14	112	65.154	0,55	110
<b>UKUPNO</b>	<b>2.065.900</b>	<b>100</b>	<b>101</b>	<b>11.754.066</b>	<b>100</b>	<b>103</b>
inozemni gosti	1.834.474	88,80%	102	10.698.317	91,02%	104
domaći gosti	231.426	11,20%	96	1.055.749	8,98%	95

Σ 91,02% ino noćenja	dolasci	noćenja	udjel noćenja	indeks dolasci	indeks noćenja
Njemačka	419.894	3.160.395	29,54	112	114
Slovenija	284.195	1.683.454	15,74	94	97
Austrija	232.532	1.281.943	11,98	105	107
Italija	231.213	1.207.793	11,29	93	94
Češka	96.332	632.600	5,91	107	107
Mađarska	88.164	444.681	4,16	98	96

SMJEŠTAJNI KAPACITETI	DOLASCI	udjel	Ix dol	NOĆENJA	udjel	Ix noć
Hoteli	807.011	39,06	99	3.331.655	28,34	98
Privatni smještaj	686.026	33,21	106	4.883.456	41,55	107
Kampovi	513.101	24,84	101	3.158.440	26,87	103
Odmarališta	40.561	1,96	94	274.957	2,34	95
Ostalo	19.201	0,93	128	105.558	0,90	127
<b>KOMERCIJALNI KAPACITETI</b>	<b>2.065.900</b>	<b>100,00</b>	<b>101,00</b>	<b>11.754.066</b>	<b>100,00</b>	<b>103,00</b>

Izvor: TU TZ Kvarnera

U razdoblju siječanj - rujan 2012. godine na području Kvarnera zabilježeno je **2.065.900 dolazaka (1% više)** i **11.754.066 noćenja (3% više)**. Domaći turisti ostvarili su 231.426 dolazaka te 1.055.749 noćenja (9% ukupnih noćenja), dok je dolazaka stranih turista zabilježeno 1.834.474, a noćenja 10.698.317 (91% ukupnih noćenja).



**Ukupan broj dolazaka turista u razdoblju siječanj - rujan 2012. godine iznosi 2.065.900 i 1% veći nego u istom razdoblju 2011. godine,** domaći dolasci su za 4% manji, a dolasci stranih turista su za 2% veći nego u istom razdoblju 2011. godine.

**Ukupan broj noćenja u razdoblju siječanj - rujan 2012. godine iznosi 11.754.066 noćenja, a u usporedbi prošlom godinom je za 3% veći** pri čemu su ostvarena noćenja domaćih gostiju za 5% manja nego u istom razdoblju 2011. godine, a strana noćenja su za 4% veća.

**Po subregijama:** Otok Krk je ostvario najveći broj noćenja, 3.733.434 (što iznosi 31,76% ukupnog prometa noćenja Kvarnera), odnosno, 5% više. Slijedi zatim Mali Lošinj s 16,46% udjela u županijskim noćenjima i ostvarenjem na razini prošle godine, otok Rab s 14,98% i povećanjem od 6%, Opatijska rivijera s 11,99% i 2% više noćenja, Crikvenička rivijera s 11,55% i 4% više noćenja, otok Cres sa 6,23% i smanjenjem od 2% ukupnih noćenja, zatim, Rivijera Novi Vinodolski s 4,61% i 3% više noćenja, Riječko područje s 1,88% i 6% više noćenja, te Gorski kotar s 0,55% udjela u županijskim noćenjima u navedenom razdoblju i povećanjem od 10% ostvarenih noćenja.

**Po tržištima:** Od ukupnog broja inozemnih noćenja ostvarenih na Kvarneru, najviše noćenja ostvarili su gosti iz **Njemačke** s udjelom u ukupnim županijskim noćenjima **od 29,54%, čak 14% više** nego lani, zatim gosti iz Slovenije, s udjelom 15,74% (3% manje noćenja nego lani), zatim gosti iz Austrije s udjelom 11,98% (7% više noćenja) te gosti iz Italije s udjelom od 11,29% (6% manje noćenja nego lani). Slijede Česi s udjelom 5,91% (7% više noćenja) i Mađari s 4,16% (4% manje noćenja nego lani).

**Po smještajnim kapacitetima:** Najveći udjel u noćenjima ostvaren je u privatnom smještaju 4,88 milijuna noćenja (41,55%) i 7% više, a potom u hotelima 3,33 milijuna noćenja (28,34%) i što je 2% manje, kampovima 3,16 milijuna noćenja (udjel 26,87%) i 3% više te u odmaralištima 0,27 milijuna noćenja (2,34%) i 5% manje te u ostalim vrstama smještaja 0,19 milijuna noćenja (0,90%) što je povećanje od 27%.

## Siječanj – rujan 2012. u Hrvatskoj

U razdoblju siječanj-rujan 2012. godine u **Hrvatskoj** je zabilježeno **10.987.453 dolazaka turista** i **66.654.840 noćenja**. Domaći turisti ostvarili su 1.061.181 dolazaka te 6.055.965 noćenja (9,09% ukupnih noćenja), dok je dolazaka stranih turista zabilježeno 9.926.272, a noćenja 60.598.875 (90,91% ukupnih noćenja).

**Ukupan broj dolazaka turista u razdoblju siječanj-rujan 2012. godine je veći za 5,14%** nego u istom razdoblju 2011. godine, domaći dolasci su manji za 2,98%, a dolasci stranih turista su veći za 6,09%.

**Ukupan broj noćenja u razdoblju siječanj-rujan 2012. godine** u usporedbi s razdobljem siječanj-rujan 2011. godine **veći je za 6,30%** pri čemu su ostvarena noćenja domaćih gostiju manja za 2,25%, a strana noćenja veća za 7,24%.

Pri tom je **udjel Kvarnera 19% u ukupnim dolascima** i **18% u ukupnim noćenjima** u Hrvatskoj.



## 2. CILJEVI I GLAVNA TEŽIŠTA DJELOVANJA I STRATEŠKE AKTIVNOSTI TZ KVARNERA U TURISTIČKOJ 2013. GODINI

### 2.1. STRATEŠKI DOKUMENTI ZA IZRADU PROGRAMA RADA ZA 2013. GODINU

Ciljevi turističke 2013. godine temelje se na sljedećim strateškim dokumentima:

- ✓ **Strateški marketinški plan hrvatskog turizma 2010.-2014.**
- ✓ **Glavni plan razvitka turizma Primorsko-goranske županije 2005.-2015.**
- ✓ **Razvojna strategija Primorsko-goranske županije 2011.-2013.**
- ✓ **Strateški marketinški plan turizma Primorsko-goranske županije 2009.-2015.**

#### 2.1.1. Strateški marketinški plan hrvatskog turizma 2010.-2014.

##### a) Strateška vizija hrvatskog turizma:

- biti globalno priznat kao visokovrijedna destinacija životnog stila
- uspjeti u njegovanju i očuvanju nacionalnih prirodnih i kulturnih vrijednosti
- postati vrlo konkurentan i održiv sektor koji značajno pridonosi nacionalnom gospodarstvu

##### b) Glavna marketinška strategija Hrvatske u razdoblju 2010.-2014.

- **vizija** – postati jedna od 5 najjačih destinacija temeljenih na doživljaju
- **marketinški ciljevi** – vrlo fokusirano određivanje ciljnih skupina, visoko personaliziran doživljaj odmora, novi imidž destinacije temeljen na doživljaju
- **marketinške strategije:**
  1. određivanje novih ciljnih skupina klijenata kao prioritet
  2. poboljšanje unapređenja geomarketinga
  3. jačanje direktne prodaje, putem veće dostupnosti online rezervacija i upravljanje odnosa s klijentima
  4. osnivanje i razvoj postojećih DMS-ova
  5. razvoj prepoznatljivih oznaka kvalitete
  6. poboljšanje razine znanja i vještina turističkih djelatnika
  7. komunikacija suštine brenda
  8. emocionalni pristup u komunikaciji USP-a
  9. modernizacija online komunikacije s posebnim naglaskom na 2.0 alate

##### c) Strateški ciljevi turizma na Kvarneru su:

1. Isticanje osobitosti Kvarnera u odnosu na druge konkurentne destinacije u Hrvatskoj i na Mediteranu
2. Korištenje brenda Kvarnera kao glavnog aduta u promociji regije, subregija i drugih nositelja turističke ponude.
3. Daljnji razvoj selektivnih oblika turističke ponude.
4. Isticanje blizine / dostupnosti Kvarnera:
  - kopnom i morem te
  - profiliranjem u aviodestinaciju.

#### 2.1.2. Glavni plan razvitka turizma Primorsko-goranske županije 2005.-2015.





Kvarner je jedna od malobrojnih turističkih regija Hrvatske koja raspolaže strateškim dokumentom razvitka turizma. Temeljem ovog krovnog dokumenta, pokrenut je, nadalje, proces izrade Akcijskih planova razvoja turizma na razini gradova i općina u regiji. Glavni plan rukovodi se općim ciljevima održivog razvoja, povećanja blagostanja stanovništva i povećanja konkurentnosti turističke ponude PGŽ. U tim okvirima, Glavni plan postavlja i niz dugoročnih ekonomskih, ekoloških i društvenih ciljeva.

Vizija Kvarnera podrazumijeva destinaciju zdravog načina života i očuvane prirode, opuštanja, ugone i dobrog osjećaja, povijesne arhitekture i jedinstvenih urbanih cjelina, obrazovanja, inovativnosti i kreativnosti, po mjeri čovjeka i sigurnosti. Portfelj primarnih turističkih proizvoda uključuje odmorišni, događajni, zdravstveni i poslovni turizam.

Tijekom 2011. godine pristupilo se izradi izmjena i dopune Projekta koje su usvojene na zajedničkoj sjednici Skupštine TZ Kvarnera i Skupštine PGŽ 28. lipnja 2012. godine.

### **2.1.3. Razvojna strategija Primorsko-goranske županije 2011.-2013.**

Prepoznajući značaj turizma za gospodarstvo Županije, izrađen je Glavni plan razvoja turizma, koji predstavlja polazište za njegov razvoj. Ciljevi i prioriteti razvoja turizma usmjereni su na poticanje razvoja ruralnog turizma i eko-etno sela, valorizaciju prirodne i kulturne baštine, razvoj selektivnih oblika turizma (tematski parkovi i sl.), podizanje kvalitete smještajnih kapaciteta i drugo, s krajnjim ciljem povećanja konkurentnosti županijskog turističkog proizvoda.

Za razvoj turizma potrebno je: privatizirati i dokapitalizirati turističke tvrtke, riješiti status turističkog zemljišta, donijeti prostorne planove, izraditi programe i akcijske planove razvoja turističkih destinacija, unaprijediti upravljanje destinacijom i poticati razne oblike udruživanja turističkih djelatnosti i zajednički nastup na tržištu.

### **2.1.4. Strateški marketinški plan turizma Primorsko-goranske županije 2009.-2015.**

Temeljem «Glavnog plana razvitka turizma Primorsko-goranske županije 2005.-2015.» TZ Kvarnera je, uz potporu Primorsko-goranske županije, pristupila izradi strateškog marketinškog plana turizma u cilju brendiranja i pozicioniranja regije. Projekt je predstavljen i usvojen na Turističkom vijeću TZ Kvarnera 6. listopada, prihvaćen na sjednici Županijske skupštine PGŽ 28. listopada i na sjednici Skupštine TZ Kvarnera dana 2. prosinca 2008. godine.

Odgovarajući na bitne promjene u okruženju i u funkciji pozitivnog utjecaja na povećanje efikasnosti turističkog gospodarstva i produljenje turističke sezone, strateški ciljevi destinacijskog marketinga Kvarnera za razdoblje 2009.-2015. su:

- otvaranje novih tržišta i novih tržišnih segmenata
- izgradnja brenda Kvarnera i konkurentnog pozicioniranja
- poticanje turističkih proizvoda koji će kupcima pružiti trajne koristi
- komunikacija s kupcima kroz suvremene komunikacijske medije
- osiguranje značajnije prisutnosti u nacionalnoj promidžbi

Projekt „Strateški marketinški plan turizma Kvarnera 2009.-2015.“ sačinjavaju tri osnovna segmenta:



- Krovni plan: Dokument razrađuje krovnu marketinšku strategiju turizma Kvarnera;
- Subregionalni planovi: 'Spuštajući' krovnu marketinšku strategiju turizma Kvarnera na razinu pojedinih subregija, razrađuje se marketinška strategija za svaku od osam subregija na Kvarneru. Cilj je osigurati umreženi i time osnaženi marketinški nastup subregija i Kvarnera u cjelini. Dokumenti slijede metodologiju Krovnog plana i međusobno su metodološki ujednačeni.
- Proizvodni planovi: Dokument prikazuje faktore uspjeha razvoja ključnih turističkih proizvoda Kvarnera, te posebno razrađuje vrste i sadržaj promocijskih aktivnosti za svaki od proizvoda.



## 2.2. CILJEVI POSLOVANJA TZ KVARNERA U 2013. GODINI

**Ostvarenje fizičkog turističkog prometa na razini očekivanog ostvarenja 2012. godine i to više od:**

- 2,2 milijuna dolazaka
- 12,1 milijuna noćenja

### CILJNA TRŽIŠTA

U skladu sa SMPT Kvarnera i naputcima gospodarstva:

<b>Primarna</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hrvatska</li> <li>• Njemačka, Slovenija, Italija, Austrija, Češka, Mađarska</li> </ul>
<b>Sekundarna</b>	Poljska, Slovačka, Benelux
	<b>Ostala tržišta u blizini:</b> Srbija, Bosna i Hercegovina
<b>Tercijarna</b>	Švicarska, Skandinavija
<b>Potencijalna</b>	Rusija, Ukrajina, V. Britanija, Francuska, Španjolska
<b>Ostala</b>	S.A.D., Kanada, Japan, Kina, Indija

### CILJNI POTROŠAČKI SEGMENTI

U skladu sa SMPT Kvarnera:

Gosti na odmoru:

- Obitelji s djecom
- Zrela dob (50-65)
- Mladi parovi (25-35)
- Treća dob (66+)
- Mladi (18-24)

### PRIORITETNI TURISTIČKI PROIZVODI

<b>Aktivni odmor</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ Ljetni odmor na suncu i moru</li> <li>⇒ Odmor uz more izvan glavne sezone</li> <li>⇒ Odmor u gorskim i ruralnim područjima</li> </ul>
<b>Poslovni turizam</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ Kongresi i skupovi</li> <li>⇒ Team-building</li> <li>⇒ Incentive</li> </ul>
<b>Zdravstveni turizam</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ Wellness</li> <li>⇒ Thalasso</li> <li>⇒ Medicinski programi</li> </ul>
<b>Proizvodi sporta i soft adventure</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ Planinarenje i hodanje</li> <li>⇒ Biciklizam</li> <li>⇒ Ronjenje</li> <li>⇒ Sportske pripreme</li> </ul>
<b>Nautički turizam</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ Nautički turizam</li> </ul>
<b>Kulturni turizam</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ Događaji, festivali i manifestacije</li> <li>⇒ Gastronomija</li> <li>⇒ Vjerski turizam</li> <li>⇒ Gradski turizam</li> <li>⇒ Kulturne ture i touring</li> </ul>



**Sve projektne aktivnosti navedene u Programu rada za 2013. godinu imaju za cilj omogućiti aktivnosti upravljanja destinacijom te:**

- daljnju izrazitu orijentaciju na online-marketing,
- daljnju implementaciju nove brend strategije Kvarnera,
- afirmaciju brenda Kvarnera na postojećim ali i novim tržištima,
- razvoj novih turističkih proizvoda Kvarnera uz uvođenje novih marketing brendova te njihovo pozicioniranje na tržištu,
- jačanje konkurentnosti i atraktivnosti proizvoda Kvarnera,
- kvalitetan okvir za kvalitetnu suradnju privatnog i javnog sektora.



## I. ADMINISTRATIVNI TROŠKOVI

### I. 1. TURISTIČKI URED TZ KVARNERA

TZ Kvarnera osnovana je na Osnivačkoj Skupštini Zajednice dana 10. listopada 1994. godine u Opatiji i već 18 godina djeluje kroz aktivnosti Ureda i Zajednice u skladu sa Zakonom i propisima. Sve aktivnosti TZ Kvarnera proizlaze iz zadataka navedenih u Zakonu o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (152/08) i to:

- promocija turističke destinacije na razini županije samostalno i putem udruženog oglašavanja,
- upravljanje javnom turističkom infrastrukturom danom na upravljanje od strane Županije,
- sudjelovanje u definiranju ciljeva i politike razvoja turizma na nivou županije u svezi s politikom planiranja razvoja turizma na nacionalnom nivou,
- izrada strategije razvoja turizma na nivou županije,
- promocija turističke ponude županije u zemlji i inozemstvu u koordinaciji s Hrvatskom turističkom zajednicom,
- obogaćivanje ukupne turističke ponude županije i kreiranje novih proizvoda turističke regije, a poglavito u selektivnim oblicima turizma (seoski, kulturni, zdravstveni turizam i dr.),
- pružanje stručne i svake druge pomoći turističkim zajednicama s područja županije u pitanjima važnim za njihovo djelovanje i razvoj, te poticanje i pomaganje razvoja turizma na područjima koja nisu turistički razvijena,
- koordinacija djelovanja i nadzor izvršavanja ciljeva i zadataka turističkih zajednica općina i gradova s područja županije,
- sudjelovanje u izradi planova razvoja turizma i strateškoga marketinškog plana hrvatskog turizma,
- donošenje strateškoga marketinškog plana za područje županije, sukladno strateškom marketinškom planu hrvatskog turizma,
- poticanje, očuvanje, unapređivanje i promicanje svih postojećih turističkih resursa i potencijala, te turističke ponude županije,
- prikupljanje i tjedna i mjesečna obrada podataka o turističkom prometu i svih drugih podataka bitnih za praćenje izvršenja postavljenih ciljeva i zadataka (zbirno izvješće općina i gradova),
- obavljanje informativnih poslova u svezi s turističkom ponudom,
- izrada polugodišnjih i godišnjih izvješća, analiza i ocjena ostvarenja programa rada i financijskog plana turističke zajednice županije,
- ustrojavanje jedinstvenog turističkog informacijskog sustava, sustava prijave i odjave turista i statističke obrade prema turističkim zajednicama nižeg ustroja i Hrvatskoj turističkoj zajednici,
- objedinjavanje zajedničkih razvojnih projekata turističkih zajednica općina i gradova, te turističkih zajednica područja od značaja za županiju,
- obavljanje i drugih poslova propisanih ovim Zakonom ili drugim propisom.

Zajednica sudjeluje i provodi programe i akcije Hrvatske turističke zajednice od zajedničkog interesa za sve subjekte u turizmu, te podizanja razine kvalitete turističke ponude Hrvatske. Zajednica surađuje s regionalnim turističkim organizacijama iz drugih zemalja i može biti članom međunarodnih turističkih organizacija.

U svom djelovanju Turistički ured TZ Kvarnera surađuje s Hrvatskom turističkom zajednicom i predstavništvima HTZ-a u inozemstvu, 36 turističkih zajednica gradova, općina, mjesta i jedinom otočkom turističkom zajednicom, otoka Krka, te koordinacijom turističkih zajednica Gorskog



kotara zatim s Ministarstvom turizma, Primorsko-goranskom županijom i HGK Županijskom komorom Rijeka, Obrtničkom komorom, JLS, Hrvatskom udrugom hotelijera, UHPA, Udrugom hrvatskih marina, Kamping udrugom Hrvatske, ostalim županijskim turističkim zajednicama, hotelskim kućama, turističkim agencijama, jedinicama lokalne samouprave, medijma, PR agencijama, Sveučilištem u Rijeci i drugima.

<b>Budžet</b>	2.715.000,00 kn
<b>Nositelj</b>	Turistički ured TZ Kvarnera
<b>Rok izvršenja</b>	kontinuirano



## SHEMATSKI PRIKAZ DJELOVANJA TURISTIČKOG UREDA TURISTIČKE ZAJEDNICE KVARNERA

### MINISTARSTVO TURIZMA REPUBLIKE HRVATSKE

#### HRVATSKA TURISTIČKA ZAJEDNICA

- direktor
- pomoćnik direktora za istraživanje tržišta, kulturni turizam i predst. u inoz.; pomoćnica direktora za sustav TZ; pomoćnik direktora za predstavništva i nastupe u inozemstvu i kulturni turizam; pomoćnik direktora za financije, računovodstvo i informatizaciju; savjetnik direktora
- direktor hrvatskog kongresnog i incentive ureda
- Ured za kulturni turizam
- Služba za istraživanje tržišta i odnose s partnerima
- Služba za internet
- Služba za izdavaštvo
- Služba za sajmove i prezentacije
- Služba za predstavništva u inozemstvu
- Služba za informatizaciju i naplatu prihoda
- MREŽA PREDSTAVNIŠTVA HTZ-A U INOZEMSTVU (Belgija, Češka, Danska, Njemačka, Španjolska, Francuska, Italija, Mađarska, Nizozemska, Austrija, Rusija, Poljska, Švedska, Slovenija, Slovačka, Švedska, V. Britanija i Irska. S.A.D. i Kanada i Japan)
- Ured direktora; Ured općih poslova
- Služba za studijska putovanja i odnose s javnošću
- Služba za koordinaciju i razvoj sustava turističkih
- Služba za financije i računovodstvo
- Služba skladišta i distribucije
- Služba za nadzor i javnu nabavu zajednica
- Služba za informiranje

### PRIMORSKO-GORANSKA ŽUPANIJA

#### TURISTIČKI URED TZ KVARNERA

**PREDSJEDNIK  
TZ KVARNERA**

**SKUPŠTINA  
TZ KVARNERA**

**TURISTIČKO VIJEĆE  
TZ KVARNERA**

**NADZORNI ODBOR  
TZ KVARNERA**

**INFO PUNKT „KVARNER  
INFO – VRATA JADRANA“**

**3 SKLADIŠTA**

**GOSTI**

**GOSPODARSTVO**

**HGK ŽKR I OK Rijeka**

**SVEUČILIŠTE**

**NOVINARI**

### 37 TURISTIČKIH ZAJEDNICA S PODRUČJA KVARNERA

#### PRIMORJE

Opatija, Ičići, Lovran, M. Draga, Matulji,  
Rijeka, Kostrena, Bakar, Kraljevica,  
Čavle, Jelenje, Kastav, Viškovo,  
Crikvenica. N. Vinodolski. O. Vinodolska

#### KVARNERSKI OTOCI

Otoka Krka, Krk, Malinska,  
Omišalj, Punat, Baška, Dobrinj,  
Vrbnik, Cres, Mali Lošinj, Rab,  
Lošar

#### GORSKI KOTAR

Čabar, Delnice, Fužine, Lokve,  
Ravna Gora, Skrad, Mrkopalj,  
Vrbovsko, Brod Moravice

## I. 2. TIJELA TZ KVARNERA

Osnivačka sjednica Skupštine TZ Kvarnera održana je dana 22. rujna 2010. godine kada su potvrđeni članovi Skupštine te izabrani i imenovani članovi Turističkog vijeće i Nadzornog odbora TZ Kvarnera. Turističko vijeće čine predsjednik (župan) i 10 članova (8 članova bira Skupština TZ Kvarnera, a po jednog člana delegiraju HGK i Obrtnička komora), a Nadzorni odbor 5 članova (četiri člana bira Skupština TZ Kvarnera, a jednog člana delegira Turističko vijeće HTZ-a).

<b>Budžet</b>	370.000,00 kn
<b>Nositelj</b>	TZ Kvarnera
<b>Rok izvršenja</b>	kontinuirano

## I. 3. SKLADIŠTENJE

- 3 skladišta - skladište Turističkog ureda TZ Kvarnera, skladište info punkta "Kvarner Info – Vrata Jadrana" i Centralno skladište HTZ-a.

<b>Budžet</b>	85.000,00 kn
<b>Nositelj</b>	Turistički ured TZ Kvarnera
<b>Rok izvršenja</b>	kontinuirano

## I. 4. OPREMA I ODRŽAVANJE TZ KVARNERA

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

Također, TZ Kvarnera u skladu s važećim zakonima vodi knjigovodstvene, arhivske i ostale evidencije.

<b>Budžet</b>	80.000,00 kn
<b>Nositelj</b>	Turistički ured TZ Kvarnera
<b>Rok izvršenja</b>	kontinuirano

## I. 5. KVARNER INFO – VRATA JADRANA

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

Nadalje, vizualni identitet info punkta „Kvarner Info – Vrata Jadrana“ usklađuje se s novim komunikacijskim konstantama.

<b>Budžet</b>	250.000,00 kn
<b>Nositelj</b>	Turistički ured TZ Kvarnera
<b>Rok izvršenja</b>	kontinuirano



## II. DIZAJN VRIJEDNOSTI

### II. 1. POTPORE MANIFESTACIJAMA I PROJEKTIMA

Potpore manifestacijama i projektima provodi se u cilju unapređenja/obogaćivanja kvalitete turističkog proizvoda/ponude pojedine destinacije i regije u cjelini, stvaranju prepoznatljivog imidža destinacije, razvoju sadržaja koji omogućavaju produženje turističke sezone.

TZ Kvarnera objavljuje Javni poziv za dodjelu bespovratnih novčanih sredstava, i to na web stranicama [www.kvarner.hr](http://www.kvarner.hr) i u dnevnom glasilu „Novi list“. Povjerenstvo za dodjelu potpora iz programa "Potpore manifestacijama i projektima" od strane TZ Kvarnera, slijedom kriterija Turističkog vijeća, uzima u obzir samo one zamolbe koje su pristigle uz suglasnost lokalnih turističkih zajednica. Odluku o visini potpore donosi Turističko vijeće TZ Kvarnera na prijedlog povjerenstva.

Za 2013. godinu predlaže se odvojiti dio planiranih sredstava za megaprojekte koji se ističu po:

- doprinosu stvaranju imidža destinacije i jačanju imena KVARNER
- originalnosti, prepoznatljivosti i kvaliteti
- zastupljenosti u domaćim i stranim medijima
- doprinosu razvoja turističkog proizvoda
- utjecaju na održivi razvoj i ekologiju
- doprinosu afirmaciji klastera
- međunarodnom karakteru
- kandidaturi prema EU fondovima.

Natječaj će se objaviti u veljači 2013. godini, a od ukupnih sredstava može biti namijenjen za megaprojekte.

<b>Budžet</b>	300.000,00 kn
<b>Nositelj</b>	Turistički ured TZ Kvarnera
<b>Rok izvršenja</b>	Javni poziv: veljača Odabir manifestacija: svibanj

### II. 2. ORGANIZACIJA I UPRAVLJANJA DESTINACIJOM

Kako Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 152/08) naglašava da se sustav turističkih zajednica osniva radi promicanja i unapređenja turizma na način da upravljaju destinacijom na razini na kojoj su osnovane, a što je i dijelom strateških razvojnih i marketinških dokumenata TZ Kvarnera., Primorsko-goranska županija je od Sveučilišta u Rijeci naručila studiju „Organizacija upravljanja destinacijom (Kvarner)“. Studija je izrađena u prosincu 2009. godine, a 2. lipnja Upravni odjel za turizam, poduzetništvo i poljoprivredu PGŽ je studiju dostavio TZ Kvarnera uz zamolbu za očitovanje o budućem ustroju organizacije upravljanja destinacijom.

Ključni koraci u razvoju DMO-a uključuju sljedeće aktivnosti:

- definiranje strateškog plana upravljanja destinacijom
- identifikacija ključnih subjekata i njihovih mogućnosti utjecaja na proces
- implementacija programa konkurentnosti: razvoj proizvoda, poboljšanje lokacija, unapređenje dostupa i signalizacije i sl.
- edukacijski programi za unapređenje i pripremu novog sustava DMO (u skladu sa Zakonom)
- uspostavljanje sustava destinacijskog menadžmenta
- evaulacija uspješnosti.

Dobro uspostavljen i unaprijeđen sustav DMO-a će lokalnu ekonomsku aktivnost učiniti dinamičnijom i povećati konkurentnost destinacije te naglasiti unapređenje proizvoda. Upravo iz tog razloga Turističko vijeće i Turistički ured TZ Kvarnera pokrenuo je niz aktivnosti na brendiranju selektivnih oblika turizma (više razvoj marketing brendova).

## II. 2.1. Kvarner.org

Turistički sektor Kvarnera suočava se s problemima otežane komunikacije i suradnje, vođenjem (interdisciplinarnih) projekata, kolanjem informacija i dijeljenjem iskustava i znanja, a koji su bitni preduvjet nesmetanim aktivnostima u razvoju DMO-a, a mogu se svrstati u nekoliko osnovnih kategorija:

- suradnja na pripremi i dijeljenu dokumenata i informacija
- sposobnost pronalaženja i plasiranja informacija
- personalizacija pogleda na informacije
- integracija podataka iz raznih izvora i aplikacija.
- zajedničko korištenje sadržaja.

Obzirom na različiti stupanj razine primjene i korištenja informacijske i komunikacijske tehnologije kod dionika turističkog proizvoda Kvarnera, osmišljen je projekt **Kvarner.org - Organizacija upravljanja destinacijom Kvarner** koji će umanjiti razlike i omogućiti uključivanje svih ključnih dionika, (pre)usmjeriti investicije u unaprijeđenije znanja i vještina djelatnika te ostvariti sinergiju (inicijativa, programa, projekata i akcija) nužnu za postizanje postavljenih ciljeva te daljnjeg razvoja destinacije Kvarner.

Kvarner.org imat će sljedeće module:

1. Implementacija Intraneta sustava turističkih zajednica, PGŽ, JLS, Ministarstvo turizma, PU PG
2. Izrada središnjeg repozitorija podataka - baza znanja Kvarnera
3. Implementacija sustava za upravljanje odnosima s klijentima (CRM)
4. Extranet sustava turističkog sektora Kvarnera

Aktivnosti:

- ✓ imenovanje povjerenstva,
- ✓ definiranje projektnog zadatka i
- ✓ raspisivanje natječaja kako bi se projekt realizirao u 2014. godini.

<b>Budžet</b>	150.000,00 kn
<b>Nositelj</b>	Turistički ured TZ Kvarnera
<b>Rok izvršenja</b>	Imenovanje radne skupine: veljača/ožujak Izrada projektnog zadatka: travanj-listopad Provedba postupka nabave: listopad Odabir izvođača: studeni

## II. 2.2. Razvoj marketing brendova

Produljenje turističke sezone i poboljšanje kvalitete turističkih proizvoda zahtijevaju stalno kreiranje novih proizvoda i razvoj novih turističkih doživljaja koji imaju za cilj veće zadovoljstvo gostiju i bolje financijske učinke gospodarstvu. Kreiranjem marketing brendova Kvarner će se istaknuti na turističkoj karti ističući prije svega kvalitetu svojih selektivnih programa koji mogu dodatno motivirati goste za dolazak u destinaciju, a organizatorima putovanja omogućiti sigurnu bazu informacija za kreiranje i zajedničko plasiranje programa.

Aktivnosti na razvoju marketing brendova uključuju sljedeće:

- ✓ definiranje povjerenstva

- ✓ definiranje projekta i kriterija za dodjelu oznake kvalitete pojedinog brenda
- ✓ ocjenjivanje potencijalnih nositelja oznake kvalitete
- ✓ promocija: web stranice, tiskani materijal, PR članici, off- i online oglašavanje, studijska putovanja, prezentacije, sajmovi
- ✓ organizacija i su-organizacija posebnih manifestacija.

S razine HTZ-a:

- eventualno: komforni kamping, šarmantni hoteli Hrvatske, najbolji privatni smještaj Hrvatske

### II. 2.2.1. Kvarner Family



Sustav kvalitete „Kvarner Family” koji je osmišljen je i pokrenut s ciljem unapređenja djelatnosti pružanja usluga smještaja u domaćinstvu. Obiteljski smještaj na Kvarneru raspolaže sa 54% od ukupnog smještajnog kapaciteta Županije (oko 95.000 postelja) i ostvaruje oko 42% ukupnog turističkog prometa. To je već dovoljan razlog da se sustav turističkih zajednica Kvarnera ozbiljno uključi u projekt podizanja kvalitete smještaja koji dovodi konačno i do bolje popunjenosti kapaciteta u obiteljskom smještaju.

Oznaku kvalitete „Kvarner Family” trenutno ima 220 domaćinstava na području Kvarnera, a tijekom 2012. godine kroz edukacijske radionice prošlo je 1.000 zainteresiranih „iznajmljivača”. Svi koji su oznaku kvalitete već dobili, dužni su svake godine doći na barem jednu edukacijsku radionicu. Također, u 2012. godini je pokrenut i web katalog [www.kvarnerfamily.hr](http://www.kvarnerfamily.hr). Svako domaćinstvo koje nosi oznaku kvalitete „Kvarner Family” ima pravo na besplatan upis i posluživanje na web katalogu „Kvarner Family” uz postavljanje fotografija i veze prema vlastitim web stranicama. U narednom će se razdoblju usmjeriti aktivnosti u dva pravca – edukaciju domaćina po pitanju uređenje smještaja i internet marketingu. Ostale aktivnosti uključuju:

- road show prezentacije – TZ Kvarnera organizira road show prezentacije na koje su pozvani privatni iznajmljivači s Kvarner Family standardom na hrvatskom, slovenskom, mađarskom, talijanskom, slovačkom i poljskom te srpskom tržištu u suradnji s lokalnim turističkim zajednicama i HGK ŽK Rijeka i predstavništvima HTZ-a u inozemstvu
- sajamske prezentacije – u okviru sajamskih nastupa TZ Kvarnera promovirat će ponudu obiteljskog smještaja i posebice kapacitete s oznakom kvalitete Kvarner Family
- tiskovne konferencije
- newsletter Kvarnera
- organizacija izrade ploča s oznakom kvalitete Kvarner Family za pročelja objekata
- organizacija Dana otvorenih vrata Kvarner Family
- marketinške akcije – poticanje dodjele nagrada za vjerne goste
- oglašavanje – u okviru godišnjeg medija plana TZ Kvarnera
- izrada suvenira (give away).

<b>Budžet</b>	70.000,00 kn
<b>Nositelj</b>	Turistički ured TZ Kvarnera i povjerenstva „Kvarner Family”, TZ-članice
<b>Rok izvršenja</b>	Edukativne radionice: siječanj-ožujak Ocjenjivanja: kontinuirano Web katalog: kontinuirano Dani otvorenih vrata: prosinac

## II. 2.2.2. Kvarner Gourmet i Kvarner Food

Turistička zajednica Kvarnera, nakon uspješnog provođenja projekta „Kvarner Family“ namijenjenog brendiranju i podizanju kvalitete obiteljskog smještaja, započela je novi projekt koji ima cilj obogaćivanje ukupne turističke ponude regije, unapređivanje i promicanje turističke ponude, razvoj turizma te kreiranje, novog, prepoznatljivog gastro proizvoda, a to je „Kvarner Gourmet i Kvarner Food“.



### Ciljevi:

- pojačana promocija i povećanje prometa ugostiteljskih objekata s oznakom kvalitete „Kvarner Gourmet“ i „Kvarner Food“ te kušaonica autohtonih proizvoda
- stvaranje prepoznatljive kvarnerske kuhinje,
- podizanje kvalitete eno i gastro ponude i podizanja kvalitete usluge,
- povećanje plasmana autohtonih proizvoda i namirnica kvarnerskog područja,
- edukacija i osposobljavanje kvalitetnih kadrova u ugostiteljstvu.

Projekt „Kvarner Gourmet i Kvarner Food“ dobio je potporu Ministarstva turizma RH i usvojen je na Turističkom vijeću TZ Kvarnera. Javni poziv ugostiteljskim objektima je objavljen dana 26. srpnja 2012. godine u dnevniku „Novi list“ i na [www.kvarner.hr](http://www.kvarner.hr) te su pristigle prijave 54 ugostiteljska objekta. Planirano je da će katalog „Kvarner Gourmet i Kvarner Food“ za 2013. godinu biti predstavljen u studenom/prosinu 2012. godine.

Tijekom 2013. godine planirane su aktivnosti:

- izrada mobilnog weba
- zajedničke promo aktivnosti na najbližim emitivnim tržištima
- Promocija proizvođača autohtonih proizvoda Kvarnera
  - vinska cesta, cesta sira, medena cesta, cesta plodova gorja, cesta maslinovog ulja,...
- ocjenjivanje i dodjela oznake kvalitete „Kvarner Gourmet“ i „Kvarner Food“ te kušaonica autohtonih proizvoda za 2014. godinu
- izrada i tisak kataloga „Kvarner Gourmet“ i „Kvarner Food“ te kušaonica autohtonih proizvoda
- susret ugostitelja i proizvođača

<b>Budžet</b>	150.000,00 kn
<b>Nositelj</b>	Turistički ured TZ Kvarnera, povjerenstvo „Kvarner Gastronomy“
<b>Rok izvršenja</b>	Izrada mobilnog weba: prosinac 2012/siječanj 2013. Zajedničke promo aktivnosti na najbližim emitivnim tržištima: siječanj-lipanj; rujan-prosinac Ocjenjivanje i dodjela oznake kvalitete „Kvarner Gourmet“ i „Kvarner Food“ za 2014. godinu: objava kolovoz; Ocjenjivanje kolovoz-listopad Izrada kataloga: listopad-prosinac

## II. 2.2.3. Novi marketing brendovi

Tijekom 2013. godine slijedi definiranje projektnog zadatka i razrada kriterija u skladu s raspoloživim resursima za sljedeće nove, prioritarno rangirane marketing brendove Kvarnera:

- **Kvarner Health and Wellbeing**
- **Kvarner Outdoor**
- **Kvarner Beaches**
- **Kvarner Culture.**

<b>Budžet</b>	200.000,00 kn
<b>Nositelj</b>	Turistički ured TZ Kvarnera
<b>Rok izvršenja</b>	Imenovanje povjerenstava: siječanj-travanj Izrada koncepta i kriterija: travanj-rujan Izrada akcijskog plana: svibanj-prosinac

### II. 2.3. Cruising

TZ Kvarnera i u 2013. godini nastavlja s aktivnostima na promoviranju regije Kvarner kao cruising destinacije. S obzirom da je TZ Kvarnera pridruženi član udruženja Medcruise, nastavlja se sa sudjelovanjima na Generalnim skupštinama udruženja i workshopovima s brodarima koji se organiziraju u sklopu Skupštine. Također, TZ Kvarnera po preporuci i u suradnji s Lučkom upravom Rijeka odrađuje aktivnosti koje doprinose prepoznatljivosti Kvarnera kao zanimljive izletničke destinacije za manje i srednje brodove koji se mogu sidriti u kvarnerskom akvatoriju.

<b>Budžet</b>	30.000,00 kn
<b>Nositelj</b>	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s Lučkom upravom Rijeka
<b>Rok izvršenja</b>	Kontinuirano

### II. 3. POTPORA RAZVOJU DMC

U suradnji s HTZ-om i TZ-članicama:

- ✓ identificirati i evaluirati poslovne mogućnosti
- ✓ razviti poslovni model
- ✓ razviti marketing plan DMC
- ✓ oblikovati javni natječaj za selekciju DMC
- ✓ odabrati kandidate

<b>Budžet</b>	20.000,00 kn
<b>Nositelj</b>	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s TZ-članicama
<b>Rok izvršenja</b>	Kontinuirano

## III. KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI

### III. 1. ON LINE KOMUNIKACIJE

#### III. 1.1. Internet oglašavanje

Internet oglašavanje TZ Kvarnera provodi kroz dva kanala, a to su društvene mreže (Facebook Visit Kvarner i novo Twitter) i prikaz na portalima. Povećana prisutnost na društvenim mrežama idealna je za poruke o pred i posezoni. Media plan se kandidira Hrvatskoj turističkoj zajednici na Javni poziv HTZ-a za oglašavanje u promotivnim kampanjama i/ili promotivno/prodajnim kanalima organizatora putovanja i zračnih prijevoznika.

Oglašavanje TZ Kvarnera provodi se najvećim dijelom na Internetu (turistički portali, tražilice...), u razdoblju pred i posezone na najvažnijim tržištima u suradnji sa specijaliziranim marketinškim agencijama.

<b>Budžet</b>	180.000,00 kn
<b>Nositelj</b>	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s PR agencijom
<b>Rok izvršenja</b>	Kontinuirano / oglašavanje pred i posezona

#### III. 1.2. SEO i SEM strategija

Preduvjet za uspješno i učinkovito Internet oglašavanje je izrada SEO i SEM strategije. SEO uključuje optimizaciju broja impresija prema:

- optimiziranju ključnih riječi pretraživanja
- fokus na tržišta
- unapređenje URL i strukture Internet stranice.

Potrebno je kontinuirano praćenje performansi Internet stranice (SEO) i prometa generiranog od search (SEM) aktivnosti, kao i usporedba dolazaka prije i nakon kampanja ili drugih marketing aktivnosti.

<b>Budžet</b>	130.000,00 kn
<b>Nositelj</b>	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s marketinškom i IT agencijom
<b>Rok izvršenja</b>	Pred i posezona

#### III. 1.3. Upravljanje Internet stranicom

Nova Internet stranica je objavljena u 2012. godini te slijedi njeno:

- ✓ unapređenje sadržaja i povećanje orijentacije na marketinške ciljeve
- ✓ periodična nadogradnja i osvježivanje sadržaja
- ✓ nadogradnja Internet stranice za bolje praćenje korisnika i brže pretraživanje sadržaja
- ✓ optimizacija za mobilne uređaje
- ✓ unapređenje multimedijalnih materijala
- ✓ analiza i optimizacija
- ✓ održavanje (usluge najma web poslužitelja, redovno održavanje, nadogradnja programskog koda, licence/dozvole i sl.)

<b>Budžet</b>	80.000,00 kn
<b>Nositelj</b>	Turistički ured TZ Kvarnera
<b>Rok izvršenja</b>	Kontinuirano

### **III. 2. OFFLINE KOMUNIKACIJE**

#### **III. 2.1. Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora**

Osnovne odrednice su HTZ-ovog modela oglašavanja s javnim i privatnim sektorom u 2013:

- smanjenje i pojednostavljenje broja modela
- sprječavanje kandidiranja istih programa po više modela
- uvažavanje specifičnosti programa sa zračnim prijevozom u trajanju 24 rotacije
- uvažavanje specifičnih interesa/ponude pojedinih županija
- uvažavanje realnog položaja nerazvijenih/kontinentalnih županija.
- povećanje dolazaka u pred i posezoni
- razvoj turizma na kontinentu
- osiguranje većeg udjela sredstava privatnog sektora
- smanjenje administrativnog posla za Hrvatsku turističku zajednicu.



## MODEL OGLAŠAVANJA HTZ-a S JAVNIM I PRIVATNIM SEKTOROM U 2013.

- <http://business.croatia.hr/hr-HR/Hrvatska-turisticka-zajednica/Oglasavanja-HTZ-a-2013>
- javni poziv HTZ-a objavljen 17.10.2012. godine

	NAZIV I SADRŽAJ MODELA
I.	<p align="center"><b>MODEL I. – Promocija smještajne ponude destinacije</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Oglašavanje HTZ-a sa sustavom turističkih zajednica u promotivnim kampanjama nositelja smještajne ponude (hotelske tvrtke, kampovi, privatni smještaj i drugi smještajni objekti) s iznosom do 50% ukupnih sredstava usuglašenog medija plana.</b></li> <li>• <b>Nositelji promotivne kampanje su turističke zajednice županija i Grad Zagreb, a iznimno za turistički nerazvijena područja i TZ gradova/općina.</b></li> </ul> <p><b>Kandidatura za pojedinog gospodarskog subjekta je moguća samo po jednoj varijanti.</b> <b>Sudjelovanje u sredstvima za oglašavanje:</b></p> <p><b>Varijanta 1.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>25% HTZ,</b></li> <li>- 25% sustav turističkih zajednica</li> <li>- 50% nositelj ponude/proizvoda</li> </ul> <p><b>Varijanta 2. (u slučaju kad sustav TZ ne može sudjelovati)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>25% HTZ,</b></li> <li>- 75% sustav TZ i/ili nositelj smještajne ponude</li> </ul> <p><b>Varijanta 3.(KONTINENT/NERAZVIJENI)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>50% HTZ,</b></li> <li>- 50% sustav turističkih zajednica i/ili nositelj ponude</li> </ul>
II.	<p align="center"><b>MODEL II. – Opća promocija destinacije</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Oglašavanje Hrvatske turističke zajednice u promotivnim kampanjama</b> koje provodi sustav turističkih zajednica do 50% sredstava usuglašenog medija plana.</li> <li>• <b>Nositelji promotivne kampanje su strukovne udruge u turizmu, turističke zajednice županija, a iznimno za turistički nerazvijena područja i TZ gradova/općina.</b></li> </ul> <p><b>Kandidatura za nositelja promotivne kampanje moguća je samo po jednoj varijanti. Sudjelovanje u sredstvima za oglašavanje:</b></p> <p><b>Varijanta 1.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>50% HTZ</b></li> <li>- 50% sustav turističkih zajednica, samostalno ili u suradnji sa zainteresiranim gospodarskim i drugim subjektima</li> </ul> <p><b>Varijanta 2. (KONTINENT/NERAZVIJENI)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>75% HTZ,</b></li> <li>- 25% sustav turističkih zajednica i/ili nositelj ponude</li> </ul>
III.	<p align="center"><b>MODEL III. - Promocija programa s organiziranim prijevozom u predsezoni i posezoni</b></p> <p><b>Oglašavanje HTZ-a u promotivnim kampanjama TO i TA</b> koji imaju programe s organiziranim zračnim, autobusnim ili željezničkim prijevozom s polascima u pred i posezoni, Pravo na oglašavanje imaju TO i TA s <b>programima 7 dnevnih boravaka</b></p> <p><b>Varijanta 1.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• s organiziranim zračnim prijevozom od <b>najmanje 10 rotacija u kontinuitetu u predsezoni i/ili 7 rotacija</b> u kontinuitetu u posezoni na jednoj zračnoj luci, kao i programi organizatora putovanja u autobusnom i željezničkom prijevozu od najmanje <b>7 rotacija u kontinuitetu u predsezoni i/ili 5 rotacija u kontinuitetu u posezoni</b></li> </ul> <p><b>Varijanta 2.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• s organiziranim zračnim prijevozom od najmanje <b>24 rotacije u kontinuitetu na jednoj zračnoj luci,</b></li> </ul> <p align="center"><b>VISINA SREDSTAVA ZA TO/TA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Do 35% medija plana za autobusni prijevoz</b></li> <li>• <b>Do 50% medija plana za zračni prijevoz po varijanti 1.</b></li> <li>• <b>Do 60% medija plana za zračni prijevoz- 24 rotacije</b></li> <li>• <b>Do 60% medija plana za zračni prijevoz s dalekih tržišta</b></li> </ul>
IV.	<p><b>MODEL IV. - Oglašavanje organiziranih programa destinacijske ponude</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Oglašavanje s pojedinim županijama za programe sukladno ponudi destinacije i interesu subjekata javnog i privatnog i to za:</b></li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Oglašavanje programa destinacijske ponude</li> <li>- Oglašavanje programa zračnog, trajektnog, željezničkog i autobusnog prijevoza</li> <li>- Oglašavanje organiziranih programa TO / TA</li> <li>-</li> </ul> <p><b>Sudjelovanje u sredstvima za oglašavanje:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>50% HTZ</b></li> <li>• <b>50% sustav turističkih zajednica i nositelji turističke ponude/proizvoda</b></li> </ul> <p>Sredstva za pojedine županije će se odobravati sukladno udjelu u realiziranim noćenjima po županijama u godini u koja prethodi godini u kojoj se raspisuje javni poziv</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Županije</th> <th colspan="2">Ostvareni broj noćenja u pred i posezoni (podaci HTZ-a)</th> </tr> <tr> <th>2011.</th> <th>Udjel u %</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td><b>Ukupno Hrvatska</b></td> <td>23.867.692</td> <td>100,0</td> </tr> <tr> <td>Primorsko-goranska</td> <td>4.289.765</td> <td>18,0</td> </tr> <tr> <td>Ličko-senjska</td> <td>505.973</td> <td>2,1</td> </tr> <tr> <td>Zadarska</td> <td>2.198.855</td> <td>9,2</td> </tr> <tr> <td>Šibensko- kninska</td> <td>1.509.110</td> <td>6,3</td> </tr> <tr> <td>Splitsko-dalmatinska</td> <td>3.888.164</td> <td>16,3</td> </tr> <tr> <td>Istarska</td> <td>7.903.369</td> <td>33,1</td> </tr> <tr> <td>Dubrovačko-neretvanska</td> <td>2.358.019</td> <td>9,9</td> </tr> <tr> <td>Grad Zagreb</td> <td>902.177</td> <td>3,8</td> </tr> <tr> <td>Kontinent (bez grada Zagreba)</td> <td>312.260</td> <td>1,3</td> </tr> </tbody> </table>	Županije	Ostvareni broj noćenja u pred i posezoni (podaci HTZ-a)		2011.	Udjel u %	<b>Ukupno Hrvatska</b>	23.867.692	100,0	Primorsko-goranska	4.289.765	18,0	Ličko-senjska	505.973	2,1	Zadarska	2.198.855	9,2	Šibensko- kninska	1.509.110	6,3	Splitsko-dalmatinska	3.888.164	16,3	Istarska	7.903.369	33,1	Dubrovačko-neretvanska	2.358.019	9,9	Grad Zagreb	902.177	3,8	Kontinent (bez grada Zagreba)	312.260	1,3
Županije	Ostvareni broj noćenja u pred i posezoni (podaci HTZ-a)																																			
	2011.	Udjel u %																																		
<b>Ukupno Hrvatska</b>	23.867.692	100,0																																		
Primorsko-goranska	4.289.765	18,0																																		
Ličko-senjska	505.973	2,1																																		
Zadarska	2.198.855	9,2																																		
Šibensko- kninska	1.509.110	6,3																																		
Splitsko-dalmatinska	3.888.164	16,3																																		
Istarska	7.903.369	33,1																																		
Dubrovačko-neretvanska	2.358.019	9,9																																		
Grad Zagreb	902.177	3,8																																		
Kontinent (bez grada Zagreba)	312.260	1,3																																		
V.	<p><b>MODEL V. - Oglašavanje organiziranih zimskih programa</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Oglašavanje HTZ-a sa sustavom TZ u promotivnim kampanjama ili prodajnim kanalima zračnih ili autobusnih prijevoznika i/ili TO, i to od 1.11.2012. do 31.3.2013. i 1.11.2013. do 31.3.2014. po načelu             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 50% HTZ</li> <li>- 50% sustav TZ i nositelji ponude</li> </ul> </li> <li>• Program posebno postavljenih sezonskih zračnih linija ili organiziranog charter zračnog prijevoza od najmanje 10 rotacija u kontinuitetu na istu dolaznu ZL s najmanje 4 noćenja</li> <li>• Program s autobusnim prijevozom s najmanje 10 rotacija u kontinuitetu na jednu destinaciju s</li> <li>• Programi s autobusnim prijevozom uz uvjet dolazaka najmanje 10 grupa s autobusnim prijevozom u razdoblju od najmanje 7 tjedana u različitim terminima s najmanje 3 noćenja</li> </ul>																																			
VI.	<p><b>MODEL VI. - Oglašavanje organiziranih turističkih dolazaka - autobusnih tura za Hrvatsku</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nositelj oglašavanja je organizator putovanja</li> <li>• Oglašavanje HTZ-a u promotivnim ili prodajnim kanalima TO i TA</li> </ul> <p>Varijante:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Organizator putovanja s programima organiziranog autobusnog prijevoza za najmanje 7 tura s najmanje 7 noćenja po gostu u predsezoni, odnosno najmanje 5 tura s najmanje 7 noćenja po gostu</li> <li>• Organizatori putovanja s programima organiziranog autobusnog ili željezničkog prijevoza za najmanje 10 tura s najmanje 4 noćenja po gostu u predsezoni, odnosno najmanje 7 tura s 4 noćenja po gostu u posezoni</li> <li>• HTZ daje 100% sredstava</li> </ul> <p><b>Program tura/putnika organizator putovanje ne može kandidirati niti po jednom drugom modelu</b></p>																																			
VII.	<p><b>MODEL VII Oglašavanje turističkih putovanja s posebno organiziranim autobusnim ili željezničkim prijevozom na kontinentu</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nositelj oglašavanja je domaća turistička agencija s programima turističkih putovanja na kontinentu koja uključuju organizirani autobusni ili željeznički prijevoz i najmanje jedno noćenje na području kontinenta (osim na području Grada Zagreba)</li> </ul> <p><b>Za sva putovanja na kontinentu s organiziranim autobusnim prijevozom i najmanje jednim noćenjem</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 50 kuna po putniku za program s organiziranim prijevozom i jednim noćenjem,</li> <li>✓ 100 kuna po putniku za program s organiziranim prijevozom i 2 noćenja</li> <li>✓ 200 kuna po putniku za program s organiziranim prijevozom i 3 i više noćenja.</li> </ul> <p><b>Program putovanja/putnike organizator putovanje ne može kandidirati niti po jednom drugom modelu</b></p>																																			

<b>Budžet</b>	1.640.000,00 kn
<b>Nositelj</b>	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s HTZ-om i javnim i privatnim sektorom
<b>Rok izvršenja</b>	Pred i posezona

### III. 2.2. Opće oglašavanje

Aktivnosti oglašavanja obuhvaćaju ciljana oglašavanja - dodatna oglašavanja u specijaliziranim izdanjima ili marketinškim akcijama s ciljem isticanja određenih motiva dolazaka gostiju. Pri tom se koriste odabrane i stručne marketinške kuće. Moguće je uključivanje TZ Kvarnera u media planove predstavništava HTZ-a u inozemstvu. Media plan se kandidira Hrvatskoj turističkoj zajednici na Javni poziv HTZ-a.

<b>Budžet</b>	60.000,00 kn
<b>Nositelj</b>	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s HTZ-om, PR agencijama
<b>Rok izvršenja</b>	Pred i posezona

### III. 2.3. Odnosi s javnošću i newsletter

Nastavno na pozitivna iskustva iz prethodne godine kada je TZ Kvarnera u suradnji s PR agencijama za njemačkog govorno područje i britansko tržište uspjela animirati veći broj novinara, zajednički je stav TZ Kvarnera, turističkih zajednica-članica i gospodarstva da se započeta suradnja nastavi i u 2013. godini PR kompanijama na **njemačkom i talijanskom govornom području, britanskom i irskom te slovenskom tržištu.**

PR aktivnosti s inozemnim partnerima uključuju:

- ✓ medijsko zastupanje – off i on line mediji
- ✓ godišnji clipping
- ✓ sudjelovanje na press konferencijama
- ✓ grupno i individualna press putovanja
- ✓ godišnji newsletter
- ✓ popunjavanje arhive tekstova i slika
- ✓ organizacija nagradnih igara.

<b>Budžet</b>	787.000,00 kn
<b>Nositelj</b>	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s PR agencijama
<b>Rok izvršenja</b>	Pred i posezona

### III. 2.4. Brošure i info materijali

#### III. 2.4.1. Image info brošura Kvarnera

- najosnovnije informacije o turističkoj destinaciji i njenim turističkim proizvodima te godišnji pregled najznačajnijih manifestacija i priredaba na Kvarneru tijekom 2013. godine. Višegodišnje stečeno iskustvo i konstantna suradnja s turističkim zajednicama članicama na ovome proizvodu rezultiralo je izvrsnim kalendarom priredaba za godinu dana unaprijed.

<b>Budžet</b>	220.000,00 kn
<b>Nositelj</b>	Turistički ured TZ Kvarnera
<b>Rok izvršenja</b>	Imenovanje uredništva: prosinac 2012. Tisak: ožujak

#### III. 2.4.2. Outdoor brošura

- tisak nove brošure koja će predstaviti najznačajnije mogućnosti aktivnog boravka gostiju koji borave na Kvarneru.

<b>Budžet</b>	30.000,00 kn
<b>Nositelj</b>	Turistički ured TZ Kvarnera
<b>Rok izvršenja</b>	svibanj

### III. 2.4.3. Kvarner Gourmet i Kvarner Food 2014.

- izrada i dotisak kataloga temeljem rezultata akcije ocjenjivanja u 2013. godini.

<b>Budžet</b>	40.000,00 kn
<b>Nositelj</b>	Turistički ured TZ Kvarnera
<b>Rok izvršenja</b>	prosinac

### III. 2.4.4. Promo DVD

- film Kvarnera, digitalizirane tematske brošure.

<b>Budžet</b>	40.000,00 kn
<b>Nositelj</b>	Turistički ured TZ Kvarnera
<b>Rok izvršenja</b>	veljača

### III. 2.4.5. Dotisak info i promo materijala

- dotisak info i promo materijala TZ Kvarnera u skladu sa stvarnim potrebama.

<b>Budžet</b>	80.000,00 kn
<b>Nositelj</b>	Turistički ured TZ Kvarnera
<b>Rok izvršenja</b>	lipanj

### III. 2.4.6. Suveniri i ostali promo materijal

- roll up poster, vrećice, privjesci za putne torbe, memorijski stikovi i ostali materijal.

<b>Budžet</b>	85.000,00 kn
<b>Nositelj</b>	Turistički ured TZ Kvarnera
<b>Rok izvršenja</b>	kontinuirano; prema potrebi

### III. 2.5. Servis dobrodošlice

Servis dobrodošlice je u suradnji s HTZ-om uspostavljen na svim važnim graničnim prijelazima Rupa, Pasjak i Brod na Kupu u razdoblju od srpnja do rujna. Prema frekvenciji prometa na graničnim prijelazima prilagođava se radno vrijeme servisa i broj informatora te ostale ad hoc akcije dobrošlice.

<b>Budžet</b>	75.000,00 kn
<b>Nositelj</b>	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s HTZ-om
<b>Rok izvršenja</b>	srpanj-rujan

### III. 2.6. Mreža županijskih info punktova „Kvarner Info“

Suradnja s ostalim županijskim info punktovima od kojih se očekuje snažnije umrežavanje:

- **Info punkt «Kvarner Info - Zračna Luka Rijeka» na otoku Krku** – u sklopu akcijskog plana „Kvarner – aviodestinacija“ započeo s djelovanjem u 2007. godini u organizaciji nositelja TZ otoka Krka

<b>Budžet</b>	100.000,00 kn
<b>Nositelj</b>	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s TZ otoka Krka i ostalim TZ-članicama
<b>Rok izvršenja</b>	Kontinuirano

- **Info punkt Gorskog kotara u Delnicama** – početak djelovanja u 2008. godini suradnji s Gradom Delnice i TZG Delnica
- **«Kvarner Info - Jug» u Novom Vinodolskom** - početak djelovanja u 2006. godini u organizaciji nositelja TZG Novi Vinodolski

### **III. 2.6.1. Pilot projekt razvijanja programa sustava informacijskih centara TZ**

- u okviru projekta kvarner.org (II. 2.1.)

### **III. 2.7. Turistička signalizacija**

- postavljanje turističke signalizacije na ulazu u Županiju u suradnji s PGŽ.

<b>Budžet</b>	20.000,00 kn
<b>Nositelj</b>	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s PGŽ
<b>Rok izvršenja</b>	kontinuirano

## IV. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI

### IV. 1. NASTUPI NA TURISTIČKIM SAJMOVIMA

TZ Kvarnera nastavlja izlaganja na odabranim turističkim sajmovima na domaćem i inozemnim tržištima, u skladu s utvrđenim odabirom tržišta za opću promociju i prema specifičnostima potrebe promocije pojedinog segmenta turističke ponude.

#### IV. 1.1. U suradnji s HTZ-om na općim i specijaliziranim sajmovima

- maksimalno se naglašava prisutnost Kvarnera (osoblje i promidžbeni materijal), pri čemu HTZ snosi troškove zakupa i uređenja prostora, angažmana osoblja, dostave materijala i sve pripadajuće troškove, a TZ Kvarnera trošak eventualno dodatno angažiranog osoblja na **ukupno 30 sajмова**:

#### Popis sajmovi HTZ-a u 2013. godini

RB	GRAD / TOWN	SAJAM / FAIR	DATUM	m2
<b>SIJEČAN/JANUARY</b>				
1	Utrecht	Vakantiebeurs	8.-13.01.	106,8
2	Beč	Ferienmesse	10.-13.01.	54,4
3	Stuttgart	CMT	12.-20.1.	104,8
4	Helsinki - FIN	MATKA	17.-20.01.	38,4
5	Leeuwarden	CARAVANA	17.-22.01.	40
6	Düsseldorf	BOOT	19.-27.01.	55,9
7	Bratislava	Slovakiatour	24.-27.1.	54,4
8	Ljubljana	Alpe-Adria	24.-27.1.	44,8
9	Madrid	FITUR	30.01.-3.02.	54,4
10	Zürich	FESPO	31.01.-03.02	44,8
11	Bruxelles	Vacances	31.01.-04.02	48
<b>VELJAČA/FEBRUARY</b>				
12	Tel Aviv	IMTM	05.-06.02.	20
13	Hamburg	Reisen	06.-10.02.	33,6
14	Prag	Holiday World	7.-10.02.	54,4
15	Milano	BIT	14.-17.02.	54,4
16	München	f.re.e	20.-24.02.	89,3
17	Beograd	IFT	<b>21.-24.02.</b>	40,6
18	Herning	Ferie for alle	22.-24.02.	35,2
19	Essen	Reise & Camping	27.02.-3.3.	69,6
20	Nürnberg	Freizeit	27.2.-3.3.	48
21	Budapest	UTAZAS	28.2.-3.3.	54,4
22	Tulln	BOOT	28.02.-3.3.	
<b>OŽUJAK/MARCH</b>				
23	Berlin	ITB	6.-10.03.	110,8
24	Moskva	MITT	20.-23.03.	44,8
25	Paris	MAP	21.-24.03.	33,6
26	Göteborg	TUR	21.-24.03.	44,8
27	Kijev	UITT	27.-29.03.	33,6
<b>LISTOPAD/OCTOBER</b>				
28	Poznan	Tour Salon	16.-19.10.	
<b>STUDENI/NOVEMBER</b>				
29	London	WTM	4.-7.11.	97,1
30	Leipzig	TC	20.-24.11.	32,1

Izvor: Glavni ured HTZ-a

#### IV. 1.2. Samostalni zakup štanda uz pojačan regionalni nastup na općim i specijaliziranim sajmovima:

Red. br.	Grad	Sajam	Datum
1	<b>Bern (CH)</b>	Ferienmesse	10.-13.1.
2	<b>Amsterdam (NL)</b>	Fiets en Wandelbeurs	09-10.2.
3	<b>Gdansk (PL)</b>	GTT	12.-14.4.
4	<b>Friedrichshafen (D)</b>	Eurobike	kolovoz

<b>Budžet</b>	140.000,00 kn
<b>Nositelj</b>	Turistički ured TZ Kvarnera
<b>Rok izvršenja</b>	siječanj-kolovoz

#### IV. 1.3. Sajamski nastupi u organizaciji TZ-članica i uz potporu TZ Kvarnera:

Turistička zajednica Kvarnera u 2013. godini sufinancira odabrane samostalne sajamske nastupe turističkih zajednica-članica:

- Nositelj programa (TZČ) zakupljuje, uređuje i plaća izložbeni prostor, te snosi u cjelini troškove programa i osoblja.
- TZ Kvarnera sufinancira zakup i uređenje prostora.
- U slučaju kada uz nositelja nastupa (TZČ) sudjeluje još jedna TZČ, kandidaturu i kasnije račun ispostavlja samo nositelj nastupa.
- Nositelj nastupa obavezan je kod uređenja štanda na vidno mjesto postaviti znak TZ Kvarnera te dijeliti opće propagandne materijale TZ Kvarnera.
- TZ Kvarnera će po primitku svih pristiglih kandidatura definirati koje kandidature će odobriti, te koji će to točno biti sajamski nastupi.
- TZ Kvarnera sufinancira 25% troškova zakupa i uređenja standardnog modula (najviše do 12 m<sup>2</sup>).

#### **NJEMAČKA**

- o TZG Raba: Friedrichshafen, Urlaub, 20.-24.3.
- o TZG Raba: Hannover, Reisezeit, 1.-3.2.
- o TZ s područja Crikveničko-vinodolske rivijere: Hannover, Reisezeit, 1.-3.2.
- o TZ s područja Crikveničko-vinodolske rivijere: München, ISPO, 3.-6.2.
- o TZG Malog Lošinj: Köln, RDA, srpanj
- o TZ otoka Krka: Köln, RDA, srpanj

#### **ITALIJA**

- o TZG Malog Lošinj: Bolzano, Tempolibero, 28.4.-1.5.
- o TZG Malog Lošinja: Modena / Children's Tour 15.3.-17.3.
- o TZG Raba: Vicenza, Gittando, 21.-24.3.
- o TZ otoka Krka: Padova, La Fiera Campionaria, 11.-19.05.

#### **AUSTRIJA**

- o TZG Raba: Linz, Ferienmesse, 25.-27.1.
- o TZ s područja Crikveničko-vinodolske rivijere: Beč, Senior Aktuell, 14.-17.2.
- o TZ otoka Krka, Wels, Bluhendes Österreich-Messe für Garten, Urlaub & Caravan, 22.-24.3.

## ŠVICARSKA

- TZG Raba: Basel, Ferienmesse, 22.-24.3.

<b>Budžet</b>	40.000,00 kn
<b>Nositelj</b>	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s TZ-članicama
<b>Rok izvršenja</b>	kontinuirano

### IV. 1.4. Sajamski nastupi u organizaciji ostalih subjekata

- **u suradnji s Hrvatskim kongresnim uredom HTZ-a** – na kongresnim sajmovima i workshopovima hrvatske kongresne i incentive ponude
  - **IMEX**, Frankfurt, 21.-23.5.
  - **IMEX America**, Las Vegas, 15.-17..10.
  - **EIBTM**, Barcelona, 26.-28.11te TZ Kvarnera u suradnji s TZG Opatije i TZG Rijeke na dodatnom prostoru:
  - **IMEX** u Frankfurtu
  - **Conventa** u Ljubljani
- **u suradnji sa Skål International Kvarner** – na 74. Međunarodnom svjetskom kongresu udruženja Skål koji se u rujnu/listopadu održava u S.A.D.-u
- **u suradnji s PGŽ**
- **u suradnji s Zračnom lukom „Rijeka“**
- **u suradnji s Medcruise udruženjem i Lučkom upravom Rijeka** – na sajmu Cruise Shipping Miami, ožujak u Miami Beachu
- **u suradnji s KUH-om**
- **u suradnji s drugim županijskim turističkim zajednicama**
- **u suradnji s nositeljima kulturne ponude**
- **u suradnji s HGK – ŽK RI i Obrtničkom komorom**

<b>Budžet</b>	80.000,00 kn
<b>Nositelj</b>	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s ostalim subjektima
<b>Rok izvršenja</b>	kontinuirano

### IV. 2. STUDIJSKA PUTOVANJA NOVINARA

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

Odabir i prihvata studijskih grupa je kroz nekoliko kanala:

- ✓ **u suradnji s HTZ-om**
- ✓ **u suradnji s Predstavništvima HTZ-a**
- ✓ **na poziv TZ Kvarnera u suradnji s PR agencijama.**

<b>Budžet</b>	300.000,00 kn
<b>Nositelj</b>	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s HTZ-om, predstavništvima HTZ-a u inozemstvu, TZ članicama, PR agencijom i gospodarstvom
<b>Rok izvršenja</b>	kontinuirano

### IV. 3. STUDIJSKA PUTOVANJA AGENATA I „BUY CROATIA“ RADIONICE

HTZ u 2013. godini nastavlja s organizacijom workshopova „Buy Croatia“ koje prate inspekcijska putovanja. TZ Kvarnera je u 2013. godini domaćin posebne radionice za poljsko i francusko tržište.

Također, TZ Kvarnera nastavlja aktivnosti na organizaciji studijskih putovanja za agente i to:

- u suradnji s HTZ-om
- u suradnji s Predstavništvima HTZ-a
- na prijedlog gospodarstva.

<b>Budžet</b>	180.000,00 kn
<b>Nositelj</b>	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s HTZ-om, predstavništvima HTZ-a u inozemstvu, TZ članicama, PR agencijama i gospodarstvom
<b>Rok izvršenja</b>	kontinuirano

### IV. 4. PREZENTACIJE

#### Sadržaji prezentacija:

- posebne prezentacije se intenzivno koriste u lansiranju novog branda Kvarnera
- naglasak je na udruženim aktivnostima s direktnim nositeljima turističke ponude i/ili lokanim turističkim zajednicama
- naglasak na marketing brendovima i odabranim turističkim proizvodima namijenjenim pojedinim tržišnim segmentima

#### IV. 3.1. Prezentacija u organizaciji TZ Kvarnera i u suradnji s predstavništvima HTZ-a u inozemstvu

##### **NJEMAČKA**

- o sudjelovanje na press konferenciji ITB Berlin u suradnji s PR agencijom u suradnji s TZ-članicama; predstavljanje projekta Kvarner Gourmet

##### **SLOVENIJA**

- o u suradnji s City Magazinom prezentacija Kvarner Gourmet i Kvarner Food uz nazočnost medija, touroperatora i diplomatskog zbora

##### **NIZOZEMSKA**

- o Cooking show (Kvarner Gourmet) u Predstavništvu HTZ-a u Amsterdamu uz prezentaciju biciklizma i outdoorsa za novinare i agente partnere; ožujak

##### **ITALIJA**

- o prezentacija brenda Kvarner Gourmet u Milanu; svibanj

##### **ŠVICARSKA**

- o prezentacija za prodajne predstavnike touroperatora Unique Travel, Zürich, veljača

##### **SKANDINAVIJA**

- o Herninig (DK), prezentacija turističke ponude s naglaskom na kamping ponudu u okviru sajma Ferie for alle (22.-24.2.)



---

## BELGIJA

- o u povodu pristupanja Hrvatske u EU; Kvarner Gourmet

---

## S.A.D.

- o u suradnji sa SPATA (Udruženje poljsko-američkih agencija) u New Yorku

---

## RUSIJA

- o uključenje TZ Kvarnera u prezentacije drugih zainteresiranih nositelja

<b>Budžet</b>	285.000,00 kn
<b>Nositelj</b>	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s predstavništvima HTZ-a i drugim nositeljima
<b>Rok izvršenja</b>	kontinuirano

### IV. 4.1. Prezentacije u organizaciji TZ-članica i uz potporu TZ Kvarnera

Turistička zajednica Kvarnera u 2013. godini sufinancira organizaciju posebnih prezentacija turističkih zajednica-članica.

- ✓ TZ Kvarnera određuje iznos sufinanciranja troškova.
- ✓ Nositelj nastupa obavezan je na vidno mjesto postaviti znak TZ Kvarnera (roll up) te dijeliti opće propagandne materijale TZ Kvarnera.

---

## HRVATSKA

- TZ Riječkog prstena: Prezentacija tradicije karnevala riječkog prstena; 12.01. Zagreb
- TZ Riječkog prstena: Prezentacija ljetnih događanja riječkog prstena; svibanj Zagreb
- TZG Raba: Dani Raba u Zagrebu

---

## SLOVENIJA

- u suradnji s Predstavništvom HTZ-a u Ljubljani i
  - o TZO Baška: prezentacija uz press konferenciju, ožujak
  - o TZG Raba: Dani Raba u Ljubljani

---

## ITALIJA

- o TZ otoka Krka: Verona, travanj-svibanj

---

## AUSTRIJA

- o TZ s područja Crikveničko-vinodolske rivijere: Beč

---

## SRBIJA

- o TZ otoka Krka: Beograd, veljača

---

## SKANDINAVIJA

- o TZ otoka Krka: Göteborg, ožujak

---

## POLJSKA

- o TZG Opatije: Kolobrzeg, kolovoz

<b>Budžet</b>	40.000,00 kn
<b>Nositelj</b>	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s TZ članicama
<b>Rok izvršenja</b>	kontinuirano

#### IV. 4.2. Ostale prezentacije

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

<b>Budžet</b>	55.000,00 kn
<b>Nositelj</b>	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s raznim institucijama
<b>Rok izvršenja</b>	kontinuirano

#### IV. 4.3. Roadshow prezentacije

U razdoblju ožujak – lipanj i rujan – listopad TZ Kvarnera umrežava i koordinira aktivnosti organizacije roadshow prezentacija namijenjenih prvenstveno promidžbi ponude privatnog smještaja, posebice kvalitete Kvarner Family, Kvarner Gourmet i Kvarner Food, kampinga i hotelskog smještaja, gastro ponude i ostalih selektivnih oblika turizma, ali i novog brenda Kvarnera u suradnji s turističkim zajednicama-članicama i gospodarskim subjektima (hotelijerima i kampovima) na domaćem te odabranim tržištima. Roadshow prezentacije održavaju se u sklopu većih manifestacija koje privlače veći broj posjetitelja, kao i u trgovačkim centrima i / ili na trgovima i u respektabilnim prostorima, uz dekorativni štand s obilježjima TZ Kvarnera i HTZ-a, obiljem promidžbenog materijala te malom gastronomskom ponudom, glazbenim programom, a ponegdje seriji roadshow prezentacija prethodi press konferencija. Također, roadshow će ponegdje uključivati edukacijske prezentacije u suradnji s partnerima – touroperatorima.

#### HRVATSKA

- o travanj – „Dan Gorskog kotara u metropoli“
- o u suradnji s HGK ŽK Rijeka promocija turističke ponude Gorskog kotara
- o u suradnji sa Ski klubom Rijeka:

Datum	Mjesto
14.-16.01.2013	Sljeme (Cro)
07.-10.02.2013	Sljeme (Cro)
11.-13.03.2013	Sljeme (Cro)
21.-23.03.2013	Sljeme (Cro)

#### NJEMAČKA

- o studeni – roadshow prezentacije s touroperatorom FTI u 2 njemačka grada; samo za agente/prodajno osoblje

#### SLOVENIJA

- o u suradnji sa Ski klubom Rijeka:

Datum	Mjesto
18.-20.12.2012	Kranjska Gora (Slo)
03.-06.01.2013	Krvavec (Slo)
23.-26.01.2013	Cerkno (Slo)
06.-08.02.2013	Cerkno (Slo)
19.-20.03.2013	Kranjska Gora (Slo)

- o u suradnji s TZ-članicama:
  - o TZ s područja Crikveničko-vinodolske rivijere: Ljubljana

#### ITALIJA

- o u suradnji sa Ski klubom „Rijeka“

Datum	Mjesto
07.-09.12.2012	Sappada (Ita)
26.-29.12.2012	Sappada (Ita)
05.-12.01.2013	Civetta – Pecol (Ita)
19.-20.01.2013	Forni di Sopra (Ita)
30.01-03.02.13	Sappada (Ita)
15.-17.02.2013	Sappada (Ita)
16.-19.02.2013	Piancavallo (Ita)
22.-24.02.2013	Sappada (Ita)
27.02-02.03.13	Sella Nevea (Ita)
30.-31.03.2013	Ravaschetto (Ita)

## AUSTRIJA

- o ožujak – nekoliko gradova - roadshow / Hrvatske večeri s touroperatotom Terra Reisen
- o travanj - Linz - trgovački centar Plus City
- o eventualno – roadshow sa Sabtoursom
- o studeni - roadshow prezentacije u 5 gradova s touroperatorom FTI- samo za agente/prodajno osoblje
- o u suradnji sa Ski klubom Rijeka:

Datum	Mjesto
14.-16.12.2012	Nassfeld (Aut)
17.-19.01.2013	Lienz (Aut)
23.-25.01.2013	Weistendorf (Aut)
21.-24.02.2013	Weinebene (Aut)
08.-10.03.2013	Weinebene (Aut)
14.-17.03.2013	Nassfeld (Aut)

- o u suradnji s TZ-članicama:
  - o TZ s područja Crikveničko-vinodolske rivijere: Beč

## MAĐARSKA

- o travanj / svibanj - Budimpešta – tržnica

## SRBIJA

- o u suradnji sa Ski klubom „Rijeka“:

Datum	Mjesto
27.02-02.03.13	Zlatibor Mokra Gora (Srb)

## SKANDINAVIJA

- o Stockholm – roadshow u trgovačkom centru s press konferencijom u suradnji s Predstavništvom HTZ-a u Švedskoj

## VELIKA BRITANIJA I IRSKA

- o za prodajne predstavnike Saga Holidays; u suradnji i na preporuku Predstavništva HTZ-a u Velikoj Britaniji

<b>Budžet</b>	160.000,00 kn
<b>Nositelj</b>	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s TZ članicama, predstavništvom HTZ-a u inozemstvu, Ski klubom Rijeka i ostalim sunositeljima
<b>Rok izvršenja</b>	kontinuirano

#### **IV. 4.4. Poslovne radionice (workshopovi) u organizaciji predstavništava HTZ-a u inozemstvu**

##### **Očekuju se prijedlozi HTZ-a za 2013. godinu.**

TZ Kvarnera, gdje god to Glavni ured HTZ-a omogući, sudjeluje na poslovnim radionicama na način da održi power point prezentaciju na početku radionice. U tom slučaju, ukoliko to predviđa koncept HTZ-a i TZ Kvarnera, TZ Kvarnera bila bi i domaćinom zabavnog programa na večeri ili ručku vezano uz poslovnu radionicu.

<b>Budžet</b>	10.000,00 kn
<b>Nositelj</b>	Turistički ured TZ Kvarnera u HTZ-om i predstavništvima HTZ-a u inozemstvu
<b>Rok izvršenja</b>	kontinuirano

## V. INTERNI MARKETING

### V. 1. EDUKACIJA O MARKETINGU ZA HTZ, LOKALNE TZ I TURISTIČKU INDUSTRIJU

- TZ Kvarnera u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom tijekom 2013. godine provodi različite edukacijske programe s ciljem povećane sveobuhvatne marketinške učinkovitosti za sustav hrvatskih turističkih zajednica i predstavnike lokalne turističke industrije.
- Edukacija nositelja oznake kvalitete „Kvarner Family“, „Kvarner Gourmet“ i „Kvarner Food“.

<b>Budžet</b>	30.000,00 kn
<b>Nositelj</b>	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s HTZ-om i TZ članicama te gospodarstvom
<b>Rok izvršenja</b>	kontinuirano

### V. 2. AKTIVNOSTI KOORDINACIJE DJELOVANJA I NADZORA IZVRŠAVANJA CILJEVA I ZADAĆA TURISTIČKIH ZAJEDNICA OPĆINA I GRADOVA S PODRUČJA KVARNERA

Jedna od Zakonom propisanih zadaća TZ Kvarnera je koordinacija djelovanja i nadzor izvršavanja ciljeva i zadaća turističkih zajednica općina i gradova s područja Županije koji se vrši kroz koordinaciju i kontrolu godišnjih programa rada te u suradnji s predstavnicima Turističkog vijeća TZ Kvarnera koji su imenovani u nadzorne odbore turističkih zajednica članica.

#### **Koordinacija s turističkim zajednicama s područja Kvarnera**

- najmanje četiri koordinacije godišnje s turističkim zajednicama s područja Kvarnera
- dinamika: ožujak / lipanj / rujanj / studeni
- **teme:** Volim Hrvatsku, zajedničke promotivne aktivnosti, planiranje i praćenje fizičkog turističkog prometa, praćenje naplate boravišne pristojbe, praćenje implementacije strateških dokumenata, marketing brendovi, pružanje stručne i svake druge pomoći i dr.

#### **Koordinacija s turističkim zajednicama Gorskog kotara**

- mjesečne koordinacije s turističkim zajednicama Gorskog kotara
- dinamika: jedna koordinacija mjesečno
- teme: razni projekti na području Gorskog kotara – manifestacije, promotivne aktivnosti u zemlji i inozemstvu, promotivni materijal, projekti za kandidiranje prema EU fondovima, turistička ponuda Gorskog kotara, pružanje stručne i svake druge pomoći, djelovanje turističkih ureda

#### **Koordinacija s predstavnicima turističkog gospodarstva**

- koordinacije s predstavnicima turističkog gospodarstva; najmanje tri koordinacije godišnje
- teme: stanje na tržištu i zajedničke promotivne aktivnosti

TZ Kvarnera mjesečno prikuplja podatke od turističkih zajednica o ostvarenom prometu dolazaka i noćenja, zatim prikuplja podatke o naplati i dugovanjima boravišne pristojbe, prati izvršenje zadaća i ciljeva turističkih zajednica, temeljem zapisnika i dogovorenih aktivnosti na sastancima koordinacije, te temeljem izvještaja o radu lokalnih TZ-a. Uz to, TZ Kvarnera prema

zahtjevu i traženju pruža stručnu i svaku drugu pomoć turističkim zajednicama u njihovom djelovanju i razvoju projekata.

<b>Budžet</b>	20.000,00 kn
<b>Nositelj</b>	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s HTZ-om i TZ članicama te gospodarstvom
<b>Rok izvršenja</b>	kontinuirano

### V. 3. VOLIM HRVATSKU (I OSTALE AKTIVNOSTI)

Realizacijom aktivnosti iz projekta „Volim Hrvatsku“, sustav hrvatskih turističkih zajednica radi na unapređenju proizvoda podizanjem kvalitete turističkih i drugih komplementarnih usluga, očuvanjem i stvaranjem prepoznatljivog i privlačnog turističkog okružja i osiguranjem turističkog gostoprimstva u turističkom mjestu, gradu, općini i županiji.

Sustav hrvatskih turističkih zajednica u suradnji sa svim mjerodavnim subjektima na području županija, gradova, općina i mjesta, potiče aktivnosti koje pridonose unapređivanju općih uvjeta boravka turista tijekom cijele godine i informiranosti gostiju.

TZ Kvarnera dodjeljuje nagrade svim prvoplasiranima na županijskoj razini projekta „Volim Hrvatsku“ u okviru manifestacije „Dan turizma na Kvarneru“. Nacionalnim pobjednicima uručuju se priznanja i nagrade na "Danima hrvatskog turizma".

<b>Budžet</b>	180.000,00 kn
<b>Nositelj</b>	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s HTZ-om i TZ članicama te drugim partnerima
<b>Rok izvršenja</b>	Kontinuirano / Dan turizma na Kvarneru u prosincu

## VI. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA

### VI. 1. ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA

#### VI. 1.1. TOMAS Ljeto 2013.

TZ Kvarnera će, kao i prethodnih godina, podržati istraživanje Instituta za turizam TOMAS ljeta 2013. Na Kvarneru se istraživanje provodi na uzorku od 800 ispitanika.

<b>Budžet</b>	37.500,00 kn
<b>Nositelj</b>	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s Institutom za turizam
<b>Rok izvršenja</b>	Ispitivanje tijekom ljetnih mjeseci; rezultati listopad/studen

#### VI. 1.2. Mystery Guest

TZ Kvarnera u suradnji s turističkim zajednicama-članicama provodi akciju „Mystery Guest“ na Kvarneru, kako bi se ocijenila kvaliteta opće turističke usluge koju kvarnerski turizam pruža gostima. Aktivnosti uključuju:

- ✓ Pripremu i organizaciju istraživanja
- ✓ Odabir tajnih gostiju sukladno željenom profilu
- ✓ Edukaciju odabranih tajnih gostiju
- ✓ Provođenje posjeta / ocjenjivanja prema ponudi
- ✓ Izvješće s konkretnim savjetima za unapređenje ponude po destinaciji.

<b>Budžet</b>	22.500,00 kn
<b>Nositelj</b>	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s TZ-članicama i marketinškom agencijom
<b>Rok izvršenja</b>	Ispitivanje tijekom ljetnih mjeseci; rezultati listopad/studen

### VI. 2. SURADNJA S MEĐUNARODNIM INSTITUCIJAMA I EU FONDOVI

U skladu sa Zakonom o turističkim zajednicama TZ Kvarnera planira suradnju s regionalnim turističkim organizacijama iz drugih zemalja i nastavlja svoje aktivnosti kao član međunarodnih turističkih organizacija (MedCruise, Skål), kao i suradnju s ostalim relevantnim međunarodnim organizacijama (UNESCO). U 2013. godini plan je aktivnosti intenzivnije usmjeriti prema financiranju projekata fondova Europske unije.

<b>Budžet</b>	40.000,00 kn
<b>Nositelj</b>	Turistički ured TZ Kvarnera u suradnji s međunarodnim organizacijama
<b>Rok izvršenja</b>	kontinuirano

### VI. 3. PRODUKCIJA MULTIMEDIJSKIH MATERIJALA

Aktivnosti u skladu s potrebama i unapređenjem image Kvarnera kroz:

- ✓ obnovu fundusa tekstova (novi tekstovi, novi prijevodi tekstova)
- ✓ obnovi i popunjavanje banke fotografija te njihovo pohranjivanje

- ✓ obnovu i popunjavanje banke video i audio materijala te njihovo pohranjivanje
- ✓ Photonet on line foto arhivu – koncepcija integriranja promocije kroz sustav turističkih zajednica u suradnji s agencijom

<b>Budžet</b>	40.000,00 kn
<b>Nositelj</b>	Turistički ured TZ Kvarnera
<b>Rok izvršenja</b>	kontinuirano

#### **VI. 4. TURISTIČKI INFORMACIJSKI SUSTAV (HTZ)**

HTZ planira prelazak sa trenutnog offline sustava na potpuni online sustav registracije turista s mogućnošću kreiranja izvještaja po potrebi:

- ✓ kreiranje uniformiranog informacijskog sustava za odjavu/odjavu turista (tijekom 2013.)
- ✓ kreiranje uniformiranog informacijskog sustava za praćenje, prikupljanje i distribuciju uplata boravišne pristojbe (tijekom 2014.)

<b>Budžet</b>	5.000,00 kn
<b>Nositelj</b>	Turistički ured TZ Kvarnera i HTZ
<b>Rok izvršenja</b>	kontinuirano



## VII. POSEBNI PROGRAMI

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

TZ Kvarnera pruža potporu projektima razvoja turizma na područjima koja nisu turistički razvijena, koja su velik potencijal u daljnjem obogaćivanju ukupne turističke ponude Kvarnera. Isto tako, TZ Kvarnera će tijekom 2013. godine promovirati investicije namjenskih objekata koje su planirale PGŽ i JLS u cilju proširenja turističke ponude, odnosno, formiranja novih turističkih proizvoda.

Nizozemska:

- Utrecht - posebna prezentacija turističke ponude i turističkog proizvoda Gorskog kotara, travanj/svibanj

<b>Budžet</b>	135.000,00 kn
<b>Nositelj</b>	Turistički ured TZ Kvarnera i TZ-članice
<b>Rok izvršenja</b>	kontinuirano

## VIII. RAZNO

### VIII. 1. DJELOVANJE U SKLADU S "GLAVNIM PLANOM RAZVITKA TURIZMA PGŽ 2005.-2015.", IMPLEMENTACIJA

U skladu s izmjenama i dopunama Glavnog plana razvoja turizma PGŽ 2005.-2015. predstoje aktivnosti u skladu s postavljenim strateškim ciljevima i smjernicama razvoja destinacije koje vode ka njoj boljoj prepoznatljivosti. Iz tog razloga, predloženi ključni razvojni projekti imaju za cilj promijeniti sliku destinacije Kvarner, te su precizirani u skladu s potrebom repozicioniranja destinacije na turističkom tržištu. Pri tome je potrebno naglasiti kako se da se ovaj dokument odnosi na područje cijele regije Kvarner, te se i odabir projekata izvršio sukladno ključnim destinacijskim obilježjima i elementima koje Kvarneru trebaju u budućnosti snažnije diferencirati na tržištu. Temeljem analize s konkurentskim destinacijama, utvrđena su područja u kojima se procjenjuje potencijalno najviša razina konkurentnosti Kvarnera na turističkom tržištu u budućem razdoblju:

- Destinacija zdravlja
- Destinacija povijesti i tradicije
- Destinacija događaja
- Destinacija sporta i rekreacije.

<b>Budžet</b>	15.000,00 kn
<b>Nositelj</b>	Turistički ured TZ Kvarnera
<b>Rok izvršenja</b>	kontinuirano

### VIII. 2. DALJNJA IMPLEMENTACIJA „STRATEŠKOG MARKETINŠKOG PLANA TURIZMA KVARNERA 2009.-2015.“

Monitoringom „SMPT Kvarnera 2009.-2015“ zaključeno je da je Turistička zajednica Kvarnera u razdoblju od 2009. do rujna 2012. godine realizirala velik dio aktivnosti predviđenih Strateškim marketinškim planom turizma za to razdoblje, ali, s obzirom na planirane aktivnosti kao i

potrebe za 'novim' smjerom u komunikaciji, u razdoblju koje slijedi predstoji još realizirati sljedeće:

- ✓ daljnji redizajn promocijskih materijala
- ✓ daljnje intenziviranje promocijskih aktivnosti, posebno, odnosa s javnošću, B2B i informacijskih aktivnosti
- ✓ daljnje intenziviranje internog marketinga
- ✓ daljnji razvoj e-marketing aktivnosti.

<b>Budžet</b>	15.000,00 kn
<b>Nositelj</b>	Turistički ured TZ Kvarnera
<b>Rok izvršenja</b>	kontinuirano

## FINACIJSKI PLAN TZ KVARNERA ZA 2013. GODINU

Finacijski plan TZ Kvarnera za 2013. godinu sačinjen je temeljem saznanja o:

- kretanju turističkog prometa dolazaka i noćenja; s obzirom na očekivane dobre fizičke rezultate turističkog prometa u 2012. godini (u odnosu na 2012.), u 2013. godini se ne planira povećanje turističkog prometa dolazaka i noćenja u odnosu na očekivano ostvarenje u 2012. godini;
- naplati i prosljeđivanju boravišne pristojbe, bez većih poteškoća;
- visini boravišne pristojbe (uredba o visini boravišne pristojbe za 2013. godinu koja je nepromijenjena u odnosu na 2012. godinu);
- Zakonske regulative vezane uz glavne izvora prihoda TZ Kvarnera, boravišne pristojbe i turističke članarine;

### PLAN PRIHODA

Ukupni prihodi planirani su u iznosu od **9.817.000,00 kn.**

#### **Boravišna pristojba:**

- prihod iz osnova boravišne pristojbe očekuje se na razini očekivanog ostvarenja u 2012. godini;

#### **Turistička članarina:**

- turistička članarina očekuje se na razini očekivanog ostvarenja u 2012. godini;

#### **Ostali prihodi**

Ostali prihodi planirani su temeljem dosadašnje suradnje sa sustavom TZ-a (lokalna i nacionalna razina), te gospodarskim tvrtkama s područja Kvarnera.

U 2013. godini će ZL Rijeka udruživati sredstva za sufinanciranje oglašavanja s avio prijevoznicima na svom računu.

Namjenski prijenos prihoda u 2013. godinu procijenjen je, te se odnosi na aktivnosti koje će se prenijeti i odraditi u 2013. godini.

### PLAN RASHODA

Ukupni rashodi planirani su u iznosu od **9.817.000,00 kn,** a sačinjeni su u skladu s planiranim vlastitim i očekivanim tuđim finacijskim sredstvima.

## Plan prihoda TZ Kvarnera u 2013. godini

RB	PRIHODI PO VRSTAMA	REBALANS PLANA 2012.	PLAN 2013	indeks PLAN 2013/ rebalans plana 2012	udjel planske stavke u ukupnom planu 2013. (struktura %)
1.	Prihodi od boravišne pristojbe	6.575.911,24	6.520.000,00	99,15	66,42
2.	Prihodi od turističke članarine	1.600.411,25	1.600.000,00	99,97	16,30
3.	Prihodi iz proračuna općine/grada/državnog	239.978,74	- kn	-	-
3.1.	za programske aktivnosti	239.978,74	- kn	-	-
3.2.	za funkcioniranje turističkog ureda	- kn	- kn	-	-
4.	Prihodi od drugih aktivnosti	3.555.860,86	990.000,00	27,84	10,08
4.1.	udruživanje za avio oglašavanje	3.324.724,03	790.000,00	23,76	8,05
4.1.1.	PGŽ - po Sporazumu za Ryanair	...	400.000,00	-	4,07
4.1.2.	GRAD RIJEKA - po Sporazumu za Ryanair	...	390.000,00	-	3,97
4.2.	HTZ za promotivne aktivnosti	231.136,83	200.000,00	86,53	2,04
5.	Prijenos prihoda prethodne godine (Višak prethodne godine ukoliko je isti ostvaren)	1.110.706,95	300.000,00	27,01	3,06
6.	Ostali nespomenuti prihodi	323.300,59	407.000,00	125,89	4,15
6.1.	Privredna banka Zagreb (PBZ)	30.000,00	- kn	-	-
6.2.	Udruživanje sredstava od turističkih zajednica i drugih gospodarskih subjekata za razne promotivne aktivnosti	286.419,53	400.000,00	139,66	4,07
6.3.	prihod od kamata	6.881,06	7.000,00	101,73	0,07
	<b>SVEUKUPNO PRIHODI</b>	<b>13.406.169,63</b>	<b>9.817.000,00</b>	<b>73,23</b>	<b>100,00</b>

Izvor: TU TZ Kvarnera

## Plan rashoda TZ Kvarnera u 2013. godini

RB	RASHODI PO VRSTAMA	REBALANS PLANA 2012.	PLAN 2013	indeks PLAN 2013/ rebalans plana 2012	udjel planske stavke u ukupnom planu 2013. (struktura %)
<b>I.</b>	<b>ADMINISTRATIVNI RASHODI (1+2+3)</b>	<b>3.403.389,32</b>	<b>3.500.000,00</b>	<b>102,84</b>	<b>35,65</b>
1.	Turistički ured TZ Kvarnera - djelovanje	2.784.440,45	2.880.000,00	103,43	29,34
2.	Rashodi za rad tijela TZ Kvarnera	392.884,25	370.000,00	94,18	3,77
3.	Info punkt "Kvarner Info" Vrata Jadrana	226.064,62	250.000,00	110,59	2,55
<b>II.</b>	<b>DIZAJN VRIJEDNOSTI (1+2+3)</b>	<b>570.548,26</b>	<b>920.000,00</b>	<b>161,25</b>	<b>9,37</b>
1.	Potpore manifestacijama i projektima	469.978,74	300.000,00	63,83	3,06
2.	Organizacija upravljanja destinacijom (DMO)	100.569,52	600.000,00	596,60	6,11
3.	Potpora razvoju DMC	- kn	20.000,00	-	0,20
<b>III.</b>	<b>KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI (1+2)</b>	<b>6.306.927,91</b>	<b>3.567.000,00</b>	<b>56,56</b>	<b>36,33</b>
<b>1.</b>	<b>Online komunikacije (1.1.+1.2.+1.3.)</b>	<b>261.506,65</b>	<b>390.000,00</b>	<b>149,14</b>	<b>3,97</b>
1.1.	Internet oglašavanje - FB, twitter, online	...	180.000,00	-	1,83
1.2.	SEO i SEM strategija	...	130.000,00	-	1,32
1.3.	Internet stranice i upravljanje Internet stranicama	...	80.000,00	-	0,81
<b>2.</b>	<b>Offline komunikacije (2.1.+2.2.+2.3.+2.4.+2.5.+2.6.+2.7)</b>	<b>6.045.421,26</b>	<b>3.177.000,00</b>	<b>52,55</b>	<b>32,36</b>
2.1.	Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora	<b>4.694.140,43</b>	<b>1.640.000,00</b>	<b>34,94</b>	<b>16,71</b>
	model I	...	550.000,00	-	5,60
	model IV (sredstva za avio oglašavanje Grada Rijeke i PGŽ)	...	1.090.000,00	-	11,10
	sredstva PGŽ i Grada Rijeke (prihod / rashod)	...	790.000,00	-	8,05
	sredstva TZ Kvarnera	...	300.000,00	-	3,06
2.2.	Opće oglašavanje	<b>123.008,59</b>	<b>60.000,00</b>	<b>48,78</b>	<b>0,61</b>
	Oglašavanje u tisku	123.008,59	60.000,00	48,78	0,61
2.3.	Odnosi s javnošću i newsletter (u suradnji s PR agencijama)	<b>302.038,20</b>	<b>787.000,00</b>	<b>260,56</b>	<b>8,02</b>
	Velika Britanija i Irska	125.000,00	87.000,00	69,60	0,89
	Njemačko govorno područje	177.038,20	380.000,00	214,64	3,87
	Italija i Švicarska (talijansko govorno područje)	...	130.000,00	-	1,32
	Slovenija	...	190.000,00	-	1,94
2.4.	Brošure i ostali tiskani materijali	<b>731.378,34</b>	<b>495.000,00</b>	<b>67,68</b>	<b>5,04</b>
	image info brošura	...	220.000,00	-	2,24
	outdoor brošura / vodič - tisak	...	30.000,00	-	0,31
	Kvamer Gourmet i Kvamer Food brošura 2014.	...	40.000,00	-	0,41
	Film Kvarnera	...	40.000,00	-	0,41
	dotisak info i promo materijala	...	80.000,00	-	0,81
	suvenir i promo materijali	...	85.000,00	-	0,87
2.5.	Servis dobrodošlice	<b>74.855,70</b>	<b>75.000,00</b>	<b>100,19</b>	<b>0,76</b>
2.6.	Info punktovi	<b>100.000,00</b>	<b>100.000,00</b>	<b>100,00</b>	<b>1,02</b>
	"Kvarner Info" na ZL Rijeka	100.000,00	100.000,00	100,00	1,02
2.7.	Turistička signalizacija	<b>20.000,00</b>	<b>20.000,00</b>	<b>100,00</b>	<b>0,20</b>

RB	RASHODI PO VRSTAMA	REBALANS PLANA 2012.	PLAN 2013	indeks PLAN 2013/ rebalans plana 2012	udjel planske stavke u ukupnom planu 2013. (struktura %)
<b>IV.</b>	<b>DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI (1+2+3+4)</b>	<b>1.916.235,36</b>	<b>1.290.000,00</b>	<b>67,32</b>	<b>13,14</b>
1.	Sajmovi	698.010,84	260.000,00	37,25	2,65
	samostalni zakup štanda uz pojačan regionalni nastup na općim i specijaliziranim sajmovima	...	220.000,00	-	2,24
	potpora terenu prema kandidaturnama	...	40.000,00	-	0,41
2.	Studijska putovanja novinara	221.318,64	300.000,00	135,55	3,06
3.	Studijska putovanja i Buy Croatia radionice	358.218,09	180.000,00	50,25	1,83
3.1.	studijska putovanja agenata	79.467,50	50.000,00	62,92	0,51
3.2.	Buy Croatia - domaćinstvo Kvarnera (Francuska i Poljska)	278.750,59	130.000,00	46,64	1,32
4.	Prezentacije	638.687,79	550.000,00	86,11	5,60
4.1.	u organizaciji TZ Kvarnera a u suradnji s Predstavništvom HTZ-a u inozemstvu	...	285.000,00	-	2,90
4.1.1.	potpora terenu prema kandidaturnama	...	40.000,00	-	0,41
4.2.	ostale prezentacije	...	55.000,00	-	0,56
4.3.	road show prezentacije	...	160.000,00	-	1,63
4.4.	poslovne radionice u inozemstvu	...	10.000,00	-	0,10
<b>V.</b>	<b>INTERNI MARKETING (1+2+3)</b>	<b>438.478,96</b>	<b>230.000,00</b>	<b>52,45</b>	<b>2,34</b>
1.	Edukacija o marketingu - Kvarner Family, Kvarner Gourmet, Kvarner food, dr.	101.572,69	30.000,00	29,54	0,31
2.	Koordinacija i nadzor sustava turističkih zajednica na području županije	...	20.000,00	-	0,20
3.	Projekt Volim Hrvatsku (i ostalo)	336.906,27	180.000,00	53,43	1,83
<b>VI.</b>	<b>MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA (1+2+3+4)</b>	<b>35.862,00</b>	<b>145.000,00</b>	<b>404,33</b>	<b>1,48</b>
1.	Istraživanje tržišta (Tomas istraživanje, Mystery Guest...)	35.862,00	60.000,00	167,31	0,61
2.	Suradnja s međunarodnim institucijama i EU fondovima	...	40.000,00	-	0,41
3.	Produkcija multimedijalnih materijala	...	40.000,00	-	0,41
4.	Jedinstveni turistički informacijski sustav (prijava i odjava gostiju, statistika i dr.)	...	5.000,00	-	0,05
<b>VII.</b>	<b>POSEBNI PROGRAMI (1)</b>	<b>139.715,44</b>	<b>135.000,00</b>	<b>96,62</b>	<b>1,38</b>
1.	Poticanje i pomaganje razvoja turizma na područjima koja nisu turistički razvijena	139.715,44	135.000,00	96,62	1,38
1.1.	Gorski kotar	...	120.000,00	-	1,22
1.2.	ostala nerazvijena na području Kvarnera	...	15.000,00	-	0,15
<b>VIII.</b>	<b>RAZNO (1+2)</b>	<b>260.177,41</b>	<b>30.000,00</b>	<b>11,53</b>	<b>0,31</b>
1.	Djelovanje u skladu s "GLAVNIM PLANOM RAZVITKA TURIZMA PGŽ 2005.-2015." - implementacija	160.000,00	15.000,00	9,38	0,15
2.	Daljnja implementacija „STRATEŠKOG MARKETINŠKOG PLANA TURIZMA KVARNERA 2009.-2015.“	100.177,41	15.000,00	14,97	0,15
	<b>SVEUKUPNO RASHODI</b>	<b>13.071.334,66</b>	<b>9.817.000,00</b>	<b>75,10</b>	<b>100,00</b>

Izvor: TU TZ Kvarnera

Predsjednik TZ Kvarnera:

Prof.dr.sc. Vidoje Vujić



**PRILOG:**

**PREGLED POJAČANIH AKTIVNOSTI  
OBRADJE CILJNIH I OSTALIH VAŽNIH TRŽIŠTA**

- **intenziviranje PR, info i B2B aktivnosti**
- **obuhvaća Hrvatsku i 17 inozemnih tržišta:**
  - **Njemačka,**
  - **Slovenija,**
  - **Italija,**
  - **Austrija,**
  - **Mađarska,**
  - **Češka,**
  - **Slovačka,**
  - **Poljska,**
  - **Nizozemska,**
  - **Švicarska,**
  - **Skandinavija,**
  - **Belgija,**
  - **Velika Britanija i Irska,**
  - **Francuska,**
  - **S.A.D. i**
  - **Rusija.**

**1. HRVATSKA**

**SAJMOVI**

- **samostalno:**
  - koncem ožujka 2013. - Opatija, Kvarner Expo
- **PGŽ:** očekujemo popis planiranih sajamskih nastupa
- **HGK Rijeka:** očekujemo popis planiranih sajamskih nastupa

**ROADSHOW**

- travanj – „Dan Gorskog kotara u metropoli“
- u suradnji s HGK ŽK Rijeka promocija turističke ponude Gorskog kotara
- u suradnji sa Ski klubom Rijeka:

<b>Datum</b>	<b>Mjesto</b>
14.-16.01.2013	Sljeme (Cro)
07.-10.02.2013	Sljeme (Cro)
11.-13.03.2013	Sljeme (Cro)
21.-23.03.2013	Sljeme (Cro)

**OGLAŠAVANJE**

- udruženo oglašavanje – potpora gospodarskim subjektima
- samostalno oglašavanje: on line oglašavanje, blogovi, tiskovine
- nacionalni newsletter
- [www.kvarner.hr](http://www.kvarner.hr)
- FB Visit Kvarner i Twitter
- godišnji kalendar manifestacija

**STUDIJSKE GRUPE**

- studijsko putovanje hrvatskih novinara po Gorskom kotaru i ostalim turistički manje razvijenim područjima

## POSEBNE PREZENTACIJE

- **u suradnji s TZ-članicama**
  - TZ Riječkog prstena: Presentacija tradicije karnevala riječkog prstena
    - 12.01. Zagreb
  - TZ Riječkog prstena: Presentacija ljetnih događanja riječkog prstena
    - svibanj Zagreb
  - TZG Raba: Dani Raba u Zagrebu

## 2. NJEMAČKA

### SAJMOVI

- u sklopu štanda HTZ-a:

Stuttgart	CMT	12.01. - 20.01.
Düsseldorf	BOOT	19.01. - 27.01.
Hamburg	Reisen	06.02. - 10.02.
München	f.re.e	20.02. - 24.02.
Essen	Camp & Car	27.02. - 03.03.
Nürnberg	Freizeit	27.02. - 03.03.
Berlin	ITB	06.03. - 10.03.
Leipzig	TC	20.11. - 24.11.

- **samostalni nastup:**
  - Friedrichshafen, Eurobike, kolovoz
- **u suradnji s TZ-članicama:**
  - TZG Raba: Friedrichshafen, Urlaub, 20.-24.3.
  - TZG Raba: Hannover, Reisezeit, 1.-3.2.
  - TZ s područja Crikveničko-vinodolske rivijere: Hannover, Reisezeit, 1.-3.2.
  - TZ s područja Crikveničko-vinodolske rivijere: München, ISPO, 3.-6.2.
  - TZG Malog Lošinj: Köln, RDA, srpanj
  - TZ otoka Krka: Köln, RDA, srpanj
- **kongresni sajmovi:**
  - 21.-23.5. - Frankfurt, IMEX, u sklopu štanda Kongresnog i incentive ureda HTZ i u suradnji s Kongresnim uredom TZG Opatije
- **HGK Rijeka:** očekujemo popis planiranih sajamskih nastupa

### PREZENTACIJE

- sudjelovanje na press konferenciji ITB Berlin u suradnji s PR agencijom u suradnji s TZ-članicama; predstavljanje projekta Kvarner Gourmet



## ROADSHOW

- studeni – roadshow prezentacije s touroperatorom FTI u 2 njemačka grada; samo za agente/prodajno osoblje

**WORKSHOPOVI** – očekuje se program HTZ

## PR AKTIVNOSTI (A.R.T. Austria Redakionsteam Public Partnership)

- medijsko zastupanje – off i on line mediji
- godišnji clipping
- sudjelovanje na press konferenciji ITB Berlin
- grupno i individualna press putovanja
- godišnji newsletter
- popunjavanje arhive tekstova i slika
- organizacija nagradnih igara

## OGLAŠAVANJE

- udruženo oglašavanje – potpora gospodarskim subjektima
- samostalno oglašavanje: on line oglašavanje, blogovi, tiskovine
- [www.kvarner.hr](http://www.kvarner.hr)
- godišnji kalendar manifestacija

## STUDIJSKE GRUPE

## 3. SLOVENIJA

### SAJMOVI

- u sklopu štanda HTZ-a

Ljubljana	ALPE ADRIA	24.-27.01.
-----------	------------	------------

- kongresni sajmovi:

- kongresna burza: CONVENTA/Ljubljana, siječanj

HGK Rijeka: - očekujemo popis planiranih sajamskih nastupa

**WORKSHOPOVI** – očekuje se program HTZ

### PREZENTACIJE

- u suradnji s Predstavništvom HTZ-a u Ljubljani i
  - TZO Baška: prezentacija uz press konferenciju, ožujak
  - TZG Raba: Dani Raba u Ljubljani
- u suradnji s City Magazinom prezentacija Kvarner Gourmet i Kvarner Food uz nazočnost medija, touroperatora i diplomatskog zbora

### OGLAŠAVANJE

- izrada microsite Kvarnera s prezentacijom na 3-5 najvećih slovenskih web portala: najdi.si, zurnal.si.com, 24.ur.com uz intenzivne aktivnosti na SEO i SEM uz linkove na ponudu Kvarnera
- nagradna igra na Facebooku usmjerena na prikupljanje e-mail adresa i GSM brojeva – dvomjesečna kampanja mobilnog marketinga
- zajednička Facebook prezentacija Visit Kvarner i Predstavništva HTZ-a u Ljubljani – kratki promo filmovi Kvarner Gourmet i Kvarner Food

- nastup TV Vaš kanal – Novo Mesto – prijedlozi za vikend dolaske – manifestacije i marketing brendovi Kvarnera
- samostalno oglašavanje (Večer i Dnevnik)
- udruženo oglašavanje – potpora gospodarskim subjektima
- Facebook Visit Kvarner i Twitter
- web
- godišnji kalendar manifestacija

#### ROADSHOW

- u suradnji s Ski klubom Rijeka:

Datum	Mjesto
18.-20.12.2012	Kranjska Gora (Slo)
03.-06.01.2013	Krvavec (Slo)
23.-26.01.2013	Cerkno (Slo)
06.-08.02.2013	Cerkno (Slo)
19.-20.03.2013	Kranjska Gora (Slo)

- u suradnji s TZ-članicama:

- TZ s područja Crikveničko-vinodolske rivijere: Ljubljana

#### STUDIJSKE GRUPE

- u suradnji s HTZ i na inicijativu TZ Kvarnera
- postkongresna tura po Kvarneru nakon poslovne burze Conventa u Ljubljani

## 4. ITALIJA

#### SAJMOVI

- u sklopu štanda HTZ-a

Milano	BIT	14.-17.02.
--------	-----	------------

- u suradnji s TZ-članicama:

- TZG Malog Lošinj: Bolzano, Tempolibero, 28.4.-1.5.
- TZG Malog Lošinja: Modena / Children's Tour 15.3.-17.3.
- TZG Raba: Vicenza, Gittando, 21.-24.3.
- TZ otoka Krka: Padova, La Fiera Campionaria, 11.-19.05.

HGK Rijeka: - očekujemo popis planiranih sajamskih nastupa

#### WORKSHOPOVI – očekuje se program HTZ

- CRALL udruge (organizatori grupnih putovanja članova sindikata u pred i posezoni)

#### PREZENTACIJA:

- **samostalno:**
- prezentacija brenda Kvarner Gourmet u Milanu, svibanj
- **u suradnji s TZ-članicama:**
  - TZ otoka Krka: Verona, travanj-svibanj

#### ROADSHOW:

- u suradnji sa Ski klubom „Rijeka“

Datum	Mjesto
07.-09.12.2012	Sappada (Ita)
26.-29.12.2012	Sappada (Ita)

05.-12.01.2013	Civetta – Pecol (Ita)
19.-20.01.2013	Forni di Sopra (Ita)
30.01-03.02.13	Sappada (Ita)
15.-17.02.2013	Sappada (Ita)
16.-19.02.2013	Piancavallo (Ita)
22.-24.02.2013	Sappada (Ita)
27.02-02.03.13	Sella Nevea (Ita)
30.-31.03.2013	Ravascletto (Ita)

### OGLAŠAVANJE

- udruženo oglašavanje – potpora gospodarskim subjektima
- samostalno oglašavanje: on line oglašavanje, blogovi, tiskovine
- www.kvarner.hr
- godišnji kalendar manifestacija

### PR AKTIVNOSTI (Cartotto Studio, Milano)

- mjesečno plasiranje informacija novinarima o zanimljivostima Kvarneru
- časopisi od primarnog interesa su Marco Polo (tisak, on line, tv), Dove, Traveller, Vanity Fair, Il Giornale, Espansione, Style (kao prilog dnevniku Corriere della Sera), Stile (prilog dnevniku Il Giornale), Panorama Travel terra/parchi naturali)
- izrada press mape
- studijsko putovanje 10-12 specijaliziranih novinara, kojima bi se kroz 3 dana boravka na Kvarneru predstavila eno i gastro ponuda, te wellness ponuda Kvarnera.

### STUDIJSKE GRUPE

- u suradnji s HTZ i na inicijativu TZ Kvarnera

## 5. AUSTRIJA

### SAJMOVI

- u sklopu štanda HTZ-a

Beč	Ferienmesse	10.-13.01.
Tulln	BOOT	28.2.-3.03.

#### o u suradnji s TZ-članicama:

- o TZG Raba: Linz, Ferienmesse, 25.-27.1.
- o TZ s područja Crikveničko-vinodolske rivijere: Beč, Senio Aktuell, 14.-17.2.
- o TZ otoka Krka, Wels, Bluhendes Österreich-Messe für Garten, Urlaub & Caravan, 22.-24.3.

HGK Rijeka: - očekujemo popis planiranih sajamskih nastupa

### ROADSHOW PREZENTACIJE

- o ožujak – nekoliko gradova - roadshow / Hrvatske večeri s touroperatotom Terra Reisen
- o travanj - Linz - trgovački centar Plus City
- o eventualno – roadshow sa Sabtoursom
- o studeni - 5 gradova - roadshow prezentacije s touroperatorom FTI- samo za agente/prodajno osoblje
- o u suradnji sa Ski klubom „Rijeka“:

Datum	Mjesto
14.-16.12.2012	Nassfeld (Aut)



17.-19.01.2013	Lienz (Aut)
23.-25.01.2013	Weistendorf (Aut)
21.-24.02.2013	Weinebene (Aut)
08.-10.03.2013	Weinebene (Aut)
14.-17.03.2013	Nassfeld (Aut)

o **u suradnji s TZ-članicama:**

- o TZ s područja Crikveničko-vinodolske rivijere: Beč

**WORKSHOPOVI** – očekuje se program HTZ

**PR AKTIVNOSTI (A.R.T. Austria Redaktionsteam Public Partnership)**

- medijsko zastupanje – off i on line mediji
- godišnji clipping
- grupno i individualna press putovanja
- godišnji newsletter
- popunjavanje arhive tekstova i slika
- organizacija nagradnih igara

**OGLAŠAVANJE**

- udruženo oglašavanje – potpora gospodarskim subjektima
- www.kvarner.hr
- godišnji kalendar manifestacija

**STUDIJSKE GRUPE**

## 6. MAĐARSKA

**SAJMOVI**

- u sklopu štanda HTZ-a

Budapest	UTAZAS	28.2.-3.3.
----------	--------	------------

HGK Rijeka: - očekujemo popis planiranih sajamskih nastupa

**WORKSHOPOVI** – očekuje se program HTZ

**ROADSHOW**

- o travanj / svibanj - Budimpešta – tržnica

**OGLAŠAVANJE**

- udruženo oglašavanje – potpora gospodarskim subjektima
- www.kvarner.hr

**STUDIJSKE GRUPE**

- u suradnji s HTZ i na inicijativu TZ Kvarnera

## 7. ČEŠKA

**SAJMOVI**

- u sklopu štanda HTZ-a

Prag	Holiday World	7.-10.2.
------	---------------	----------

HGK Rijeka: - očekujemo popis planiranih sajamskih nastupa

**WORKSHOPOVI** – očekuje se program HTZ

**OGLAŠAVANJE**

- udruženo oglašavanje – potpora gospodarskim subjektima
- [www.kvarner.hr](http://www.kvarner.hr)

**STUDIJSKE GRUPE**

- u suradnji s HTZ i na inicijativu TZ Kvarnera

## 8. SLOVAČKA

---

**SAJMOVI**

Bratislava	Slovakiatour	24.-27.01.
------------	--------------	------------

**WORKSHOPOVI** – očekuje se program HTZ

**ROADSHOW**

- u suradnji s TZ-članicama:
  - TZ s područja Crikveničko-vinodolske rivijere: Bratislava

**OGLAŠAVANJE**

- udruženo oglašavanje – potpora gospodarskim subjektima
- [www.kvarner.hr](http://www.kvarner.hr)

**STUDIJSKE GRUPE**

- u suradnji s HTZ i na inicijativu TZ Kvarnera

## 9. POLJSKA

---

**SAJMOVI**

- u sklopu štanda HTZ-a

Poznan	TOUR SALON	24.-27.10.
--------	------------	------------

- **samostalni nastup:**
  - Gdansk, GTT, 12.-14.4.
- u suradnji s TZ-članicama:
  - TZG Opatije: Kolobrzeg, kolovoz

**OGLAŠAVANJE**

- udruženo oglašavanje – potpora gospodarskim subjektima
- samostalno oglašavanje: on line oglašavanje, blogovi, tiskovine
- [www.kvarner.hr](http://www.kvarner.hr)

**STUDIJSKE GRUPE**

- u suradnji s HTZ i na inicijativu TZ Kvarnera

**BUY CROATIA**

- Poljski agenti, listopad

## 10. NIZOZEMSKA

---

### SAJMOVI

- u sklopu štanda HTZ-a

Utrecht	Vakantiebeurs	8.-13.01.
Leeuwaarden	Caravans Salon	17.-22.01.

- **samostalni nastup :**
  - Amsterdam / outdoor - Fiets en Wandelbeurs - veljača

### PREZENTACIJE

- Cooking show (Kvarner Gourmet) u Predstavništvu HTZ-a u Amsterdamu uz prezentaciju biciklizma i outdoor-a za novinare i agente partnere
- Utrecht - posebna prezentacija turističke ponude i turističkog proizvoda Gorskog kotara, travanj/svibanj

### OGLAŠAVANJE

- udruženo oglašavanje – potpora gospodarskim subjektima
- samostalno oglašavanje: on line oglašavanje, blogovi, tiskovine
- [www.kvarner.hr](http://www.kvarner.hr)

### STUDIJSKE GRUPE

- u suradnji s HTZ i na inicijativu TZ Kvarnera

## 11. SRBIJA

---

### SAJMOVI

- u sklopu štanda HTZ-a

Beograd	IFT 11x5	21.-24.02.
---------	----------	------------

### PREZENTACIJA

- **u suradnji s TZ-članicama:**
  - TZ otoka Krka: Beograd, veljača

### OGLAŠAVANJE

- udruženo oglašavanje – potpora gospodarskim subjektima
- samostalno oglašavanje: on line oglašavanje, blogovi, tiskovine
- [www.kvarner.hr](http://www.kvarner.hr)
- Facebook Visit Kvarner i Twitter

### STUDIJSKE GRUPE

- u suradnji s HTZ i na inicijativu TZ Kvarnera

### ROADSHOW

- u suradnji sa Ski klubom „Rijeka“:

Datum	Mjesto
27.02-02.03.13	Zlatibor Mokra gora (Srb)

## 12. ŠVICARSKA

---

## SAJMOVI

- u sklopu štanda HTZ-a

Zürich	FESPO	31.1.-3.2.
--------	-------	------------

- **samostalno:**
  - BERN, Ferienmesse, 10.-13.1.
- **u suradnji s TZ-članicama:**
  - TZG Raba: Basel, Ferienmesse, 22.-24.3.

## PR AKTIVNOSTI:

### 1. Njemačko govorno područje (A.R.T. Austria Redaktionsteam Public Partnership)

- medijsko zastupanje – off i on line mediji
- godišnji clipping
- grupno i individualna press putovanja
- godišnji newsletter
- popunjavanje arhive tekstova i slika
- organizacija nagradnih igara

### 2. Talijansko govorno područje (Cartotto Studio, Milano)

- mjesečni newsletteri
- časopisi od primarnog interesa su Marco Polo (tisak, on line, tv), Dove, Traveller, Vanity Fair, Il Giornale, Espansione, Style (kao prilog dnevniku Corriere della Sera), Stile (prilog dnevniku Il Giornale), Panorama Travel terra/parchi naturali)
- press mapa
- studijsko putovanje 10-12 specijaliziranih novinara, kojima bi se kroz 3 dana boravka na Kvarneru predstavila eno i gastro ponuda, te wellness ponuda Kvarnera.

## PREZENTACIJE

- Unique Travel, Zürich, veljača

## OGLAŠAVANJE

- udruženo oglašavanje – potpora gospodarskim subjektima
- [www.kvarner.hr](http://www.kvarner.hr)
- godišnji kalendar manifestacija

## STUDIJSKE GRUPE

## 13. SKANDINAVIJA

### SAJMOVI

- u sklopu štanda HTZ-a

Helsinki - FIN	MATKA	17.-20.01.
Herning - DK	Ferie for alle	22.-24.02.
Göteborg - SWE	TUR	21.-24.03.

## PREZENTACIJE

- **samostalno**
  - Herning (DK), prezentacija turističke ponude s naglaskom na kamping ponudu u okviru sajma Ferie for alle (22.-24.2.)
- **u suradnji s TZ-članicama:**
  - TZ otoka Krka: Göteborg, ožujak

## ROADSHOW

### o samostalno

- o Stockholm – roadshow u trgovačkom centru s press konferencijom u suradnji s Predstavništvom HTZ-a u Švedskoj

## OGLAŠAVANJE

- o udruženo oglašavanje – potpora gospodarskim subjektima
- o samostalno oglašavanje: on line oglašavanje, blogovi, tiskovine
- o [www.kvarner.hr](http://www.kvarner.hr)
- o godišnji kalendar manifestacija

## STUDIJSKE GRUPE

- u suradnji s HTZ i na inicijativu TZ Kvarnera

## 14. BELGIJA

### SAJMOVI

- u sklopu štanda HTZ-a

Bruxelles	Vacances	31.1.-4.2.
-----------	----------	------------

### PREZENTACIJE

#### o samostalno:

- o u povodu pristupanja Hrvatske u EU; Kvarner Gourmet

### WORKSHOP

- u suradnji s Predstavništvom HTZ-a u Belgiji: poslovna radionica koju organiziraju turističke organizacije Belgiji susjednih zemalja (F, UK, NL, LUX) u listopadu.

## OGLAŠAVANJE

- o udruženo oglašavanje – potpora gospodarskim subjektima
- o [www.kvarner.hr](http://www.kvarner.hr)
- o godišnji kalendar manifestacija

## STUDIJSKE GRUPE

- o u suradnji s HTZ i na inicijativu TZ Kvarnera

## 15. VELIKA BRITANIJA I IRSKA

### SAJMOVI

- u sklopu štanda HTZ-a

London	WTM	04.-07.11.
--------	-----	------------

### ROADSHOW

- za prodajne predstavnike Saga Holidays; u suradnji i na preporuku Predstavništva HTZ-a u Velikoj Britaniji

### PR AKTIVNOSTI (Julia Berg Consulting Ltd)

- mjesečni newsletteri
- praćenje novinara koje se poziva na Kvarner, prema različitim interesima odnosno profilu novinara



- ugošćavanje „poznatih osoba“ na Kvarneru te na taj način se promovira regija na britanskom tržištu
- pozivanje i ugošćavanje agenata i/ili putničkih udruženja (max 14 godišnje)
- promoviranje letova na ZL Rijeka, te ispitivanje mogućnosti za uvođenje novih letova
- po potrebi, organizacija posebnih prezentacija u Velikoj Britaniji
- dodatne savjetodavne usluge

## 16. FRANCUSKA

---

### SAJMOVI

- u sklopu štanda HTZ-a

Paris	MAP	21.-24.03.
-------	-----	------------

### BUY CROATIA

- za francuske touroperatore na Kvarneru; uključuje studijsko putovanje i radionicu

**WORKSHOPOVI** – očekuje se program HTZ

### OGLAŠAVANJE

- o udruženo oglašavanje – potpora gospodarskim subjektima
- o [www.kvarner.hr](http://www.kvarner.hr)
- o godišnji kalendar manifestacija

### STUDIJSKE GRUPE

- u suradnji s HTZ i na inicijativu TZ Kvarnera

## 17. S.A.D.

---

### SAJMOVI

- New York, Times Travel Show, 18.-20.1. u sklopu štanda Predstavništva HTZ-a u New Yorku
- Miami Beach, Cruise Shipping Miami, 12.-15.3. u sklopu štanda hrvatskih lučkih uprava
- **kongresni sajmovi:**
- Las Vegas / IMEX America, 15.-17.10. u sklopu hrvatskog štanda

### PREZENTACIJE

- u suradnji s SPATA (Udruženje poljsko-američkih agencija) u New Yorku
- sudjelovanje na kongresu USTOA

**WORKSHOPOVI** – očekuje se program HTZ

### OGLAŠAVANJE

- o udruženo oglašavanje – potpora gospodarskim subjektima
- o [www.kvarner.hr](http://www.kvarner.hr)
- o godišnji kalendar manifestacija

### STUDIJSKE GRUPE

- u suradnji s HTZ i na inicijativu TZ Kvarnera

## 18. RUSIJA

---

### SAJMOVI

- u sklopu štanda HTZ-a



---

Moskva	MITT	20.-23.03.
--------	------	------------

**STUDIJSKE GRUPE**

- u suradnji s HTZ i na inicijativu TZ Kvarnera

**PREZENTACIJE**

- uključenje TZ Kvarnera u prezentacije drugih zainteresiranih nositelja

**WORKSHOPOVI** – očekuje se program HTZ

**OGLAŠAVANJE**

- udruženo oglašavanje – potpora gospodarskim subjektima
- [www.kvarner.hr](http://www.kvarner.hr)
- godišnji kalendar manifestacija