

S A D R Ž A J

UVOD	1
REZULTATI FIZIČKOG TURISTIČKOG PROMETA U 2011. GODINI	2
CILJEVI I GLAVNA TEŽIŠTA DJELOVANJA I STRATEŠKE AKTIVNOSTI TZ KVARNERA U TURISTIČKOJ 2012. GODINI	5
1. STRATEŠKI DOKUMENTI ZA IZRADU PROGRAMA RADA ZA 2011. GODINU	5
1.1. STRATEŠKI MARKETINŠKI PLAN HRVATSKOG TURIZMA 2010.-2014.	5
1.2. GLAVNI PLAN RAZVITKA TURIZMA PRIMORSKO-GORANSKE ŽUPANIJE 2005.-2015.	5
1.3. STRATEŠKE SMJERNICE RADA PRIMORSKO-GORANSKE ŽUPANIJE 2009.-2013.	6
1.4. STRATEŠKI MARKETINŠKI PLAN TURIZMA PRIMORSKO-GORANSKE ŽUPANIJE 2009.-2015.	6
1.5. MEĐUNARODNA SURADNJA I EU FONDOVI	12
2. CILJEVI POSLOVANJA TZ KVARNERA U 2012. GODINI	13
2.1. OSTVARENJE FIZIČKOG TURISTIČKOG PROMETA NA RAZINI OČEKIVANOG OSTVARENJA 2011. GODINE	13
2.2. CILJNA TRŽIŠTA	13
2.3. CILJNI POTROŠAČKI SEGMENTI	13
2.4. PRIORITETNI TURISTIČKI PROIZVODI	13
2.5. NAJVAŽNIJE AKTIVNOSTI TZ KVARNERA ZA 2012. GODINU	14
A/ FUNKCIONALNI MARKETING	15
1. UNAPREĐENJE PROIZVODA / POBOLJŠANJE UVJETA BORAVKA GOSTIJU	15
1.1. VOLIM HRVATSKU 2012.	15
1.2. TURISTIČKA SIGNALIZACIJA	17
1.3. POTPORE MANIFESTACIJAMA I PROJEKTIMA	17
1.3.1. Potpore manifestacijama i projektima	17
1.3.2. Pružanje potpore projektima manje valoriziranih turističkih područja	18
1.4. PROJEKT „KVARNER FAMILY“	18
1.5. MREŽA ŽUPANIJSKIH INFO PUNKTOVA “KVARNER INFO”	19
1.6. WELCOME SERVIS NA GRANIČNIM PRIJELAZIMA	20
2. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA	21
2.1. DJELOVANJE U SKLADU S “GLAVNIM PLANOM RAZVITKA TURIZMA PGŽ 2005.-2015.”, IMPLEMENTACIJA I MONITORING	21
2.2. DALJNJA IMPLEMENTACIJA „STRATEŠKOG MARKETINŠKOG PLANA TURIZMA KVARNERA 2009.-2015.”	21
2.3. MONITORING IMPLEMENTACIJE PROJEKTA “STRATEŠKI MARKETINŠKI PLAN TURIZMA KVARNERA 2009.-2015.”	21
2.4. TRŽIŠNA ISTRAŽIVANJA I IZOBRAZBA	21
2.5. UNAPREĐENJE FORMIRANJA I INFORMATIZACIJE PODATAKA	22
2.6. KATALOG FOTO, VIDEO I PROMO MATERIJALA	22

PROGRAM RADA S FINANCIJSKIM PLANOM TURISTIČKE ZAJEDNICE KVARNERA ZA 2012. GODINU

3. KOMUNIKACIJSKE TAKTIKE	23
3.1. OGLAŠAVANJE	23
3.2. INFO I PROMO MATERIJALI	23
3.3. MANIFESTACIJE NA KVARNERU 2012.	24
3.4. NEWSLETTER KVARNERA	25
3.5. PRESS MAPA KVARNERA	25
3.6. OSTALI/RAZNI PROMIDŽBENI MATERIJAL	25
3.7. STUDIJSKA PUTOVANJA NOVINARA I SURADNJA S NOVINARIMA	25
3.8. NACIONALNE PRESS KONFERENCIJE	26
4. PRODAJA, PROMOCIJA I DISTRIBUCIJA	27
4.1. E-MARKETING AKTIVNOSTI / WEB PORTAL	27
4.2. STUDIJSKA PUTOVANJA AGENATA I SURADNJA S AGENTIMA	27
4.3. JAVNI POZIV HTZ-A ZA OGLAŠAVANJE U PROMOTIVNIM KAMPANJAMA I/ILI PROMOTIVNO/PRODAJNIM KANALIMA ORGANIZATORA PUTOVANJA I ZRAČNIH PRIJEVOZNIKA	28
4.3.1. u suradnji s gospodarskim subjektima	28
4.3.2. u suradnji sa zračnim prijevoznicima	29
4.4. NASTUPI NA TURISTIČKIM SAJMOVIMA	30
4.4.1. U suradnji s HTZ-om na općim i specijaliziranim sajmovima	30
4.4.2. Samostalni zakup štanda uz pojačan regionalni nastup na sajmovima ili nastup u suradnji s TZ članicama i drugim sunositeljima	34
4.4.3. Sajamski nastupi u sklopu štanda HTZ-a	34
4.4.4. Osoblje - informatori i voditelji štandova	35
4.5. POSEBNE PREZENTACIJE	35
4.5.1. U organizaciji TZ Kvarnera u suradnji s predstavništvima HTZ-a u inozemstvu	35
4.5.2. U organizaciji Glavnog ureda HTZ-a – nacionalne prezentacije i Hrvatski turistički dani	36
4.5.3. Ostale prezentacije	36
4.5.4. Road show prezentacije	37
4.5.5. Poslovne radionice (workshopovi)	38
<i>PREGLED POJAČANIH AKTIVNOSTI OBRADE CILJNIH I OSTALIH TRŽIŠTA</i>	39
4.6. TEKUĆA REZERVA	51
5. INTERNI MARKETING	52
5.1. RADIONICE	52
6. AKTIVNOSTI UPRAVLJANJA DESTINACIJOM	53
B. ADMINISTRATIVNI MARKETING	54
1. DJELOVANJE TURISTIČKOG UREDA I TURISTIČKE ZAJEDNICE KVARNERA	54
2. SKLADIŠTENJE I DISTRIBUCIJA	57
3. OPREMA U TZ KVARNERA	57
FINANCIJSKI PLAN TZ KVARNERA ZA 2012. GODINU	58

UVOD

Programa rada s financijskim planom TZ Kvarnera za 2012. godinu izrađen je temeljem:

- fizičkih rezultata turističkog prometa ostvarenog na Kvarneru i u Hrvatskoj za razdoblje siječanj – listopad 2011. godine
- iskustava iz 2011. i prijašnjih godina,

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.“
- „Strateške smjernice rada Primorsko-goranske županije 2009.-2013.“

a skladu s prijedlozima s koordinacije direktora hotelskih tvrtki i turističkih agencija s područja Kvarnera održane 30. rujna, Turističkog vijeća TZ Kvarnera sa sjednice održane 26. listopada te sjednica Nadzornog odbora i Turističkog vijeća TZ Kvarnera sa sjednica održanih 22. studenoga

i u očekivanju prethodnih informacija Programa rada HTZ-a za 2012. godinu.

Program rada s financijskim planom TZ Kvarnera usvojen je na 4. sjednici Skupštine TZ Kvarnera održanoj 6. prosinca 2011. godine.

REZULTATI FIZIČKOG TURISTIČKOG PROMETA U 2011. GODINI

Planom Turističke zajednice Kvarnera za 2011. predviđeno je ostvarenje:

- 2,16 milijuna dolazaka (0,39% više u odnosu na 2010. godinu)
- 10,94 milijuna noćenja (na razini ostvarenja 2010. godine)

Turizam na Kvarneru je temeljem podataka prikupljenih anketom turističkih zajednica s ostvarenih 2.036.662 milijuna dolazaka i 11.379.989 milijuna noćenja u prvih devet mjeseci 2011. godine premašio ukupan godišnji rezultat rekordne 2010. godine.

Temeljem podataka prikupljenih anketom turističkih zajednica, u razdoblju siječanj-listopad 2011. godine na području Kvarnera zabilježeno je **2.126.726 dolazaka turista** i **11.673.853 noćenja**. Domaći turisti ostvarili su 261.017 dolazaka te 1.158.453 noćenja (10% ukupnih noćenja), dok je dolazaka stranih turista zabilježeno 1.865.709, a noćenja 10.515.400 (90% ukupnih noćenja).

Ukupan broj dolazaka turista u razdoblju siječanj-listopad 2011. godine 8% je veći nego u istom razdoblju 2010. godine, domaći dolasci su veći za 2%, a dolasci stranih turista za 9%.

Ukupan broj noćenja u razdoblju siječanj- listopad 2011. godine u usporedbi s razdobljem siječanj-listopad 2010. godine veći je za 7% pri čemu su ostvarena noćenja domaćih gostiju za 1% veća, dok su strana noćenja brojnija za 8%.

Po subregijama: U prvih deset mjeseci ove godine, otok Krk je ostvario najveći broj noćenja, 3.640.460 (što iznosi 31,18% ukupnog prometa noćenja Kvarnera). Slijedi zatim otok Mali Lošinj (s 16,83% udjela u županijskim noćenjima), otok Rab (14,31%), Opatijska rivijera (s 12,66%), Crikvenička rivijera (11,35%), otok Cres (6,43%), rivijera Novi Vinodolski (4,63%), Riječko područje (2,02%), te Gorski kotar s 0,57% udjela u županijskim noćenjima.

Sva najznačajnija inozemna emitivna tržišta na Kvarneru su ostvarila u razdoblju siječanj-listopad povećanje broja noćenju u odnosu na prošlu godinu.

Po tržištima: Od ukupnog broja inozemnih noćenja ostvarenih na Kvarneru, najviše noćenja ostvarili su gosti iz Njemačke (s udjelom u ukupnim županijskim noćenjima od 27,40%) i to 7% više, Slovenije (16,78%) 11% više, Italije (12,39%) 5% više te Austrije (11,85%) 9% više. Slijede Česi s 2% više noćenja, Mađari i Poljaci s po 14% te Slovaci s 1% više noćenja.

Po smještajnim kapacitetima: Najviše noćenja, 4.576.130 ostvareno je u privatnom smještaju (9% više), zatim u hotelskom smještaju 3.643.207 noćenja (4% više), u kampovima 3.070.676 noćenja (9% više), a slijede odmarališta s 297.455 noćenja (2% manje) te ostali smještajni kapaciteti s 86.385 noćenja (20% manje).

PROGRAM RADA S FINANCIJSKIM PLANOM TURISTIČKE ZAJEDNICE KVARNERA ZA 2012. GODINU

**OSTVARENI TURISTIČKI PROMET U RAZDOBLJU SIJEČANJ - LISTOPAD 2011. GODINE
NA KVARNERU**

(BEZ NAUTIKE)

DOLASCI U RAZDOBLJU SIJEČANJ - LISTOPAD 2011. GODINE - na području Kvarnera zabilježeno je:

2.126.726 dolazaka turista index 108

261.017 domaćih dolazaka index 102

1.865.709 stranih dolazaka index 109

NOĆENJA U RAZDOBLJU SIJEČANJ - LISTOPAD 2011. GODINE - na području Kvarnera zabilježeno je:

11.673.853 dolazaka turista index 107

1.158.453 domaćih noćenja index 101

10.515.400 stranih noćenja index 108

područje	DOLASCI			NOĆENJA		
	dolasci	udjel	indeks	noćenja	udjel	indeks
OPATIJSKA RIVIJERA	417.243	19,62	104	1.478.461	12,66	105
RIJEČKO PODRUČJE	102.810	4,83	110	235.973	2,02	111
CRIKVENIČKA RIVIJERA	232.969	10,95	102	1.325.124	11,35	103
RIVIJERA N.V.	90.638	4,26	104	541.033	4,63	108
OTOK KRK	651.338	30,63	112	3.640.460	31,18	110
CRES	108.928	5,12	110	750.809	6,43	109
MALI LOŠINJ	267.907	12,60	109	1.965.204	16,83	107
OTOK RAB	230.188	10,82	106	1.670.154	14,31	103
GORSKI KOTAR	24.705	1,16	115	66.635	0,57	113
UKUPNO	2.126.726	100	108	11.673.853	100	107
inozemni gosti	1.865.709	87,73%	109	10.515.400	90,08%	108
domaći gosti	261.017	12,27%	102	1.158.453	9,92%	101

Σ 90,08 % ino noćenja	dolasci	noćenja	udjel noćenja	indeks dolasci	indeks noćenja
Njemačka	396.761	2.881.511	27,40	108	107
Slovenija	308.018	1.764.167	16,78	115	111
Italija	257.295	1.303.306	12,39	105	105
Austrija	233.727	1.245.953	11,85	111	109
Češka	90.061	590.057	5,61	103	102
Mađarska	91.085	463.821	4,41	115	114
Poljska	59.830	368.767	3,51	110	114

SMJEŠTAJNI KAPACITETI	DOLASCI	udjel	Ix dol	NOĆENJA	udjel	Ix noć
Hoteli	900.622	42,35	105	3.643.207	31,21	104
Privatni smještaj	649.042	30,52	111	4.576.130	39,20	109
Kampovi	516.518	24,29	111	3.070.676	26,30	109
Odmarališta	44.391	2,09	98	297.455	2,55	98
Ostalo	16.153	0,76	93	86.385	0,74	80
Ukupno	2.126.726	100	107,8	11.673.853	100	106,88

Izvor: TU TZ Kvarnera

Siječanj – listopad 2011. u Hrvatskoj

U razdoblju siječanj-listopad 2011. godine u **Hrvatskoj** je zabilježeno **10.926.742 dolazaka turista** i **64.419.006 noćenja**. Domaći turisti ostvarili su 1.185.253 dolazaka te 6.460.123 noćenja (10,02% ukupnih noćenja), dok je dolazaka stranih turista zabilježeno 9.741.489, a noćenja 57.958.883 (89,98% ukupnih noćenja).

Ukupan broj dolazaka turista u razdoblju siječanj-listopad 2011. godine je veći za 7,78% nego u istom razdoblju 2010. godine, domaći dolasci su veći za 4,13%, a dolasci stranih turista za 8,24%.

Ukupan broj noćenja u razdoblju siječanj-listopad 2011. godine u usporedbi s razdobljem siječanj-listopad 2010. godine veći je za 6,96% pri čemu su ostvarena noćenja domaćih gostiju za 4,64% veća, dok su strana noćenja brojnija za 7,22%.

Pri tom je udjel Kvarnera 20% u ukupnim dolascima i 18% u ukupnim noćenjima u Hrvatskoj.

CILJEVI I GLAVNA TEŽIŠTA DJELOVANJA I STRATEŠKE AKTIVNOSTI TZ KVARNERA U TURISTIČKOJ 2012. GODINI

1. STRATEŠKI DOKUMENTI ZA IZRADU PROGRAMA RADA ZA 2012. GODINU

Ciljevi turističke 2012. godine temelje se na sljedećim strateškim dokumentima:

- ✓ **Strateški marketinški plan hrvatskog turizma 2010.-2014.**
- ✓ **Glavni plan razvitka turizma Primorsko-goranske županije 2005.-2015.**
- ✓ **Strateške smjernice rada Primorsko-goranske županije 2009.-2013.**
- ✓ **Strateški marketinški plan turizma Primorsko-goranske županije 2009.-2015.**

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 branda
 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 branda 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.

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

PROGRAM RADA S FINANCIJSKIM PLANOM TURISTIČKE ZAJEDNICE KVARNERA ZA 2012. GODINU

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 dopuna Glavnog plana razvitka turizma. Projekt će biti dovršen do konca studenoga 2011. godine i dostavljen Skupštini TZ Kvarnera i Skupštini PGŽ na usvajanje.

1.3. Strateške smjernice rada Primorsko-goranske županije 2009.-2013.

1. Provoditi usvojene programe unaprjeđenja turizma kojima je cilj stvaranje uvjeta za povećanje kvalitete i konkurentnosti županijskog turizma.
2. Trajno štititi prostor i poticati razvoj turizma na temeljima visokih ekoloških standarda.
3. U suradnji sa sustavom turističkih zajednica Županije, jedinicama lokalne samouprave i ostalim subjektima uključenim u razvoj turističkog proizvoda, postaviti institucionalni okvir radi primjene Glavnog plana razvoja turizma PGŽ, koordinacije raznih djelatnosti koje dio svojeg razvoja planiraju putem turizma (kultura, poljoprivreda) ili su usko vezane uz turizam (promet, zdravstvo), te kvalitetno planiranje razvoja turizma, destinacije i pratećih djelatnosti.
4. Poticati komplementarnost između poljoprivrede, ribarstva i turizma.
5. Provoditi strateški marketinški plan razvoja turizma PGŽ.
6. Poticati ubrzani proces privatizacije.
7. Obogatiti turističku ponudu i razviti selektivne oblike turizma.
8. Razvijati ruralni turizam i eko-etno sela.
9. Podići razinu kvalitete smještajnih kapaciteta.
10. Poticati ravnomjerniji turistički razvoj mikroregija županije.
11. Povećati konkurentnost turističke ponude na području cijele Županije.
12. Utjecati na državnu politiku glede zakonskog uređenja turističkog zemljišta.

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 branda 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:

PROGRAM RADA S FINANCIJSKIM PLANOM TURISTIČKE ZAJEDNICE KVARNERA ZA 2012. GODINU

- 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.

U 2010. godini započelo se s implementacijom projekta kroz sve aktivnosti TZ Kvarnera i to kroz:

- Izgradnju brenda Kvarner – uvođenje novih komunikacijskih konstanti
- E-marketing aktivnosti
- Promotivni materijali
- Klasične promotivne aktivnosti: intenziviranje PR aktivnosti, info aktivnosti i B2B.

U nastavku slijedi pregled plana prioriternih aktivnosti koje proizlaze iz projekta „Strateški marketinški plan turizma Kvarnera 2009.-2015“.

PROGRAM RADA S FINANCIJSKIM PLANOM TURISTIČKE ZAJEDNICE KVARNERA ZA 2012. GODINU

STRATEŠKI MARKETINŠKI PLAN TURIZMA KVARNERA 2009.-2015.

Opis aktivnosti	1. GODINA	2. GODINA	3. GODINA	4. GODINA	5. GODINA
PROMOCIJA I PODRŠKA PRODAJI					
1. PROMOCIJSKE KONSTANTE					
1.1. Organizacija i provođenje javnog natječaja					
1.2. Izrada promocijskih konstanti i standarda korištenja					
2. Lansiranje novog brenda Kvarnera					
2.1. Program i predstavljanje novog brenda i promocijskih konstanti TZ Kvarnera					
2.2. Radionice o korištenju promocijskih konstanti (sustav TZ-a i turističko gospodarstvo)					
3. Promocijski materijali					
3.1. Program redizajna promocijskih materijala u skladu s novim brendom i promocijskim konstantama					
3.2. Produkcija novih/redizajniranih promocijskih materijala					
4. Promocijske aktivnosti					
4.1. Program tematskih studijskih putovanja novinara i posrednika					
4.2. Unapređenje baze podataka novinara i posrednika (tržišta, specijalistička orijentacija)					
4.3. Definiranje detaljnog sadržaja 'Press' portala na www.kvarner.hr i punjenje					
4.4. Definiranje detaljnog sadržaja 'B2B' portala na www.kvarner.hr i punjenje					
4.5. Program specijaliziranih sajamskih nastupa					
4.6. Redizajn sajamskih nastupa u skladu s novim brendom i promocijskim konstantama					
4.7. Redizajn road-show prezentacija u skladu s novim brendom i promocijskim konstantama					
4.8. Redizajn nastupa na poslovnim radionicama/workshops u skladu s novim brendom i promocijskim konstantama					
4.9. Program (udruženog) oglašavanja u specijaliziranim medijima					
4.10. Redizajn oglasa u skladu s novim brendom i promocijskim konstantama					
4.11. Program sustava informacijskih centara turističkih zajednica (vrste centara, lokacije, standardi opremanja i uređenja, usluge)					
4.12. Koordinacija s drugim gospodarskim subjektima u vezi distribucije infosadržaja TZ Kvarnera (brodari, benzinske postaje i sl.)					
4.13. Koordinacija sa sustavom turističkih zajednica na uspostavi 'destinacijskog informacijskog sustava' (DIS) i 'prenošenju' informacija					
5. Interni marketing					
5.1. Prezentiranje glavnih odrednica SMPT Kvarnera stručnoj i široj javnosti					
5.2. Koordinacija sa sustavom turističkih zajednica i gospodarstvom na uspostavi 'Turističke mreže Kvarnera'					
5.3. Definiranje sadržaja i funkcioniranja virtualnog 'Kvarner Edutur Centra' na www.kvarner.hr, punjenje i lansiranje					
5.4. Definiranje sadržaja i funkcioniranja 'Kvarner TZ web' na www.kvarner.hr, punjenje i lansiranje					

PROGRAM RADA S FINANCIJSKIM PLANOM TURISTIČKE ZAJEDNICE KVARNERA ZA 2012. GODINU

Opis aktivnosti	1. GODINA	2. GODINA	3. GODINA	4. GODINA	5. GODINA
E - MARKETING					
1. Web stranice					
1.1. Jezična i sadržajna prilagodba web stranica pojedinim tržišnim segmentima (za 75% posjetitelja)					
(a) Poboljšanje sadržaja namijenjenog pojedinim tržištima i pojedinim tržišnim segmentima					
(b) Poboljšanje stila pisanja na stranim jezicima uz pomoć izvornih govornika					
1.2. Poboljšanje prirodne optimizacije Internet pretraživača za sve verzije web stranica					
1.3. Provođenje nezavisne revizije i ocjene ključnih web stranica prema UNWTO metodologiji (UNWTO Destination WebWatch; www.destinationwebwatch.org)					
2. CRM - Sustav za upravljanje odnosa s korisnicima					
2.1. Postavljanje i ostvarenje ključnih pokazatelja učinkovitosti (KPI) CRM sustava na godišnjoj razini					
(a) Broj potencijalnih posjetitelja koji će biti uključeni u e-marketing aktivnosti					
(b) Broj kontaktiranja svakog pojedinog posjetitelja na godišnjoj razini (npr. pomoću newslettera)					
(c) Ostvareni broj novih posjetitelja na web stranice					
(d) Doprinos e-marketing aktivnosti sveukupnim marketinškim aktivnostima TZ Kvarnera					
2.2. Postavljanje ciljeva vezanih za prikupljanje podataka o korisnicima (broj podataka, kvaliteta podataka)					
3. E-newsletter					
3.1. Poboljšanje procesa prijave na newsletter s ciljem postizanja većeg broja korisnika					
3.2. Sadržajno poboljšanje e-newslettera					
3.3. Pokretanje verzija e-newslettera koje bi bile prilagođene specifičnostima pojedinih tržišnih segmenata					
3.4. Uključenje ostalih partnera iz turističkog sektora u e-newsletter					
4. Poboljšanje kvalitete sadržaja					
4.1. Donošenje strategije preuzimanja sadržaja od lokalnih turističkih zajednica koji bi bili prilagođen ključnim tržišnim segmentima					
4.2. Implementacija on line formulara pomoću kojega bi svi poslovni subjekti iz turističkog sektora mogli samostalno ažurirati svoje podatke					
4.3. Preuzeti video zapise i materijale koji se odnose na turističke proizvode i usluge koji se promoviraju					
5. E-trgovina					
5.1. Posizanje dogovora oko mogućeg modela e-trgovine					
5.2. Omogućiti svim ključnim poslovnim subjektima na području TZ Kvarnera on line ažuriranje podataka vezanih za njihove smještajne objekte					
5.3. Omogućiti pretraživanje dostupnosti i cijena smještajnih objekata s jedinstvenog mjesta					

PROGRAM RADA S FINANCIJSKIM PLANOM TURISTIČKE ZAJEDNICE KVARNERA ZA 2012. GODINU

Opis aktivnosti	1. GODINA	2. GODINA	3. GODINA	4. GODINA	5. GODINA
6. Distribucija sadržaja					
6.1. Dostavljanje svih važnih sadržaja HTZ-u radi daljnje distribucije					
6.2. Dostavljanje svih važnih sadržaja regionalnim i lokalnim partnerima					
7. Web 2.0					
7.1. Usvajanje strategije korištenja web stranica za društveno umrežavanje; korištenje Wiki stranica i blogova					
8. Razvoj on line brenda					
8.1. (a) Razvijanje i prijenos svih komponenti novog brenda TZ Kvarnera (ključnih riječi, palete boja, videa, slika i sl.) na Internet					
(b) motivirati turistički sektor na pojačano korištenje novog brenda					
(c) Potpuna implementacija novog brenda na sve web stranice i e-newslettere					
9. Mobilni uređaji					
9.1. Razvoj mobilnih verzija web stranica za sva glavna tržišta					
10. Ljudski resursi					
10.1. Primanje u stalni radni odnos osobe koja ima iskustva u e-marketingu kako bi upravljala ranije navedenim aktivnostima (1-9) te nadgledala vanjsku suradnju					
10.2. Stručno osposobljavanje osoblja TZ Kvarnera kao i osoblja lokalnih turističkih zajednica					
11. Tehnički zahtjevi					
11.1. Izgradnja sustava prikupljanja, obrade i distribucije podataka					
11.2. Implementacija CMS sustava pogodnog za upravljanje sadržajima na klasičnim i mobilnim web stranicama					
11.3. Implementacija CRM sustava					
11.4. Implementacija sustava slanja e-newslettera					
11.5. Implementacija softvera za analizu posjećenosti web stranica					
11.6. Implementacija sustava poslovne inteligencije i izvještavanja kojima bi bili obuhvaćeni svi ključni poslovni pokazatelji (KPI)					

Temeljem odrednica „Strateškog marketinškog plana turizma Kvarnera 2009.-2015.“ u 2012. godini slijede sljedeće aktivnosti:

1.4.1. Daljnja implementacija nove brend strategije Kvarnera

Na prijedlog Ocjenjivačkog suda Turističko vijeće TZ Kvarnera je na sjednici održanoj 6. listopada 2009. godine proglasilo pobjednika, a to je idejno rješenje Studija „Bruketa & Žinić“ s konceptom „Raznolikost je lijepa“. Nadalje, idejno rješenje s konceptom „Raznolikost je lijepa“ prihvaćeno je i na sjednici Županijske skupštine PGŽ održanoj dana 28. listopada i sjednici Skupštine TZ Kvarnera održanoj dana 2. prosinca 2009. godine. TZ Kvarnera je od Studija „Bruketa & Žinić“ naručila izradu slogana i vizualnog identiteta i razradu mogućnosti implementacije izvedbenog rješenja i izradu knjige grafičkih standarda. U 2010. i 2011. godini uslijedila je opsežna aktivnost implementacije novog slogana i vizualnog identiteta destinacije Kvarner kroz sve promidžbene aktivnosti, a s kojom se nastavlja i u 2012. godini.

1.4.2. Promotivni materijali

Slijedom odrednica SMPT Kvarnera u 2012. godini slijede aktivnosti:

- Postupna priprema novih materijala i/ili novog koncepta

1.4.3. E-marketing aktivnosti

U 2012. godini nastavlja se s operacionalizacijom aktivnosti e-marketinga te izrađuje godišnji provedbeni projekt u skladu sa zadaćama proizašlim iz „Strateškog marketinškog plana turizma Kvarnera 2009.-2015.“ kako bi se ostvarili sljedeći strateški prioriteti:

- pristup novim tržišnim segmentima korištenjem novih e-marketing metoda
- pristup novim potrošačima do kojih dosadašnje e-marketing aktivnosti nisu dopirale
- kreiranje atraktivnog i vjerodostojnog on line brenda
- dovođenje potencijalnih potrošača na „point of sale“
- pružanje kvalitetnih informacija turistima prije i tijekom njihovog posjeta destinaciji.

1.4.4. Klasične promotivne aktivnosti: intenziviranje PR aktivnosti, info aktivnosti i B2B

Slijedom odrednica SMPT Kvarnera u 2012. godini slijede aktivnosti:

- **Odnosi s javnošću:** Odnosi s medijima, Road show prezentacije, Nastupi na sajmovima, Organizacija info i studijskih putovanja
 - program tematskih studijskih putovanja novinara
 - unapređenje baze podataka novinara
- **Oglašavanje:** Udruženo oglašavanje, Ciljano oglašavanje, Internet
 - punjenje i lansiranje novog portala www.kvarner.hr
- **Info aktivnosti:** Info punktovi (standard uređenja i oprema, razine usluga)
 - program sustava informacijskih centara TZ
 - koordinacija s drugim gospodarskim subjektima u vezi distribucije info sadržaja TZ Kvarnera
- **B2B:** kontinuirano informiranje posrednika, studijska putovanja, nastupi na sajmovima, radionice
 - program tematskih studijskih putovanja agenata
 - unapređenje baze podataka novinara i agenata
- **Interni marketing i intenzivno uključivanje:** Sustav TZ, gospodarstvo, JLS, Stručna javnost, Široka javnost
 - koordinacija sa sustavom TZ-a na uspostavi destinacijskog informacijskog sustava i prenošenju informacija
 - punjenje i lansiranje virtualnog „Kvarner Edutur Centra“

1.4.5. Ljudski resursi

- zapošljavanje osobe koja ima iskustva u e-marketingu kako bi upravljala svim aktivnostima
- stručno osposobljavanje zaposlenika TZ Kvarnera i zaposlenika TZ-članica

1.5. Međunarodna suradnja 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, RDA), kao i suradnju s ostalim relevantnim međunarodnim organizacijama. U 2012. godini plan je aktivnosti intenzivnije usmjeriti prema financiranju projekata fondova Europske unije.

2. CILJEVI POSLOVANJA TZ KVARNERA U 2012. GODINI

2.1. OSTVARENJE FIZIČKOG TURISTIČKOG PROMETA NA RAZINI OČEKIVANOG OSTVARENJA 2011. GODINE

- 2,16 milijuna dolazaka
- 11,62 milijuna noćenja

2.2. CILJNA TRŽIŠTA

U skladu sa SMPT Kvarnera:

Primarna	- domaće tržište / Hrvatska
Sekundarna	- Tržišta u blizini („6 velikih“): Njemačka, Slovenija, Italija, Austrija, Češka, Mađarska
	- Ostala tržišta u blizini: Srbija, Bosna i Hercegovina, Crna Gora
Tercijarna	Poljska, Slovačka, Nizozemska
Izazovna	V. Britanija, Skandinavija, Francuska, Švicarska, Španjolska
Ostala važna	Rusija, Ukrajina, S.A.D., Kanada, Japan, Kina, Indija

2.3. CILJNI POTROŠAČKI SEGMENTI

U skladu sa SMPT Kvarnera:

Gosti na odmoru:

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

2.4. PRIORITETNI TURISTIČKI PROIZVODI

Aktivni odmor	⇒ Ljetni odmor na suncu i moru ⇒ Odmor uz more izvan glavne sezone ⇒ Odmor u gorskim i ruralnim područjima
Poslovni turizam	⇒ Kongresi i skupovi ⇒ Team-building ⇒ Incentive
Zdravstveni turizam	⇒ Wellness ⇒ Thalasso ⇒ Medicinski programi
Proizvodi sporta i soft adventure	⇒ Planinarenje i hodanje ⇒ Biciklizam ⇒ Ronjenje ⇒ Sportske pripreme
Nautički turizam	⇒ Nautički turizam
Kulturni turizam	⇒ Događaji, festivali i manifestacije ⇒ Gastronomija ⇒ Vjerski turizam ⇒ Gradski turizam ⇒ Kulturne ture i touring

2.5. NAJVAŽNIJE AKTIVNOSTI TZ KVARNERA ZA 2012. GODINU:

2.5.1. Daljnja izrazita orijentacija na e-marketing

2.5.2. Daljnja implementacija nove brend strategije Kvarnera

2.5.3. Snažnije udružene aktivnosti sustava turističkih zajednica i gospodarstva:

- udružene tržišne aktivnosti
- posebne prezentacije
- studijska putovanja

2.5.4. Pojačana obrada najbližih emitivnih tržišta uz obradu odabranih, posebno važnih tržišta

2.5.5. Provođenje projekta „Kvarner Family“ i pojačana promocija obiteljskog smještaja

2.5.6. Promicanje Kvarnera kao:

- aviodestinacije
- cruising destinacije

2.5.7. Aktivnosti upravljanja destinacijom

2.5.8. Aktivnosti koordinacije djelovanja i nadzora izvršavanja ciljeva i zadaća turističkih zajednica općina i gradova s područja Kvarnera i to kako slijedi:

2.5.8.1. Koordinacija s turističkim zajednicama s područja Kvarnera

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

2.5.8.2. Koordinacija s turističkim zajednicama Gorskog kotara

- 12 koordinacija godišnje 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

2.5.8.3. 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.

Napomena: svi sastanci koordinacije dokumentiraju se pozivom na sastanak uz dnevni red, zatim materijalima za pojedine točke dnevnog reda, te zapisnicima sa sastanaka. Zapisnik s prethodnog sastanka, usvaja se na sljedećem.

A/ FUNKCIONALNI MARKETING

1. UNAPREĐENJE PROIZVODA / POBOLJŠANJE UVJETA BORAVKA GOSTIJU

1.1. VOLIM HRVATSKU 2012.

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.

1.1.1. Uređenost - "Više cvijeća, manje smeća"

Sustav hrvatskih turističkih zajednica i dalje potiče aktivnosti i sudjelovati u programima zaštite okoliša kao komparativne prednosti hrvatskog turizma te inicira i potiče aktivnosti za njegovo očuvanje kako bi se maksimalno pridonijelo boljem i ugodnijem boravku turista u turističkim mjestima.

1.1.2. Natječaj za osnovne škole i dječje vrtiće

Glavni ured Hrvatske turističke zajednice provodi uz znanje Ministarstva znanosti, prosvjete i športa RH i uz preporuku Zavoda za školstvo RH, interni natječaj u svim osnovnim školama za najbolje likovne i literarne radove te u svim dječjim vrtićima za najbolje likovne radove u 2012. godini. Svi prvonagrađeni radovi na razini županija prosljeđuju se Glavnom uredu za izbor najboljih radova na razini Hrvatske. TZ Kvarnera na županijskoj razini, a Glavni ured HTZ na državnoj, po završetku akcija dodjeljuju se nagrade i priznanja osnovnim školama i dječjim vrtićima za najbolje likovne i literarne radove.

1.1.3. Izbor djelatnika godine - Čovjek – ključ uspjeha

„Čovjek - ključ uspjeha“ je nacionalni program usmjeren na podizanje razine gostoljubivosti i stvaranja klime dobrodošlice u destinaciji sa sljedećim ciljevima:

- podržati gostoljubive i prijateljske stavove prema turistima,
- podignuti kvalitetu usluge,
- utjecati na podizanje stupnja zadovoljstva gostiju,
- utjecati na povrat gostiju i promidžbu usmenom predajom,
- širiti pozitivni image kroz preporuke samih gostiju.

Osim izbora i dodjele priznanja **„Djelatnik godine“** u 24 kategorije (organizator putovanja, agencijski djelatnik, djelatnik prodaje i marketinga u turizmu, turistički animator, turistički vodič, recepcijski djelatnik, konobar, kuhar, djelatnik hotelskog domaćinstva, privatni iznajmljivač, carinik, policajac, inspektor, djelatnik u pomorskom prijevozu, djelatnik u zračnom prijevozu, vozač, taksist, prodavač, hortikulturni djelatnik, čistač, spasilac na plažama i bazenima, djelatnik u ostalim uslužnim djelatnostima, djelatnik u sustavu turističkih zajednica, domaćin turističkog seljačkog gospodarstva), HTZ pokreće promidžbenu kampanju putem televizije emitiranjem TV spota „Čovjek je ključ uspjeha u turizmu – budimo dobri domaćini“.

1.1.4. Akcije «Plavi cvijet» i «Zeleni cvijet»

Akcija "Plavi cvijet" provodi se u primorskoj Hrvatskoj za izbor najuređenijeg turističkog grada, općine i mjesta te izbor najljepšeg parka, okućnice, ulice, trga, suvenira, balkona, TIC-a, plaže, okoliša benzinske postaje, zatim najoriginalnije turističke ponude, turističke manifestacije temeljene na tradiciji i kulturnoj baštini.

PROGRAM RADA S FINANCIJSKIM PLANOM TURISTIČKE ZAJEDNICE KVARNERA ZA 2012. GODINU

Akcija "Zeleni cvijet" organizira se u sustavu kontinentalnih turističkih zajednica te provoditi izbor najuređenijeg grada, općine i mjesta, izbor najljepšeg parka, okućnice, ulice, trga, balkona, TIC-a, suvenira, okoliša benzinske postaje, kupališta najoriginalnije turističke ponude, turističke manifestacije temeljene na tradiciji i kulturnoj baštini.

TZ Kvarnera osniva povjerenstva akcija te organizira izbor za područje Kvarnera i prvoplasirane na županijskoj razini kandidirati HTZ-u za izbor na državnoj konkurenciji.

1.1.5. Europske destinacije izvrsnosti

Tijekom 2005. godine započeo je pilot projekt izbora Europske destinacije izvrsnosti u zemljama članicama EU, a Hrvatska ima pravo sudjelovanja bez prava na financijsku potporu. Ciljevi projekta su: promicanje europskog turizma, stvaranje svijesti o raznolikosti i kvaliteti europske turističke ponude, promicanje zemalja i regija, ublažavanje sezonalnosti, balansiranje turističkih tokova (kako vremenski, tako i destinacijski), umrežavanje i promoviranje nagrađenih destinacija i stimuliranje drugih destinacija da prihvate modele održivog razvoja turizma. U Hrvatskoj akciju provodi Hrvatska turistička zajednica sa sustavom turističkih zajednica. Povjerenstvo koje imenuje direktor Glavnog ureda Hrvatske turističke zajednice obilazi kandidate i ocjenjuje ih prema kriterijima usuglašenim s općim europskim kriterijima. Prema akcijskom programu potvrđenom od Europske komisije, nacionalnom pobjedniku uručit će se priznanje na "Danima hrvatskog turizma".

1.1.6. Doživi Hrvatsku – Experience Croatia

U suradnji s Ministarstvom turizma i Ministarstvom kulture te sustavom turističkih zajednica, Glavni ured Hrvatske turističke zajednice provodit će nacionalni program oznake kvalitete u kulturnom turizmu "Doživi Hrvatsku – Experience Croatia" sa svrhom ocjenjivanja i unapređenja kulturno-turističke ponude.

TZ Kvarnera poziva turističke zajednice – članice da s kvalitetnim kandidaturama po svim kategorijama sudjeluju u akcijama projekta „Volim Hrvatsku“.

Nacionalnim pobjednicima uručuju se priznanja i nagrade na "Danima hrvatskog turizma".

1.1.7. Kvarner Expo'12

TZ Kvarnera podržava i u suradnji s HOK Obrtničkom komorom PGŽ suorganizira 9. po redu izložbu suvenira s područja Kvarnera i cijele Hrvatske, pod nazivom «Kvarner Expo '12», koji se održava od 4. do 7. travnja 2012. godine. Stručna ocjenjivačka komisija dodjeljuje najoriginalnijim suvenirima nagradu – Kristalnu vazuu. Također, u 2012. godini dodjeljuje se i nagrada za Najoriginalniji suvenir Kvarnera.

- poticanje umrežavanja obrtnika s područja PGŽ

1.1.8. Suradnja s PU PG

Temeljem dosadašnje uspješne suradnje TZ Kvarnera u suradnji s PU PG nastavlja aktivnosti s ciljem informiranja o stanju sigurnosti stranih i domaćih gostiju na području Primorsko-goranske županije i podizanju mjera samozaštite svih gospodarskih subjekata u turizmu.

1.1.9. Ocjenjivanje najboljih restorana i konoba na Kvarneru

Tijekom 2012. godine provodi se akcija ocjenjivanja restorana i konoba slijedom koje se ažurira tematska brošura "Restorani i konobe" autora Franka Lukeža.

Budžet projekta:

320.000 kn

Nositelj projekta:

**T Z Kvarnera u suradnji sa
sustavom TZ-a i ostalim**

Rok izrade: **sudionicima**
tijekom cijele 2012. godina

1.2. TURISTIČKA SIGNALIZACIJA

S razine HTZ-a – očekuje se informacija.

S razine TZ Kvarnera:

- u skladu s novim komunikacijskim konstantama redesign panoa (turistička i cestovna karta i dr.) i prometne signalizacije Info punkta „Vrata Jadrana“ i dr.
- postavljanje turističke signalizacije na novim prometnim pravcima i turističkim lokacijama, u suradnji s lokalnim turističkim zajednicama

Budžet projekta: **100.000 kn**
Nositelj projekta: **TZ Kvarnera**
Rok izrade: **siječanj – lipanj 2012.**

1.3. POTPORE MANIFESTACIJAMA I PROJEKTIMA

1.3.1. 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 i u dnevnom glasilu Novi list. Povjerenstvo za odobravanje potpora 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 2012. 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.

Budžet projekta: **370.000 kn**
Nositelj projekta: **TZ Kvarnera**
Rok izrade: **siječanj – lipanj 2012.**

1.3.2. Pružanje potpore projektima manje valoriziranih turističkih područja

TZ Kvarnera pruža potporu projektima manje valoriziranih turističkih područja, koja su velik potencijal u daljnjem obogaćivanju ukupne turističke ponude Kvarnera, kao što su predstavljanja Gorskog kotara u sklopu raznih događanja na domaćem i stranom tržištu, promicanje manifestacija koje se održavaju na području Gorskog kotara, promicanje autohtonih proizvoda i sl.

Budžet projekta: 140.000 kn
Nositelj projekta: TZ Kvarnera u suradnji s TZ-ima Gorskog kotara
Rok izrade: tijekom 2012.

1.4. PROJEKT „KVARNER FAMILY“

„KVARNER FAMILY“ naziv je jedinstvenog pilot projekta u Hrvatskoj s ciljem brendiranja apartmana i kuća za odmor privatnih iznajmljivača smještaja na Kvarneru. Projekt je pokrenula Primorsko-goranska županija, a provodi ga Turistička zajednica Kvarnera u suradnji s lokalnim turističkim zajednicama. Izradi projekta »KVARNER FAMILY«, kojeg su podržali Ministarstvo turizma i Glavni ured Hrvatske turističke zajednice, prethodila su opsežna istraživanja obiteljskog smještaja koji sa svojih 87.400 stalnih postelja čini 51% ukupnih smještajnih kapaciteta na prostoru Kvarnera.

Riječ je o sustavu standarda i mjerila kojima se želi stvoriti nova osnova za povezivanje nositelja obiteljskog smještaja u cijeloj Primorsko-goranskoj županiji. Osnovni kriteriji za dobivanje ove dodatne oznake su: uređenje okoliša, ugodno opremljen interijer, prepoznatljivost objekta, ali i poštivanje tradicije, vjernost gostiju te doživljaj domaćinskog i obiteljskog ugođaja. Time se objekti s oznakama „KVARNER FAMILY“ žele učiniti tržišno prepoznatljivim, a za razinu kvalitete jamčiti će u posebnom web katalogu na internetskim stranicama i u promotivnim materijalima Županijska i lokalne turističke zajednice.

Aktivnosti projekta „Kvarner Family“ obuhvaćaju:

- s razine PGŽ – provedbu i koordinaciju na projektu; djelovanje Povjerenstava s tri razine – prvostupanjsko/temeljno Povjerenstvo (na lokalnoj razini), drugostupanjsko Povjerenstvo (na županijskoj razini), Povjerenstvo za provedbu projekta / tzv. operativno tijelo na razini PGŽ
- s razine TZ Kvarnera - **pojačane promidžbene aktivnosti obiteljskog smještaja:**
- **web katalog Kvarner Family** – ažuriranje, dopunjavanje i održavanje web kataloga u 5 jezičnih verzija (hrvatski, engleski, njemački, talijanski i slovenski jezik) u suradnji s lokalnim turističkim zajednicama. Svaki iznajmljivač predstavljen je početnom stranicom i stranicama smještajnih jedinica. Prikaz obuhvaća informacije o iznajmljivaču, 10 fotografija, pozdravni tekst domaćina, grafički prikaz ponude i sadržaja koje iznajmljivač nudi, udaljenosti od plaže, centra, trajektne luke, zračne luke, ..., stranih jezika koje domaćin koristi, pa sve do dodatnih aktivnosti u blizini (teniski tereni, ribolov, jedrenje, vinske ceste,...). Uz to omogućeno je i korištenje Google karte s točnom lokacijom odabranog objekta i tražilicom koja će omogućavati pretraživanje po mjestu, vrsti smještaja i broju zvjezdica te kalendar popunjenosti (pretraživanje po 3 kriterija: mjesto, vrsta smještaja i broj zvjezdica).
- **promo knjižica** – TZ Kvarnera priprema promotivnu brošuru Kvarner Family koja je namijenjena animaciji privatnih iznajmljivača s područja Kvarnera.
- **road show prezentacije** – TZ Kvarnera organizira road show prezentacije na koje su pozvani privatni iznajmljivači s Kvarner Family standardom na hrvatskom, slovenskom,

PROGRAM RADA S FINANCIJSKIM PLANOM TURISTIČKE ZAJEDNICE KVARNERA ZA 2012. GODINU

- 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**
 - **sudjelovanje u organizaciji edukativnih radionica za nositelje kvalitete Kvarner Family**
 - **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).

Budžet projekta: 130.000 kn
Nositelj projekta: TZ Kvarnera
Rok izrade: tijekom 2012.

1.4.1. Projekt „Domus Bonus“

Na prijedlog Hrvatske turističke zajednice TZ Kvarnera je potpisala ugovor za uključenje u projekt unapređenja i promocije kvalitetnog privatnog smještaja pod nazivom „Domus Bonus“.

Budžet projekta: 15.000 kn
Nositelj projekta: HTZ i TZ Kvarnera
Rok izrade: tijekom 2012.

1.5. MREŽA ŽUPANIJSKIH INFO PUNKTOVA „KVARNER INFO“

«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 odmorištu 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 365 dana u godini, odnosno, neprekidno od dana otvorenja.

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

Budžet projekta: 240.000 kn
Nositelj projekta: TZ Kvarnera
Rok izrade: tijekom 2012.

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

- «Kvarner Info - Jug» u Novom Vinodolskom - početak djelovanja u 2006. godini u organizaciji nositelja TZG Novi Vinodolski

PROGRAM RADA S FINANCIJSKIM PLANOM TURISTIČKE ZAJEDNICE KVARNERA ZA 2012. GODINU

- **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

Budžet projekta: 105.000 kn
Nositelj projekta: TZ otoka Krka
Rok izrade: tijekom 2012.

- **Info punkt Gorskog kotara u Delnicama** – početak djelovanja u 2008. godini suradnji s Gradom Delnicom i TZG Delnica

Turistička zajednica Kvarnera poziva nositelje ostalih županijskih info punktova da aktivnosti usklađivanja vizualnog identiteta info punktova „Kvarner Info“ s novim komunikacijskim konstantama ugrade u programe rada za 2012. godinu.

Prijedlog SMPTPGŽ:

Svi centri za posjetitelje u subregijama i info punktovi lokalnih TZ-a (TIC) se prema utvrđenom standardu uređenja i opremanja te razine usluga uključuju u županijsku mrežu info punktova „Kvarner Info“.

1.6. WELCOME SERVIS NA GRANIČNIM PRIJELAZIMA

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

Budžet projekta: 41.000 kn
Nositelj projekta: HTZ i TZ Kvarnera
Rok izrade: tijekom 2012.

2. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA

2.1. DJELOVANJE U SKLADU S "GLAVNIM PLANOM RAZVITKA TURIZMA PGŽ 2005.-2015.", IMPLEMENTACIJA I MONITORING

U 2012. godini TZ Kvarnera se zalaže se temeljem Izmjena i dopuna Glavnog plana razvitka turizma koje će se dati na usvajanje Skupštini TZ Kvarner i Skupštini PGŽ do konca 2011. godine:

- nastavak poticanja **usvajanja projekta** od strane jedinica lokalne samouprave u izvornom ili prilagođenom obliku, kako bi se osigurao osnovni preduvjet za provođenje daljnjih aktivnosti
- daljnji **monitoring projekta**.

Također, TZ Kvarnera će surađivati s PGŽ, RRA Porin d.o.o. Rijeka i jedinicama lokalne samouprave na promociji ostalih kapitalnih projekata Plana.

Budžet projekta: 10.000 kn
Nositelj projekta: TZ Kvarnera
Rok izrade: tijekom 2012.

2.2. DALJNJA IMPLEMENTACIJA „STRATEŠKOG MARKETINŠKOG PLANA TURIZMA PRIMORSKO-GORANSKE ŽUPANIJE 2009.-2010“.

Više na str. 6.

Budžet projekta: 10.000 kn
Nositelj projekta: TZ Kvarnera
Rok izrade: tijekom 2012.

2.3. MONITORING IMPLEMENTACIJE PROJEKTA "STRATEŠKI MARKETINŠKI PLAN TURIZMA KVARNERA 2009.-2015."

- potpora provođenju plana kroz edukaciju i tehničku potporu
- monitoring provedbe Plana i osmišljavanje korektivnih mjera

Budžet projekta: 10.000 kn
Nositelj projekta: TZ Kvarnera
Rok izrade: tijekom 2012.

2.4. TRŽIŠNA ISTRAŽIVANJA I IZOBRAZBA

S ciljem stvaranja pretpostavki za uspješno promotivno djelovanje, provode se aktivnosti:

- istraživanje tržišta
- edukacija djelatnika u skladu s novim strategijama komunikacije
- organizacija stručnih posjeta u suradnji sa specijaliziranim ustanovama i s HTZ-om
- edukacija osoblja na sajmovima (informatora i voditelja štandova)

Budžet projekta: 40.000 kn
Nositelj projekta: TZ Kvarnera
Rok izrade: tijekom 2012.

2.5. UNAPREĐENJE FORMIRANJA I INFORMATIZACIJE PODATAKA

U cilju lakšeg praćenja i analize fizičkog turističkog prometa te naplate i evidencije obveznika po osnovi boravišne pristojbe, Glavni ured HTZ-a će izraditi i unaprijediti postojeći sustav formiranja i informatizacije podataka te aplikaciju prepustiti turističkim zajednicama-članicama i gospodarstvu. TZ Kvarnera će vlastitu aplikaciju uskladiti s aplikacijom Glavnog ureda HTZ-a, odnosno, unaprijediti postojeće rješenje.

Budžet projekta: 10.000 kn
Nositelj projekta: HTZ
Rok izrade: tijekom 2012.

2.6. KATALOG FOTO, VIDEO I PROMO 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

Budžet projekta: 56.000 kn
Nositelj projekta: TZ Kvarnera
Rok izrade: tijekom 2012.

3. KOMUNIKACIJSKE TAKTIKE

- **Oglašavanje:** Na poznatim stranim i domaćim portalima, ciljano oglašavanje i oglašavanje u inflight magazinima i bannerima low cost kompanija.
- **Intenziviranje PR, info i B2B aktivnosti:** U sklopu klasičnih promocijskih aktivnosti naglasak se stavlja na one koji pružaju mogućnost za što izravniju komunikaciju s bilo s medijima, posrednicima ili samim posjetiteljima.
- **Intenziviranje internog marketinga:** Naglasak se također stavlja na promocijske aktivnosti okrenute prema lokalnoj zajednici, ali i široj stručnoj javnosti.

3.1. OGLAŠAVANJE – media plan TZ Kvarnera

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

Aktivnosti oglašavanja obuhvaćaju:

- **oglašavanje na Internetu** (npr.: banneri, plaćeni oglasi na Google.com)
- **ciljano oglašavanje** - 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.

Za tržište njemačkog govornog područja i za britansko tržište oglašavanje se provodi u suradnji s PR agencijama.

Budžet projekta: 250.000 kn
Nositelj projekta: TZ Kvarnera
Rok izrade: travanj – lipanj i rujna - listopad 2012.

3.2. INFO I PROMO MATERIJALI

TZ Kvarnera je u dosadašnjem djelovanju proizvela čitavu paletu tiskanog info i promo materijala, od turističkog informatora, image-brošure, turističkog vodiča, cestovne i turističke karte, do seta tematskih brošura koje prate pojedine segmente turističke ponude i to kako slijedi:

«Kamping»	«Staze i šetnice»
«Obiteljski smještaj»	«Hodočastiti svetištima»
«Pod krilom galeba»	«Karneval na Kvarneru»
«Užitak ronjenja»	»Kongresi i događaji»
»Biciklom po Kvarneru»	«Zdrav odmor na Kvarneru»
»Gastro Kvarner»	«Lica kulturnog identiteta»
»Restorani i konobe»	«Zaštićena prirodna baština»
«Gorski kotar»	»Lujzijana - povijesno turistička cesta"

Ovisno o potrebama pristupa se dotisku materijala, a sve brošure dostupne su na web portalu Kvarnera.

PROGRAM RADA S FINANCIJSKIM PLANOM TURISTIČKE ZAJEDNICE KVARNERA ZA 2012. GODINU

Budžet projekta: 90.000 kn
Nositelj projekta: TZ Kvarnera
Rok izrade: lipanj - prosinac 2012.

- **priprema novih materijala:**

U skladu sa SMPT Kvarnera:

- image info brošura – u 2011. godini pristupilo se pripremi nove image info brošure koja sadrži kraće informativne tekstove s puno korisnih informacija (koje nisu sklone čestim promjenama) i fotografijama koje prenose lokalne ambijentalne vrijednosti. Namijenjena je širokoj publici putem sajмова, direktnog marketinga, Interneta, info-punktova sustava TZ-a. U 2012. slijedi tisak brošure.
- B2B brošura – koncept i sadržaj brošure izrađen je u suradnji s Institutom za turizam. Radi se o opsežnom materijalu koji pruža niz korisnih informacija za 'business', a koji partnerima mogu biti od pomoći u kreiranju turističkih proizvoda. Tiska se za svaku godinu/sezonu, a obuhvaća: opće informacije o regiji (s detaljnom turističkom kartom), informacije o smještaju, informacije vezane uz aktivnosti/turističke proizvode, pregled glavnih resursa i atrakcija, pregled prijevoznika, turističkih agencija, turističkih vodica, info ureda, turističkih zajednica i drugih sudionika u stvaranju turističkih proizvoda. Brošura je namijenjena poslovnim partnerima, turoperatorima i agencijama. Distribuira se putem sajмова, direktnom poštom te na obilascima, skupovima i radionicama koje se organiziraju za poslovne partnere (npr. 'Buy Croatia' i 'Sell Croatia'). Osim u tiskanom obliku dostupna je i na Internet stranicama TZ Kvarnera gdje se može virtualno pregledavati i preuzimati.
- cestovne i turistička karta regije – redizajn i inoviranje cestovne i turističke karte Kvarnera.
- Cruising na Kvarneru (radni naslov) - specijalizirana brošura, obuhvaća detaljan opis destinacije s izletničkom ponudom namijenjenom cruising gostima, kao i informacija o tehničkim uvjetima neophodnim za brodaru (mogućnosti prihvata broda, karakteristike veza, dubina mora uz obalu, sidrište i sl.)
- tematska brošura „Restorani i konobe“ – temeljem provedene akcije ocjenjivanja najboljih restorana i konoba slijedi ažuriranje i tisak novog izdanja brošure
- tematska brošura „Biciklom po Kvarneru“ – priprema redizajnirane i inovirane tematske brošure s prikazom najatraktivnijih biciklističkih staza kao i ostalih atrakcija na Kvarneru.

Budžet projekta: 420.000 kn
Nositelj projekta: TZ Kvarnera
Rok izrade: tijekom 2012.

3.3. MANIFESTACIJE NA KVARNERU 2012.

Godišnji pregled najznačajnijih manifestacija i priredaba na Kvarneru tijekom 2012. godine. Višegodišnje stečeno iskustvo i konstantna suradnja s turističkim zajednicama članicama na ovome proizvodu rezultiralo je izvrsnim kalendarom priredaba za godinu dana unaprijed.

Budžet projekta: 200.000 kn
Nositelj projekta: TZ Kvarnera
Rok izrade: siječanj - travanj 2012.

3.4. NEWSLETTER KVARNERA

TZ Kvarnera u suradnji s marketinškom agencijom nastavlja projekt Kvarner Newsletter - redovito informiranje novinara i partnera u zemlji i inozemstvu. Projekt obuhvaća, prikupljanje, odabir i obradu vijesti i informacija na hrvatskom, engleskom, a od 2012. godine i na njemačkom jeziku koje se plasiraju na formirane mailing liste s više od 2.200 adresa novinara i partnera, odnosno, na web portal Kvarnera i Facebook stranicu Vist Kvarner.

Budžet projekta: 230.000 kn
Nositelj projekta: TZ Kvarnera
Rok izrade: tijekom 2012.

3.5. PRESS MAPA KVARNERA

Za potrebe PR aktivnosti izrađuje se press mapa Kvarnera, a u skladu s novim brendom Kvarnera. Koncept mape je prilagođen jednostavnom rukovanju i distribuciji (prezentacije, press konferencije, studijska putovanja i ostale prigode) i daje informacije o Kvarneru, novom brendu Kvarnera, upečatljive priče i informacije o određenim događajima i novostima o kojima se želi informirati javnost.

Budžet projekta: 20.000 kn
Nositelj projekta: TZ Kvarnera
Rok izrade: tijekom 2012.

3.6. OSTALI/RAZNI PROMIDŽBENI MATERIJAL

- roll up poster, vrećice, privjeske za putne torbe, ručnike, memorijske stikove i ostali materijal.

Budžet projekta: 70.000 kn
Nositelj projekta: TZ Kvarnera
Rok izrade: tijekom 2012.

3.7. STUDIJSKA PUTOVANJA NOVINARA I SURADNJA S NOVINARIMA

Ova marketinška aktivnost slijedi smjernice ostalih aktivnosti TZ Kvarnera u skladu s prioritarnim 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 pripremit će 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**
- **na prijedlog partnera.**

Očekuju se modeli sufinanciranja modela HTZ-a za 2012. godinu.

Prihvata i boravak na Kvarneru organizira se uz suorganizaciju i financijsku potporu lokalnih turističkih zajednica i gospodarskih subjekata.

PROGRAM RADA S FINANCIJSKIM PLANOM TURISTIČKE ZAJEDNICE KVARNERA ZA 2012. GODINU

Budžet projekta: 180.000 kn
Nositelj projekta: TZ Kvarnera
Rok izrade: tijekom 2012.

3.8. NACIONALNE PRESS KONFERENCIJE

Nacionalne press konferencije u organizaciji Glavnog ureda HTZ-a izvrstan su kanal promocije koje koristi TZ Kvarnera. Za press konferencije TZ Kvarnera priprema press kit.

TZ Kvarnera uz konzultaciju s lokalnim turističkim zajednicama dostavlja Glavnom uredu HTZ-a i predstavništvima HTZ-a u inozemstvu informacije i novosti za nacionalne press konferencije.

4. PRODAJA, PROMOCIJA I DISTRIBUCIJA

4.1. E-MARKETING AKTIVNOSTI / WEB PORTAL

U 2011. godini je priprema se novi, unaprijeđeni web portal Kvarnera te slijedi:

- izrada informacijsko-komunikacijskog sustava Kvarnera uz uključenje i zajedničku promociju svih sudionika turističkog sektora
- prisutnost na blogovima¹ i wiki² stranicama
- društveno umrežavanje na korisnički kreiranim sadržajima i stranicama općeg karaktera i na stranicama specijaliziranim za turizam i putovanja
- prisutnost na mashups³ sadržajima (Google maps, Tripadvisor)
- korištenje RSS⁴ tehnologije za distribuciju podataka turističkom sektoru
- on line planiranje putovanja
- daljnji razvoj wap-a i korištenje SMS usluga
- distribucija sadržaja na GPS uređaje
- CRM – sustav upravljanja odnosa s korisnicima (broj potencijalnih pokazatelja koji će biti uključeni u e-marketing aktivnosti, broj kontaktiranja svakog pojedinog posjetitelja na godišnjoj razini (newsletter), ostvareni broj novih posjetitelja web portala, doprinos e-marketing aktivnosti sveukupnim marketinškim aktivnostima

Aktivnosti e-marketinga su, osim aktivnosti vezanih uz web portal Kvarnera, utkane i u sve ostale aktivnosti TZ Kvarnera: info aktivnosti info punktova „Kvarner Info“, media plan TZ Kvarnera i udruženo oglašavanje, info i promo materijali (ministe-ovi), newsletter, suradnja s medijima i agentima, interni marketing te tržišna istraživanja i izobrazba i interni marketing.

TZ Kvarnera poziva turističke zajednice – članice i gospodarstvo da se uključe i zajednički pridonesu uspjehnosti e-marketing aktivnosti Kvarnera.

Budžet projekta: 180.000 kn
Nositelj projekta: TZ Kvarnera
Rok izrade: tijekom 2012.

4.2. STUDIJSKA PUTOVANJA AGENATA I SURADNJA S AGENTIMA

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

¹ Blog – (skraćena od Web log) su posebne vrste Internet stranica koje se često ažuriraju. Predstavljaju jedan od neformalnih komunikacijskih kanala s potencijalnim turistima, a cilj im je pružanje dodatnih informacija o različitim aspektima dolaska i boravka turista u destinaciji.

² Wiki stranice – su posebna vrsta Internet stranica koje se često ažuriraju, pa su stoga slične blogovima. Međutim, za razliku od blogova, kod kojih sadržaj mogu ažurirati isključivo vlasnici bloga, sadržaj wiki stranica mogu ažurirati i mijenjati svi korisnici te je njihov glavni smisao suradnja i dijeljenje informacija među korisnicima Interneta.

³ Mash-up su servisi ili mrežne aplikacije koje je moguće naći na Internetu a koji kombiniraju informacije iz različitih izvora i integriraju ih na jedinstveno mrežno mjesto (web site). Dobar primjer korištenja mash upa je korištenje google mapa kao kartografske podloge na koju se mogu dodavati različite turističke proizvode i usluge.

⁴ RSS (Really Simple Syndication) omogućava čitanje naslova i sažetka vijesti, blogova i sličnog pomoću posebnih programa ili dodataka.

PROGRAM RADA S FINANCIJSKIM PLANOM TURISTIČKE ZAJEDNICE KVARNERA ZA 2012. GODINU

TZ Kvarnera će u suradnji s udrugom Skål International Kvarner, Kongresnim uredom HTZ-a i TZG Opatije biti domaćin Polugodišnjeg susreta Vijeća International Skål-a (International Skål Council Mid-Year Meeting-a) koji će se održati u Opatiji od 20. do 23. travnja 2012. godine.

Također, predstavnici Med Cruise udruženja bit će pozvani na studijsko putovanje na Kvarner.

Očekuju se modeli sufinanciranja modela HTZ-a za 2012. godinu.

Prihvat i boravak na Kvarneru organizirat će se u suradnji s lokalnim turističkim zajednicama i gospodarskim subjektima.

Budžet projekta: 80.000 kn
Nositelj projekta: TZ Kvarnera
Rok izrade: tijekom 2012.

4.3. JAVNI POZIV HTZ-A ZA OGLAŠAVANJE U PROMOTIVNIM KAMPANJAMA I/ILI PROMOTIVNO/PRODAJNIM KANALIMA ORGANIZATORA PUTOVANJA I ZRAČNIH PRIJEVOZNIKA

Napomena: u očekivanju modela HTZ-a i MINT-a za 2012. godinu.

4.3.1. Javni poziv HTZ-a za oglašavanje u promotivnim kampanjama i/ili promotivno/prodajnim kanalima organizatora putovanja i zračnih prijevoznika

TZ Kvarnera prati gospodarstvo u sufinanciranju oglašavanja u promotivnim kampanjama i/ili promotivno/prodajnim kanalima organizatora putovanja i zračnih prijevoznika koje kandidira HTZ-u, po svim modelima oglašavanja.

Očekuje se da će Glavni ured HTZ-a u suradnji s Ministarstvom turizma RH raspisati Javni poziv HTZ-a za oglašavanje u promotivnim kampanjama i/ili promotivno/prodajnim kanalima organizatora putovanja i zračnih prijevoznika, a TZ Kvarnera će Javni poziv proslijediti sustavu turističkih zajednica. TZ Kvarnera poziva gospodarstvo i sustav TZ-a na što veće udruživanje sredstava.

Turističko vijeće TZ Kvarnera imenovalo u 2011. godini je trajnu Radnu skupinu za udružene tržišne aktivnosti, koja kontinuirano tijekom godine prati provođenje ugovorenih programa.

TZ Kvarnera poziva gospodarstvo i sustav TZ-a na što veće udruživanje sredstava.

Budžet projekta: 400.000 kn
Nositelj projekta: TZ Kvarnera
Rok izrade: tijekom 2012.

4.3.2. Promicanje Kvarnera kao avio-destinacije

TZ Kvarnera i nadalje potiče razvitak Kvarnera kao avio-destinacije kroz:

- **Javni poziv HTZ-a za oglašavanje u promotivnim kampanjama i/ili promotivno/prodajnim kanalima organizatora putovanja i zračnih prijevoznika**
– Turističko vijeća TZ Kvarnera iniciralo je aktivnosti udruživanja sredstava za sufinanciranje oglašavanja zračnih prijevoznika na Zračnu luku „Rijeka“ i to s razine turističkog gospodarstva, s regionalne razine: PGŽ i TZPGŽ, zatim HGK ŽK Rijeka i HOK Obrtnička komora PGŽ te s lokalne razine: JLS i turističke zajednice-članice.
- TZ Kvarnera je u listopadu 2011. godine, zajedno sa Zračnom lukom Rijeka nastupila na workshopu Routes 2011. u Berlinu, na kojem je održan niz sastanaka. Rezultat održanih sastanaka je namjera avio kompanija da ozbiljno razmotre mogućnost uspostave letova na Zračnu luku „Rijeka“ u 2012. godini, te da sudjeluju u Natječaju za udruženo oglašavanje koji raspisuje Hrvatska turistička zajednica početkom studenoga 2011. godine (za 2012. godinu). S obzirom da je s Ryanairom u 2011. godini potpisan ugovor na 5 godina, očekuje se nastavak suradnje i u 2012. godini.
- **oglašavanje u inflight magazinima, web stranicama i katalozima avio prijevoznika i/ili organizatora putovanja,**
- **organizaciju posebnih prezentacija na ino tržištima,**
- **nastupe na sajmovima na tržištima i/ili gradovima koji su povezani sa Zračnom lukom Rijeka**
- **prihvat specijaliziranih studijskih putovanja novinara i agenata,**
- **sufinanciranje djelovanja info punkta „Kvarner Info – Zračna luka Rijeka“ na otoku Krku.**

Budžet projekta: 4.500.000 kn
Nositelj projekta: TZ Kvarnera u suradnji s HTZ-om, lokalnim TZ-ima, gospodarstvom, PGŽ, JLS, HOK
Rok izrade: tijekom 2012.

4.4. 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.

4.4.1. 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 51 sajmu i 31 tržištu** od čega:
 - **21 sajмова s nacionalnim prezentacijama:**
 - Stuttgart - CMT
 - Beč - FERIE NMESSE,
 - Prag - HOLIDAY WORLD,
 - Milano - BIT,
 - Utrecht - VAKANTIEBEURS,
 - Hamburg - REISEN,
 - München - f.re.e,
 - Berlin - ITB,
 - Bratislava - SLOVAKIATOUR,
 - Madrid - FITUR,
 - Zürich - FESPO,
 - Beograd - IFT,
 - Paris - MAP,
 - Budimpešta - UTASAS,
 - Moskva - MITT,
 - Goetheborg - TUR,
 - Ljubljana - TIP,
 - Bruxelles - VACANCES,
 - Zagreb - CROTOUR,
 - Tokyo - JATA-WTF,
 - London - WTM
 - **10 specijaliziranih sajмова,**
 - **11 općih sajмова (s informativnim punktom)**
 - **9 sajмова na dalekim i novim tržištima**

PROGRAM RADA S FINANCIJSKIM PLANOM TURISTIČKE ZAJEDNICE KVARNERA ZA 2012. GODINU**SAJMOVI U 2012.**

Izvor: Obavijest HTZ-a za 2012. godinu

RB	GRAD	SAJAM	DATUM
SIJEČANJ/JANUARY			
1	London	Boat Show	06.-15.1.
2	Utrecht	Vakantiebeurs	10.-15.1.
3	Beč	Ferienmesse	12.-15.1.
	Hotel & Camping Cres		
4	Stuttgart	CMT	14.-22.1.
	Jadranka kampovi Lošinj		
5	Madrid	FITUR	18.-22.1.
6	Helsinki - FIN	MATKA	19.-22.1.
7	Bratislava	Slovakiatour	19.-22.1.
8	Leeuwarden	CARAVANSALON	19.-24.1.
9	Düsseldorf	BOOT	21.-29.1.
	Marina & Yachting		
10	Ljubljana	TIP	26.-29.1.
11	Zürich	FESPO	26.-29.1.
12	Antwerpen	Vakantiesalon	26.-30.1.
13	Dublin	Holiday World	27.-29.1.
VELJAČA/FEBRUARY			
14	Bruxelles	Vacances	02.-06.2.
15	Hamburg	Reisen	08.-12.2.
16	Prag	Holiday World	09.-12.2.
17	Kopenhagen	Ferie	10.-12.2.

PROGRAM RADA S FINANCIJSKIM PLANOM TURISTIČKE ZAJEDNICE KVARNERA ZA 2012. GODINU

18	Tel Aviv	IMTM	14.-15.2.
19	Milano	BIT	16.-19.2.
	Jadrolinija		
20	München	f.re.e	22.-26.2.
21	Essen	Reise & Camping	22.-26.2.
22	Beograd	IFT	23.-26.2.
23	Herning	Ferie for alle	24.-26.2.
24	Lisabon	BTL	29.2.-04.3.
25	Nürnberg	Freizeit	29.2.-04.3.
	OŽUJAK/MARCH		
26	Tulln	BOOT	01.-04.3.
27	Budapest	UTAZAS	01.-04.3.
28	New York	Times Travel Show	02.-04.3.
29	Oslo Lillestrom - N	Reiseliv	02.-04.3.
30	Berlin	ITB	07.-11.3.
	Katarina Line		
	Nave		
31	Paris	MAP	15.-18.3.
32	Moskva	MITT	21.-24.3.
			TOTAL
33	Göteborg	TUR	22.-25.3.
34	Kijev,Ukrajina	UITT	28.-30.3.
			TOTAL
35	TRAVANJ/APRIL		
	Varšava	Lato	13.-15.04.
36	Peking	COTTM	18.-20.4.
37	Barcelona	SITC	19.-22.4.

PROGRAM RADA S FINANCIJSKIM PLANOM TURISTIČKE ZAJEDNICE KVARNERA ZA 2012. GODINU

38	Almaty	KITF	25.-27.4.
39	Dubai	ATM	30.04.-03.5.
	SVIBANJ/MAY		
40	Zagreb	CROTOUR	09.-12.5.
41	Padova	Campionaria	
	LIPANJ/JUNE		
42	Seoul	KOTFA	
	SRPANJ / JUL		
43	Koln	RDA	17.-19.7
	RUJAN/SEPTEMBER		
44	Fridrichshafen	Interboot	22.-30.9.
45	Tokyo	JATA-WTF	
	LISTOPAD/OCTOBER		
46	Genova	Salone Nautico	
47	Poznan	Tour Salon	24.-27.10.
	STUDENI/NOVEMBER		
48	London	WTM	05.-08.11.
49	Stockholm	Motorboat show	
50	Leipzig	TC	
51	Ljubljana	Festival Camping&Caravani ng	

PROGRAM RADA S FINANCIJSKIM PLANOM TURISTIČKE ZAJEDNICE KVARNERA ZA 2012. GODINU

4.4.2. Samostalni zakup štanda uz pojačan regionalni nastup na sajmovima ili nastup u suradnji s TZ članicama i drugim sunositeljima

Red. br.	Grad	Sajam	Datum	m ²
1	Brno (CZ)	GO and REGIONTOUR	12.-15.1	12
2	Amsterdam (NL)	Fiets en Wandelbeurs outdoor	11.-12.2.	9
3	Modena (I)	Children's Tour	16.-18.3.	
4	Gdansk (PL)	GTT	13.-15.4.	9
5	Bodensee (D)	Tunning	28.4.-1.5.	
6	Rimini (I)	TTG	listopad	
7	Novi Sad (SRB)	45. međunarodni sajam turizma	listopad	

4.4.3. Sajamski nastupi u sklopu štanda HTZ-a

Red. br.	Grad	Sajam	Datum	m ²
8	Bern (CH)	Ferienmesse	19.-22.1.	3
9	Beograd (SRB)	IFT	23.-26.2.	15
10	New York (USA)	Times Travel Show	02.-04.3.	10
11	Peking (CN)	COTTM	18.-20.4.	5

- **u suradnji s Hrvatskim kongresnim uredom HTZ-a** – na kongresnim sajmovima i workshopovima hrvatske kongresne i incentive ponude
 - **IMEX**, Frankfurt, 22.-24.5.
 - **IMEX America**, Las Vegas, 09.-11.10.
 - **EIBTM**, Barcelona, 27.-29.11
- te TZ Kvarnera u suradnji s TZG Opatije i TZG Rijeke na dodatnom prostoru:
 - **Imex** u Frankfurtu
 - **EIBTM** u Barceloni
- **u suradnji sa Skål International Kvarner** – na 73. Međunarodnom svjetskom kongresu udruženja Skål koji je od 24. do 29. rujna održava u Seoulu
- **u suradnji s PGŽ**
- **u suradnji s Zračnom lukom „Rijeka“**
- **u suradnji s Medcruise udruženjem i Lučkom upravom Rijeka** – na sajmu Cruise Shipping Miami, 12.-15.3. u Miami Beachu
- **u suradnji s KUH-om**
- **u suradnji s drugim županijskim turističkim zajednicama**
- **u suradnji s nositeljima kulturne ponude**

PROGRAM RADA S FINANCIJSKIM PLANOM TURISTIČKE ZAJEDNICE KVARNERA ZA 2012. GODINU

- u suradnji s HGK – ŽK RI i Obrtničkom komorom

4.4.1. – 4.4.3.

Budžet projekta: 700.000 kn
Nositelj projekta: TZ Kvarnera u suradnji s
raznim nositeljima
Rok izrade: tijekom 2012.

4.4.4. Osoblje - informatori i voditelji štandova

TZ Kvarnera će okupiti i educirati informatore za područje Kvarnera, vodeći računa o jezičnoj zastupljenosti te o specijalizaciji pojedinih informatora za pojedine segmente turističke ponude koju TZ Kvarnera posebno predstavlja na specijaliziranim sajmovima. Također, TZ Kvarnera potiče i poziva direktore turističkih zajednica da se uključe u ovu promotivnu aktivnost kao voditelji štandova HTZ-a.

4.5. POSEBNE 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 odabranim turističkim proizvodima namijenjenim pojedinim tržišnim segmentima

Preduvjet za ovu aktivnost je uključivanje gospodarstva i drugih nositelja, odnosno odgovarajuće financijske mogućnosti. TZ Kvarnera poziva turističke zajednice-članice i moguće sunositelje prezentacija da se uključe.

4.5.1. U organizaciji TZ Kvarnera u suradnji s predstavništvima HTZ-a u inozemstvu

Njemačka

- vezano uz ev. uspostavu letova iz sjeverne Njemačke priredit će se promocija Kvarnera kao aviiodestinicije
- prezentacija na sajmu Tunning u Bodensee (travanj 2012.) – uključivat će predstavljanje segmenata turističke ponude Kvarnera i destinacija s Kvarnera koje su prikazane u godišnjem kalendaru sajma Tunning

Slovenija

ožujak - travanj – svibanj - lipanj

- nekoliko prezentacija/press konferencija u prostoru Predstavništva HTZ-a u Ljubljani – prezentacija novosti u turističkoj ponudi i prezentacija sezonske ponude, te predstavljanje novog branda – oznake kvalitete u obiteljskom smještaju Kvarner Family

Italija

- prezentacija za novinare i agente u Milanu (moguće u suradnji s TZ Istre) tijekom travnja i svibnja mjeseca
- ev. samostalne prezentacije u sklopu workshopa HTZ-a

Mađarska

- u prigodi održavanja Hrvatske večeri ili susreta – piknika „Zajedno u Europi“- u organizaciji Predstavništva HTZ-a

PROGRAM RADA S FINANCIJSKIM PLANOM TURISTIČKE ZAJEDNICE KVARNERA ZA 2012. GODINU

Srbija

- u povodu održavanja sajma IFT i ev. uspostavljenih avio veza - press konferencija i nastup zvončara.

Sjedinjene američke države

- prezentacija Kvarnera na sajmu „Times Travel Show“ u New Yorku s B2B za partnere

Kina

- TZ Kvarnera će u suradnji s PGŽ i Veleposlanstva RH u Pekingu, a uz sudjelovanje gospodarskih subjekata s područja Kvarnera, organizirati posjet političko-turističke delegacije kineskoj pokrajini Liaoning, tijekom kojega će se pripremiti prezentacija turističke ponude Kvarnera.

Budžet projekta: 350.000 kn
Nositelj projekta: TZ Kvarnera
Rok izrade: tijekom 2012.

4.5.2. U organizaciji Glavnog ureda HTZ-a – nacionalne prezentacije i Hrvatski turistički dani

TZ Kvarnera je kandidirala Glavnom uredu HTZ-a sudjelovanje u manifestaciji Hrvatski turistički dani na način da TZ Kvarnera bude domaćin eno-gastro prezentacije i zabavnog programa i to na tržištima kako slijedi:

Slovenija

- posebna prezentaciju u Ljubljani

Poljska

- na sajmu LATO u Varšavi i / ili u prigodi održavanja HTD. Tema predstavljanja bit će obiteljski smještaj na Kvarneru i to predstavljanje novog branda – oznake kvalitete u obiteljskom smještaju Kvarner Family
- Predstavništvo HTZ-a u Poljskoj razmatra mogućnost organizacije dva do tri Hrvatska turistička dana u gradovima: Białystok, Bydgoszcz/Toruń i Lublin

Španjolska

- posebna prezentacija u Madridu i Barceloni s naglaskom na ev. uspostavljene avio veze

Turska

- posebnoj prezentacija u Istanbulu

Budžet projekta: 200.000 kn
Nositelj projekta: TZ Kvarnera
Rok izrade: tijekom 2012.

4.5.3. Ostale prezentacije

Posebna pažnja posvetit će 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.

Budžet projekta: 80.000 kn
Nositelj projekta: TZ Kvarnera
Rok izrade: tijekom 2012.

4.5.4. Road show prezentacije

U razdoblju ožujak – lipanj i rujan – listopad TZ Kvarnera će umrežiti i koordinirati aktivnosti organizacije road show prezentacija namijenjenih prvenstveno promidžbi ponude privatnog smještaja, posebice kvalitete Kvarner Family, kampinga i hotelskog smještaja, ali i novog branda Kvarnera u suradnji s turističkim zajednicama-članicama i gospodarskim subjektima (hotelijerima i kampovima) na domaćem te odabranim tržištima. Road show 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 road show prezentacija prethodi press konferencija. Također, road show će ponegdje uključivati edukacijske prezentacije u suradnji s partnerima – touroperatorima.

Osim na domaćem tržištu, road-show prezentacije na tržištima: Slovenija, Mađarska, Italija, Austrija, Njemačka, Skandinavija, Švicarska i Rusija te Slovačka i Češka.

Hrvatska

- predstavljanje turističke ponude Kvarnera i turističkog proizvoda Gorskog kotara u okviru akcije HGK „Kupujmo hrvatsko“, u suradnji s Društvom Goranin i drugim sunositeljima

Slovenija

- prezentacija obiteljskog smještaja – Kvarner Family – u prostorijama Predstavništva HTZ-a i na trgovima u Ljubljani, te eventualno u Celju i Mariboru
 - o termin održavanja: 2012 - prema prijedlogu Predstavništva HTZ
 - o press konferencija u Ljubljani kojom će se najaviti road-show prezentacije

Mađarska

- trodnevna prezentacija u zgradi čuvane gradske tržnice u Budimpešti - prezentacija obiteljskog smještaja – Kvarner Family
 - o termin održavanja: travanj - svibanj 2012. - prema prijedlogu Predstavništva HTZ
 - o press konferencija u Budimpešti kojom će se najaviti serija road-show prezentacija
 - o zabavni program na pozornici tržnice

Italija

- serija od 4 prezentacije u trgovačkim centrima ili na frekventnim trgovima: Verona, Padova, Vicenza, Milano
 - o prezentacija obiteljskog smještaja – Kvarner Family
 - o prateće aktivnosti u dogovoru s Predstavništvom
 - o termin održavanja: travanj – svibanj - lipanj 2012.

Austrija

- road show prezentacija: Linz – trgovački centar Plus City
 - o serija prezentacija u gradovima po odabiru partnera FTI
 - o u respektabilnim dvoranama ili trgovačkim centrima
 - o termin održavanja: 2012. - prema prijedlogu Predstavništva HTZ

Njemačka

- road show prezentacije u 2 grada u suradnji s partnerom FTI i Predstavništvom
 - o - serija prezentacija na željezničkim kolodvorima – željezničkim linijama – u suradnji s Deutsche Bahn
 - o termin održavanja: predsezona

Skandinavija

- trodnevna road show prezentacija na trajektnim linijama između Finske i Estonije i/ili Latvije
 - o termin održavanja: 2012. - prema prijedlogu Predstavništva HTZ

Švicarska

- road show prezentacija u Zürichu - u suradnji s partnerom Unique Travel i Predstavništvom
 - o termin održavanja: travanj 2012. - prema prijedlogu Predstavništva HTZ

PROGRAM RADA S FINANCIJSKIM PLANOM TURISTIČKE ZAJEDNICE KVARNERA ZA 2012. GODINU

Rusija

- road show prezentacije – tzv. master class – u suradnji s Predstavništvom – serija edukacijskih prezentacije u 3 – 5 gradova
 - o termin održavanja: svibanj 2012 - prema prijedlogu Predstavništva HTZ

Slovačka i Češka

- TZ Kvarnera u suradnji s TZ otoka Krka i gospodarstvom priprema je roadshow prezentaciju u Brnu, Bratislavi i Pragu
 - o prezentacija obiteljskog smještaja – Kvarner Familij

Također, TZ Kvarnera će se uključivati u road show prezentacije koje organiziraju touroperatori na domaćem i inozemnim tržištima.

Budžet projekta: 250.000 kn
Nositelj projekta: TZ Kvarnera
Rok izrade: tijekom 2012.

4.5.5. Poslovne radionice (workshopovi)

4.5.5.1. u organizaciji predstavništava HTZ-a u inozemstvu

Očekuju se prijedlozi HTZ-a za 2012. 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.

4.5.5.2. Buy Croatia

HTZ u 2012. godini nastavlja s organizacijom workshopova „Buy Croatia“ koje prate inspekcijska putovanja. TZ Kvarnera je u 2012. godini domaćin posebne radionice za talijansko tržište.

Budžet projekta: 110.000 kn
Nositelj projekta: HTZ i TZ Kvarnera u suradnji s lokalnim TZ-ima i gospodarstvom
Rok izrade: proljeće / jesen 2012.

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

- intenziviranje PR, info i B2B aktivnosti
- obuhvaća domaće tržište, svjetsko i 20 inozemnih tržišta: Njemačka, Slovenija, Italija, Austrija, Mađarska, Češka, Slovačka, Poljska, Nizozemska, Srbija, Rusija, Švicarska, Skandinavija, Velika Britanija i Irska, Francuska, SAD, Kina, Španjolska i Turska

HRVATSKA

SAJMOVI

samostalno:

- početkom travnja 2012. - Opatija, Kvarner Expo

HGK Rijeka: - očekujemo popis planiranih sajamskih nastupa

ROAD-SHOW

- travanj – „Dan Gorskog kotara u metropoli“
- svibanj, lipanj, rujan – „Kupujmo hrvatsko“ – u suradnji s HGK – naglasak na promociji novog branda – oznake kvalitete u obiteljskom smještaju Kvarner Family

OGLAŠAVANJE

- udruženo oglašavanje – potpora gospodarskim subjektima
- samostalno oglašavanje (e-oglašavanje - turistički portali..., tiskovine)
- newsletter
- web

STUDIJSKE GRUPE

- studijsko putovanje hrvatskih novinara po Kvarneru

NJEMAČKA

SAJMOVI

- u sklopu štanda HTZ-a:

Stuttgart	CMT	14.-□2□01.
Düsseldorf	BOOT	21.-29.01.
Hamburg	Reisen	08.-12.02.
Münche□	f.re.e	22.-26.02.
Essen	Camp & Car	22.-26.02.
Nürnberg	Freizeit	29.02.-04.03.
Berlin	ITB	07.-11.03.
Koln	RDA	17.-19.07.
Fridrichshafen	Interboot	22.-30.09.
Leipzig	TC	

PROGRAM RADA S FINANCIJSKIM PLANOM TURISTIČKE ZAJEDNICE KVARNERA ZA 2012. GODINU

- **samostalni nastup** – u suradnji s Ispostavom HTZ-a u Münchenu: 28.4.-1.5. - Tunning, Bodensee
- **nastupi u organizaciji nositelja / turističkih zajednica članica:**
 - Krk: Stuttgart, Essen
 - Rab: Stuttgart, Essen, Hamburg, München, Nürnberg, Meinheim, Hannover, Halle, Chemnitz
 - Opatija: München – „Die 66“ - 20.-22.4.
 - Lošinj: Stuttgart, München, Nürnberg, Köln
- **kongresni sajmovi:**
 - 22.-24.5.- 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

- prezentacija – vezano uz uspostavu letova iz sjeverne Njemačke – priredit će se promocija Kvarnera kao aviodestinacije
- prezentacija na sajmu Tunning u Bodensee (travanj 2012.) – uključivat će predstavljanje segmenata turističke ponude Kvarnera i destinacija s Kvarnera koje su prikazane u godišnjem kalendaru sajma Tunning

ROAD SHOW

- u suradnji s Deutsche Bahn – promocija i distribucija promidžbenog materijala na vlakovima u Njemačkoj, a s polascima iz Münchena i Nürnberga
- prezentacije u suradnji s touroperatorom FTI u 2 grada

WORKSHOPOVI

- očekuje se program HTZ

OGLAŠAVANJE

- udruženo oglašavanje – potpora gospodarskim subjektima
- samostalno oglašavanje (e-oglašavanje - turistički portali..., tiskovine)
- PR aktivnosti
- news letter
- web

STUDIJSKE GRUPE

- st. grupa Presse Club München (45 osoba), 28. – 29. travanj 2012.
- ostale grupe u suradnji s HTZ i na inicijativu TZ Kvarnera

SLOVENIJA

SAJMOVI

- **u sklopu štanda HTZ-a**

Ljubljana	TIP	26.-29.01.
Ljubljana	Festival Camp& Caravan	

PROGRAM RADA S FINANCIJSKIM PLANOM TURISTIČKE ZAJEDNICE KVARNERA ZA 2012. GODINU

- **nastupi u organizaciji nositelja / turističkih zajednica članica:**
 - Opatija: Ljubljana / Narava in zdravje
 - Lošinj: Ljubljana/ Narava in zdravje
- **kongresni sajmovi:**
 - kongresna burza: CONVENTA/Ljubljana, siječanj 2012

HGK Rijeka: - očekujemo popis planiranih sajamskih nastupa

WORKSHOPOVI

- očekuje se program HTZ

PREZENTACIJE

ožujak - travanj – svibanj - lipanj

- nekoliko prezentacija/press konferencija u prostoru Predstavništva HTZ-a u Ljubljani – prezentacija novosti u turističkoj ponudi i prezentacija posezonske ponude, te predstavljanje novog branda – oznake kvalitete u obiteljskom smještaju Kvarner Family
- eventualno sudjelovanje na DHT u Ljubljani

ROAD-SHOW

ožujak - travanj – svibanj - lipanj

- ad-hoc uključivanja u promotivna događanja trgovačkih centara i sličnih nositelja – prezentacije s naglaskom na predstavljanje novog branda – oznake kvalitete u obiteljskom smještaju Kvarner Family

OGLAŠAVANJE

- udruženo oglašavanje – potpora gospodarskim subjektima
- samostalno oglašavanje (e-oglašavanje - turistički portali..., tiskovine)
- news letter
- web

STUDIJSKE GRUPE

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

ITALIJA

SAJMOVI

- **u sklopu štanda HTZ-a**

Milano	BIT	16.-19.02.
Padova	Campionaria	
Genova	Salone nautico	

- **samostalni nastup:**
 - Rimini / TTG
 - Modena / Children's Tour
- **nastupi u organizaciji nositelja / turističkih zajednica članica:**
 - Crk: Milano
 - Rab: Padova, Vicenza, Firenza
 - Opatija: Vicenza, Bologna / Sana

PROGRAM RADA S FINANCIJSKIM PLANOM TURISTIČKE ZAJEDNICE KVARNERA ZA 2012. GODINU

Lošinj: Pordenone, Bolzano, Ferrara, Modena, Milano /EUDI SHOW (diving)

HGK Rijeka: - očekujemo popis planiranih sajamskih nastupa

WORKSHOPOVI

- očekuje se program HTZ

PREZENTACIJA / PRESS KONFERENCIJA

- prezentacija za novinare i agente u Milanu možda zajednička s TZ Istre – travanj – svibanj
- ev. samostalne prezentacije u sklopu workshopa HTZ-a

ROAD-SHOW

travanj – svibanj - lipanj

- prezentacije u trgovačkim centrima ili na frekventnim trgovima – Verona, Padova, Vicenza i Milano
- **BUY CROATIA za talijansko tržište** – poslovna radionica u 2012. bit će organizirana na području Kvarnera i Istre ekskluzivno za talijansko tržište

OGLAŠAVANJE

- udruženo oglašavanje – potpora gospodarskim subjektima
- samostalno oglašavanje (e-oglašavanje - turistički portali..., tiskovine)
- news letter
- web

STUDIJSKE GRUPE

- u suradnji s HTZ i na inicijativu TZ Kvarnera

AUSTRIJA

SAJMOVI

- u sklopu štanda HTZ-a

Beč	Ferienmesse	06.-15.01.
Tulln	BOOT	01.-04.03.

- **nastupi u organizaciji nositelja / turističkih zajednica članica:**

Rab: Beč, Linz, Graz, Wels

Opatija: Beč, Graz, Innsbruck, Beč/Senior Aktuell, Beč/Wiener Herbst Senioren Messe, Salzburg/Gesund und Wellness

Lošinj: Beč

HGK Rijeka: - očekujemo popis planiranih sajamskih nastupa

ROAD SHOW PREZENTACIJE

- travanj - Linz - trgovački centar Plus City
- studeni - 5 gradova - road show prezentacije s touroperatorom FTI- samo za agente/prodajno osoblje
- listopad – eventualno prezentacija u suradnji s Predstavništvom u prigodi održavanja workshopa

PROGRAM RADA S FINANCIJSKIM PLANOM TURISTIČKE ZAJEDNICE KVARNERA ZA 2012. GODINU

WORKSHOPOVI

- očekuje se program HTZ

OGLAŠAVANJE

- udruženo oglašavanje – potpora gospodarskim subjektima
- samostalno oglašavanje (e-oglašavanje - turistički portali..., tiskovine)
- news letter
- web

STUDIJSKE GRUPE

- u suradnji s HTZ i na inicijativu TZ Kvarnera

MAĐARSKA

SAJMOVI

- **u sklopu štanda HTZ-a**

Budapest	UTAZAS	1.-4.3.
----------	--------	---------

HGK Rijeka: - očekujemo popis planiranih sajamskih nastupa

WORKSHOPOVI

- očekuje se program HTZ

PREZENTACIJE

- u prigodi održavanja Hrvatske večeri ili susreta – piknika „Zajedno u Europi“- u organizaciji Predstavništva HTZ-a

ROAD-SHOW

- travanj - Budimpešta – tržnica - prezentacija s naglaskom na predstavljanje novog branda – oznake kvalitete u obiteljskom smještaju Kvarner Family

OGLAŠAVANJE

- udruženo oglašavanje – potpora gospodarskim subjektima
- samostalno oglašavanje (e-oglašavanje - turistički portali..., tiskovine)
- news letter
- web

STUDIJSKE GRUPE

- u suradnji s HTZ i na inicijativu TZ Kvarnera

ČEŠKA

SAJMOVI

- **u sklopu štanda HTZ-a**

Prag	Holiday World	9.-12.2.
Brno	GO	12.-15.1.

HGK Rijeka: - očekujemo popis planiranih sajamskih nastupa

PROGRAM RADA S FINANCIJSKIM PLANOM TURISTIČKE ZAJEDNICE KVARNERA ZA 2012. GODINU

WORKSHOPOVI

- očekuje se program HTZ

ROAD-SHOW

- U suradnji s TZ otoka Krka i gospodarstvom planirana je roadshow prezentacija u Brnu, Bratislavi i Pragu
- prezentacija obiteljskog smještaja – Kvarner Familij

OGLAŠAVANJE

- udruženo oglašavanje – potpora gospodarskim subjektima
- samostalno oglašavanje (e-oglašavanje - turistički portali..., tiskovine)
- news letter
- web

STUDIJSKE GRUPE

- u suradnji s HTZ i na inicijativu TZ Kvarnera

SLOVAČKA

SAJMOVI

- **u sklopu štanda HTZ-a**

Bratislava	Slovakiatour	19.-22.01
------------	--------------	-----------

HGK Rijeka: - očekujemo popis planiranih sajamskih nastupa

WORKSHOPOVI

- očekuje se program HTZ

ROAD-SHOW

- U suradnji s TZ otoka Krka i gospodarstvom planirana je roadshow prezentacija u Brnu, Bratislavi i Pragu
- prezentacija obiteljskog smještaja – Kvarner Familij

OGLAŠAVANJE

- udruženo oglašavanje – potpora gospodarskim subjektima
- samostalno oglašavanje (e-oglašavanje - turistički portali..., tiskovine)
- news letter
- web

STUDIJSKE GRUPE

- u suradnji s HTZ i na inicijativu TZ Kvarnera

POLJSKA

SAJMOVI

- **u sklopu štanda HTZ-a**

Varšava	Lato	13.-15.04.
Poznan	TOUR SALON	24.-27.10.

PROGRAM RADA S FINANCIJSKIM PLANOM TURISTIČKE ZAJEDNICE KVARNERA ZA 2012. GODINU

- **samostalni nastup :**
13. – 15.4. Gdansk GTT - 9 m2
- **nastupi u organizaciji nositelja / turističkih zajednica članica:**
Rab: Varšava

PREZENTACIJE

- Predstavništvo HTZ-a u Poljskoj razmatra mogućnost organizacije dva do tri „Hrvatska turistička dana“ u gradovima: Białystok, Bydgoszcz/Toruń i Lublin
- TZ Kvarnera će se u suradnji s Predstavništvom HTZ-a u Poljskoj i GU HTZ predstaviti na sajmu LATO u Varšavi i / ili u prigodi održavanja HTD. Tema predstavljanja bit će obiteljski smještaj na Kvarneru i to predstavljanje novog branda – oznake kvalitete u obiteljskom smještaju Kvarner Family.

OGLAŠAVANJE

- udruženo oglašavanje – potpora gospodarskim subjektima
- samostalno oglašavanje (e-oglašavanje - turistički portali..., tiskovine)
- news letter
- web

STUDIJSKE GRUPE

- u suradnji s HTZ i na inicijativu TZ Kvarnera

NIZOZEMSKA

SAJMOVI

- **u sklopu štanda HTZ-a**

Utrecht	Vakantiebeurs	10.-15.01.
Leeuwarden	Caravans Salon	19.-24.01.

- **samostalni nastup:**
 - Amsterdam / outdoor - Fiets en Wandelbeurs
- **nastupi u organizaciji nositelja / turističkih zajednica članica:**
Rab: Utrecht,
Lošinj: Utrecht, Leeuwarden

OGLAŠAVANJE

- udruženo oglašavanje – potpora gospodarskim subjektima
- samostalno oglašavanje (e-oglašavanje - turistički portali..., tiskovine)
- news letter
- web

STUDIJSKE GRUPE

- u suradnji s HTZ i na inicijativu TZ Kvarnera

SRBIJA

SAJMOVI

- **u sklopu štanda HTZ-a**

Beograd	IFT	23.-26.02.
---------	-----	------------

PROGRAM RADA S FINANCIJSKIM PLANOM TURISTIČKE ZAJEDNICE KVARNERA ZA 2012. GODINU

zakupljeno 15m2

- **samostalni nastupi:**
 - Novi Sad 45. međunarodni sajam turizma , listopad
 - u suradnji s PGŽ, lokalnim turističkim zajednicama i gospodarstvom
- **nastupi u organizaciji nositelja / turističkih zajednica članica:**
Opatija: Beograd
Lošinj: Beograd

PREZENTACIJA

- na sajmu IFT - Press konferencijom i nastup zvončara

OGLAŠAVANJE

- udruženo oglašavanje – potpora gospodarskim subjektima
- samostalno oglašavanje (e-oglašavanje - turistički portali..., tiskovine)
- news letter
- web

STUDIJSKE GRUPE

- u suradnji s HTZ i na inicijativu TZ Kvarnera

RUSIJA

SAJMOVI

- sudjelovanje u sklopu štandova HTZ-a

Moskva	MITT	21.-24.03.
Kijev	UITT	28.-30.03.

STUDIJSKE GRUPE

- TZ Kvarnera sudjeluje u "Croatia Gourmet Festival-u 3-dnevnom cooking show programu gdje će najpoznatiji hrvatski kuhar Deniz Zembo prezentirati kvarnersku kuhinju. Festival se održava od 17-19.11. 2011 u Moskvi, u Crocus Expo centru, u sklopu prestižnog B2B sajma vina – Russian Wine Fair.
- svibanj 2012. – studijska grupa agenata (cca. 100 osoba) na brodovima na sjevernojadranskoj turi uz prezentacije u svakom gradu: Opatija, Krk, Rab, Lošinj, Cres

WORKSHOPOVI I PREZENTACIJE

- siječanj/veljača 2012 - u prigodi održavanja workshopa u Moskvi - sudjelovanje na način da se za medije i agente održi power point prezentacija

ROAD SHOW PREZENTACIJE

- siječanj – svibanj 2012 – Master Class edukacijske prezentacije za veće grupe agenata – prodajnog osoblja u 3-5 gradova (u seriji) diljem Rusije/Ukrajine,

OGLAŠAVANJE

- kroz udruženo oglašavanje, zainteresirani za oglašavanje sa avioprijevoznicima (po modelu V) i / ili sa touroperatorima za aviodolaske
- news letter
- web

ŠVICARSKA

SAJMOVI

- u sklopu štanda HTZ-a

Zürich	FESPO	26.-29.01.
--------	-------	------------

- ostali sajmovi na kojima nastupa predstavništvo:

Grad	Sajam	Termin	m ²
Ženeva	Vacances	13.-15.01.2012.	18
Bern	Ferienmesse	19.-22.01.2012.	15
Basel	Ferienmesse	03.-05.02.2012.	15
St. Gallen	Ferienmesse	10.-12.02.2012.	18

- samostalno

- BERN - zakupljen prostor Kvarnera (3 m2)

- nastupi u organizaciji nositelja / turističkih zajednica članica:

Rab: Zürich, St. Gallen

ROAD SHOW PREZENTACIJA

- u travnju zajednički nastup TZ Istre, TZ Kvarnera, predstavništva HTZ u Zürichu i touroperatora Unique Travel u Zürichu.

OGLAŠAVANJE

- udruženo oglašavanje – potpora gospodarskim subjektima
- samostalno oglašavanje (e-oglašavanje - turistički portali..., tiskovine)
- news letter
- web

STUDIJSKE GRUPE

- u suradnji s HTZ i na inicijativu TZ Kvarnera

SKANDINAVIJA

SAJMOVI

- u sklopu štanda HTZ-a

Oslo Lillestrom - NOR	Reiseliv	02.-04.03.
Helsinki - FIN	MATKA	19.-22.01.
Kopenhagen - DK	Ferie	10.-12.02.
Herning - DK	Ferie for alle	24.-26.02.
Gotheborg - SWE	TUR	22.-25.03.
Stockholm - SWE	Motorboat show	

- nastupi u organizaciji nositelja / turističkih zajednica članica:

Rab: Herning

Lošinj: Herning, Goetheborg

PROGRAM RADA S FINANCIJSKIM PLANOM TURISTIČKE ZAJEDNICE KVARNERA ZA 2012. GODINU

ROAD SHOW PREZENTACIJA

- travanj / svibanj- trodnevna prezentacija na trajektnoj liniji iz Finske za Estoniju i / ili Latviju

OGLAŠAVANJE

- udruženo oglašavanje – potpora gospodarskim subjektima
- samostalno oglašavanje (e-oglašavanje - turistički portali..., tiskovine)
- news letter
- web

STUDIJSKE GRUPE

- u suradnji s HTZ i na inicijativu TZ Kvarnera

VELIKA BRITANIJA i IRSKA

SAJMOVI

- u sklopu štanda HTZ-a

London	Boat Show	06.-15.01.
Dublin	Holiday World	02.-04.03.
London	WTM	05.-08.11.

PR aktivnosti

- slijedom prijedloga aktivnosti od PR agencije napraviti će se odabir, a s naglaskom na uspostavu / održavanje avio-linija, oglašavanje, prihvati studijskih grupa i dr.

FRANCUSKA

SAJMOVI

- u sklopu štanda HTZ-a

Paris	MAP	15.-18.03.
-------	-----	------------

WORKSHOPOVI

- očekuje se program HTZ

OGLAŠAVANJE

- udruženo oglašavanje – potpora gospodarskim subjektima
- samostalno oglašavanje (e-oglašavanje - turistički portali..., tiskovine)
- news letter
- web

STUDIJSKE GRUPE

- u suradnji s HTZ i na inicijativu TZ Kvarnera

S.A.D.

SAJMOVI

- u sklopu štanda HTZ-a

New York	Times Travel Show	02.-04.03.
----------	-------------------	------------

zakupljen prostor Kvarnera 10 m²

PROGRAM RADA S FINANCIJSKIM PLANOM TURISTIČKE ZAJEDNICE KVARNERA ZA 2012. GODINU

- **kongresni sajmovi:**

- 09.-11.10.2012.- Las Vegas / IMEX America; u sklopu hrvatskog štanda

PREZENTACIJE

- prezentacija Kvarnera na sajmu Times Travel Show u New Yorku s B2B za partnere

OGLAŠAVANJE

- udruženo oglašavanje – potpora gospodarskim subjektima
- samostalno oglašavanje (e-oglašavanje - turistički portali..., tiskovine)
- news letter
- web

STUDIJSKE GRUPE

- u suradnji s HTZ i na inicijativu TZ Kvarnera

KINA

SAJMOVI

- **u sklopu štanda HTZ-a**

Peking	COTTM	18.-20.04.
--------	-------	------------

zakupljen prostor Kvarnera 5 m2

PREZENTACIJE

- TZ Kvarnera će u suradnji s PGŽ i Veleposlanstva RH u Pekingu, a uz sudjelovanje gospodarskih subjekata s područja Kvarnera, organizirati posjet političko-turističke delegacije kineskoj pokrajini Liaoning, tijekom kojega će se pripremiti prezentacija turističke ponude Kvarnera.

STUDIJSKE GRUPE

- u suradnji s HTZ i na inicijativu TZ Kvarnera

ŠPANJOLSKA

SAJMOVI

- **u sklopu štanda HTZ-a**

Madrid	FITUR	18.-22.01.
Barcelona	SITC	19.-22.04.

- **kongresni sajmovi:**

- EIBTM, Barcelona, 27.-29.11 TZ Kvarnera u suradnji s TZG Opatije i TZG Rijeke

PREZENTACIJE

- TZ Kvarnera je iskazala HTZ-u interes za sudjelovanje na posebnoj prezentaciji HTZ-a u Madridu i Barceloni. TZ Kvarnera bila bi domaćin eno-gastro prezentaciju i zabavnog programa.

PROGRAM RADA S FINANCIJSKIM PLANOM TURISTIČKE ZAJEDNICE KVARNERA ZA 2012. GODINU

TURSKA

PREZENTACIJE

- TZ Kvarnera je iskazala HTZ-u interes za sudjelovanje na posebnoj prezentaciji HTZ-a u Istanbulu. TZ Kvarnera bila bi domaćin eno-gastro prezentaciju i zabavnog programa.

SVJETSKO TRŽIŠTE

TZ Kvarnera u suradnji s Skål Kvarner International

- Polugodišnji susret Vijeća International Skål-a (International Skål Council Mid-Year Meeting-a) koji će se održati u Opatiji od 20. do 23. travnja; očekuje se sudjelovanje oko 150 osoba
- u listopadu nastup Kvarnera na godišnjoj skupštini SKÅL INTERNATIONAL u Seoulu, Koreja

4.6. TEKUĆA REZERVA

U slučaju interventnih i neplaniranih aktivnosti, koriste se sredstva iz tekuće rezerve.

Budžet projekta:	58.000 kn
Nositelj projekta:	TZ Kvarnera
Rok izrade:	tijekom 2012.

5. INTERNI MARKETING

Kroz medije se plasiraju informacije o aktualnim događanjima, pozitivni primjeri iz prakse te edukativni sadržaji s ciljem podizanja svijesti o važnosti određenih tema u turizmu.

5.1. RADIONICE

TZ Kvarnera organizirat će prema potrebi i radionice u cilju pružanja stručne i svake druge pomoći turističkim zajednicama s područja županije te koordinaciju njihovog djelovanja.

Budžet projekta:	10.000 kn
Nositelj projekta:	TZ Kvarnera
Rok izrade:	tijekom 2012.

6. AKTIVNOSTI UPRAVLJANJA DESTINACIJOM

TZ Kvarnera je tijekom svojeg 16-godišnjeg rada uz brojne promotivne realizirala i druge aktivnosti, koje u suvremenoj terminologiji podrazumijevaju upravljanje 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 Turističke zajednice 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.

Studija i zaključci razmatrani su na dvije sjednice Turističkog vijeća TZ Kvarnera. Studijom „Upravljanje turističkom destinacijom“ Primorsko-goranska županija dala je dobar poticaj promišljanju na temu upravljanja turističkom destinacijom. Upravljanje destinacijom jedna je od važnijih aktivnosti TZ Kvarnera u 2012. i godinama koje slijede.

Budžet projekta:	100.000 kn
Nositelj projekta:	TZ Kvarnera
Rok izrade:	tijekom 2012.

B/ADMINISTRATIVNI MARKETING

1. DJELOVANJE TURISTIČKOG UREDA I TURISTIČKE ZAJEDNICE KVARNERA

1. DJELOVANJE TIJELA TZ KVARNERA

2. DJELOVANJE TURISTIČKOG UREDA TZ KVARNERA

TZ Kvarnera osnovana je na Osnivačkoj Skupštini Zajednice dana 10. listopada 1994. godine u Opatiji i već 16 godina djeluje kroz aktivnosti Ureda i Zajednice u skladu sa Zakonom i propisima. Sve aktivnosti TZ Kvarnera proizlaze iz zadaća 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 zadaća 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 zadaća (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 mogu biti članovi međunarodnih turističkih organizacija.

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).

PROGRAM RADA S FINANCIJSKIM PLANOM TURISTIČKE ZAJEDNICE KVARNERA ZA 2012. GODINU

Aktivnosti Turističkog ureda TZ Kvarnera proizlaze iz Programa rada s financijskim planom TZ Kvarnera. Na temelju brojnih „inputa“ s „terena“ i inozemnih tržišta priprema se Prijedlog programa rada s financijskim planom kojega do konca mjeseca listopada usvaja Turističko vijeće Zajednice i prosljeđuje Skupštini Zajednice na usvajanje. Skupština Zajednica je dužna usvojiti Program rada s financijskim planom za sljedeću godinu najkasnije do konca prosinca.

Uz aktivnosti navedene u Programu rada, TZ Kvarnera obavlja se i niz ostalih aktivnosti koje proizlaze tijekom godine. Pri tom Turistički ured TZ Kvarnera od 14.11.2011. zapošljava:

- direktoricu
- pomoćnicu direktora
- dvije savjetnice
- voditeljicu poslova
- voditeljicu poslova na info punktu
- stručnu referenticu za knjigovodstvo
- administratoricu
- pripravnicu za radno mjesto stručni suradnik.

Programima rada s financijskim planom TZ Kvarnera za 2010. i 2011. godinu, bilo je planirano zapošljavanje dodatnih djelatnika u Turističkom uredu TZ Kvarnera, što nije realizirano zbog mjera štednje. Zapošljavanje dodatna dva djelatnika/ca i to na radnim mjestima stručni suradnik/ce i savjetnik/ce nameće se kao imperativ u 2012. godini, tim više što su Programom rada za 2012. godinu planirani i novi poslovi i aktivnosti Turističkog ureda TZ Kvarnera:

- aktivnosti implementacije projekta „Kvarner Family“
- udruženih tržišnih aktivnosti (razvoj Kvarnera kao aviodestinacije)
- aktivnosti razvoja Kvarnera kao cruising destinacije
- aktivnosti upravljanja destinacijom.

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, Hrvatskom udrugom hotelijera, UHPA, Udrugom hrvatskih marina, Kamping udrugom Hrvatske, ostalim županijskim turističkim zajednicama, hotelskim kućama, turističkim agencijama, jedinicama lokalne samouprave, medijma, Sveučilištem u Rijeci i drugima.

Planirana sredstva 2012.

Djelovanje TU i TZPGŽ	3.152.000,00 kn
djelovanje tijela TZ-a	402.000,00 kn
djelovanje Turističkog ureda	2.750.000,00 kn

PROGRAM RADA S FINANCIJSKIM PLANOM TURISTIČKE ZAJEDNICE KVARNERA ZA 2012. GODINU

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

OTOCI

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

GORJE

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

PROGRAM RADA S FINANCIJSKIM PLANOM TURISTIČKE ZAJEDNICE KVARNERA ZA 2012. GODINU

2. SKLADIŠTENJE I DISTRIBUCIJA

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

Budžet projekta: 50.000 kn
Nositelj projekta: TZ Kvarnera
Rok izrade: tijekom 2012.

3. OPREMA U TZ KVARNERA

S obzirom na dotrajalost opreme u TZ Kvarnera (od informatičke, kancelarijske, automobila), nabavlja se nova oprema.

Budžet projekta: 150.000 kn
Nositelj projekta: TZ Kvarnera
Rok izrade: tijekom 2012.

FINANCIJSKI PLAN TZ KVARNERA ZA 2012. GODINU

Financijski plan TZ Kvarnera za 2012. godinu sačinjen je temeljem saznanja o:

- kretanju turističkog prometa dolazaka i noćenja; s obzirom na očekivane dobre fizičke rezultate turističkog prometa u 2011. godini (u odnosu na 2010.), u 2012. godini se ne planira povećanje turističkog prometa dolazaka i noćenja (u odnosu na očekivano ostvarenje u 2011. godini);
- naplati i prosljeđivanju boravišne pristojbe, bez većih poteškoća;
- visini boravišne pristojbe (uredba o visini boravišne pristojbe za 2012. godinu koja je nepromijenjena u odnosu na 2011. godinu);
- Zakonske regulative vezane uz glavne izvora prihoda TZ Kvarnera, boravišne pristojbe i turističke članarine;

PLAN PRIHODA

Ukupni prihodi planirani su u iznosu od 13.427.000,00 kn.

Boravišna pristojba:

- prihod iz osnova boravišne pristojbe tekuće godine očekuje se na razini očekivanog ostvarenja u 2011. godini;
- boravišna pristojba ostvarena na plovnim objektima očekuje se 6% više u odnosu na očekivano ostvarenje 2011. godine;
- boravišna pristojba prijašnjih godina odnosi se na zaostatke iz 2011. i prijašnjih godina;
- hotelsko poduzeće „Jadran“ d.d. Crikvenica dužnik je iz osnova boravišne pristojbe sustavu TZ-a s kojim je sklopljen Sporazum o obročnoj otplati duga boravišne pristojbe. Kako je objavljen stečaj tvrtke, TZ Kvarnera je preko sustava TZ-a, odnosno TZG Crikvenice (kao pravnog slijednika) prijavila potraživanja. Naplata potraživanja je upitna.

Turistička članarina:

- Turistička članarina – očekuje se 3% više u odnosu na očekivano ostvarenje 2011. godine.

Iz osnovih izvora prihoda TZ Kvarnera, boravišne pristojbe i turističke članarine, planira se ostvarenje prihoda 1% više u odnosu na očekivano ostvarenje 2011. godine.

Ostali prihodi

Ostali prihodi planirani su temeljem dosadašnje suradnje sa sustavom TZ-a (lokalna i nacionalna razina), te gospodarskim tvrtkama s područja Kvarnera. Također, očekuje se udruživanje sredstava za sufinanciranje oglašavanja s avio prijevoznicima, na temelju očekivanog ostvarenja 2011. godine.

Namjenski prijenos prihoda u 2012. godinu procijenjen je, te se odnosi na aktivnosti koje će se prenijeti i odraditi u 2012. godini.

PLAN RASHODA

Ukupni rashodi planirani su u iznosu od 13.427.000,00 kn, a sačinjeni su u skladu s planiranim vlastitim i očekivanim tuđim financijskim sredstvima.

FINANCIJSKI PLAN TZ KVARNERA ZA 2012. GODINU

PLAN PRIHODA ZA 2012. GODINU

PRIHODI	OSTVARENJE 2010.	Plan i konačni prijenos 2011.	Očekivano ostvarenje 2011.	PLAN 2012.	Indeks očekivano ostvarenje '11 - ostvarenje 2010.	Indeks očekivano ostvarenje '11 - plan 2011.	Indeks plan 2012 / očekivano ostvarenje 2011
1. BORAVIŠNA PRISTOJBA	6.006.732,62 kn	6.020.000,00	6.375.435,40	6.365.000,00	106	106	100
tekuće godine	5.784.905,83 kn	5.730.000,00	6.003.776,80	6.030.000,00	104	105	100
ostvarena na plovnim objektima	120.036,00 kn	120.000,00	146.363,60	155.000,00	122	122	106
prijašnjih godina	92.265,81 kn	170.000,00	225.295,00	180.000,00	244	133	80
sporazumi*	9.524,98 kn	-	-	-	-	-	-
2. TURISTIČKA ČLANARINA	1.791.045,80 kn	1.400.000,00	1.807.406,71	1.870.000,00	101	129	103
Ukupno boravišna pristojba i turistička članarina	7.797.778,42 kn	7.420.000,00	8.182.842,11	8.235.000,00	105	110	101
3. OSTALI PRIHODI	421.857,83 kn	456.650,00	4.529.468,62	4.542.000,00	1074	992	100
3.1. prihodi iz prethodnih godina	- kn	- kn	-	-	-	-	-
3.2. refundacije - HTZ	194.058,55 kn	200.000,00	54.754,59	235.000,00	28	27	429
3.3. dotacije PGŽ	- kn	- kn	190.000,00	-	-	-	-
3.4. prihodi od kamata	7.721,16 kn	6.650,00	6.643,75	7.000,00	86	100	105
3.5. refundacije za avio oglašavanje**	- kn	- kn	4.277.541,29	4.300.000,00	-	-	101
3.6. ostale refundacije	220.078,12 kn	250.000,00	528,99	-	0,24	0,21	-
UKUPNO (boravišna pristojba, turistička članarina i ostali prihodi)	8.219.636,25 kn	7.876.650,00	12.712.310,73	12.777.000,00	155	161	101
Namjenski prijenos prihoda iz prethodne godine	1.954.949,05 kn	969.878,70	969.878,70	650.000,00	50	100	67
SVEUKUPNO	10.174.585,30 kn	8.846.528,70	13.682.189,43	13.427.000,00	134	155	98

Izvor: TU TZ Kvarnera

*dugovanje tvrtke Jadran d.d. Crikvenica po Sporazumima o obročnoj otplati duga boravišne pristojbe prema TZ Kvarnera iznosi 136.507,31 kn

**očekivani iznos udruženih sredstava u 2012. godini, na temelju očekivanog ostvarenja 2011. godine

PROGRAM RADA S FINANCIJSKIM PLANOM TURISTIČKE ZAJEDNICE KVARNERA ZA 2012. GODINU

PLAN RASHODA ZA 2012. GODINU

Rb	MARKETINŠKE AKTIVNOSTI PO VRSTAMA I PROJEKTIMA	Očekivano ostvarenje 2011.	Financijski plan TZ Kvarnera 2012.	udjel	Indeks plan 2012. / oč. ostv. 2011.
A	FUNKCIONALNI MARKETING - REGIONALNA PROMOCIJA	10.551.037,40 kn	9.975.000,00 kn	74,29	94,54
1	UNAPREĐENJE PROIZVODA	1.386.032,51 kn	1.461.000,00 kn	10,88	105,41
1.1.	Volim Hrvatsku	171.098,65 kn	320.000,00 kn	2,38	187,03
1.2.	Turistička signalizacija	200.000,00 kn	100.000,00 kn	0,74	50,00
1.3.	Potpore manifestacijama i projektima	510.209,23 kn	510.000,00 kn	3,80	99,96
1.3.1.	Potpore manifestacijama i projektima	370.000,00 kn	370.000,00 kn	2,76	100,00
1.3.2.	Potpore projektima manje valoriziranih turističkih područja	140.209,23 kn	140.000,00 kn	1,04	99,85
1.4.	Projekt Kvarner Family - unapređenje obiteljskog smještaja	115.923,71 kn	130.000,00 kn	0,97	112,14
1.4.1.	Projekt "Domus bonus"	- kn	15.000,00 kn	0,11	-
1.5.	Info punktovi Kvarnera	306.979,72 kn	345.000,00 kn	2,57	112,39
1.5.1.	Info punkt "Kvarner Info - Vrata Jadrana" djelovanje	206.979,72 kn	240.000,00 kn	1,79	115,95
1.5.2.	Info punkt "Kvarner Info - ZL Rijeka" djelovanje	100.000,00 kn	105.000,00 kn	0,78	105,00
1.6.	Welcome servis na graničnim prijelazima	81.821,20 kn	41.000,00 kn	0,31	50,11
2.	MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA	437.054,53 kn	136.000,00 kn	1,01	31,12
2.1.	Djelovanje u skladu s GPRT PGŽ 2005.-2015. - implementacija i monitoring	200.000,01 kn	10.000,00 kn	0,07	5,00
2.2.	Strateški marketinški plan turizma Kvarnera - daljnja implementacija	28.014,58 kn	10.000,00 kn	0,07	35,70
	<i>Daljnja implementacija nove brand strategije Kvarnera - -u 2011. godini</i>	40.000,56 kn	- kn		-
2.3.	Monitoring implementacije projekta SMPT Kvarnera 2009.-2015.	110.000,00 kn	10.000,00 kn	0,07	9,09
2.4.	Tržišna istraživanja i izobrazba	20.000,00 kn	40.000,00 kn	0,30	200,00
2.5.	Unapređenje formiranja i informatizacije podataka (HTZ)	- kn	10.000,00 kn	0,07	-
2.6.	Katalog foto, video i promo materijala	39.039,38 kn	56.000,00 kn	0,42	143,44
3.	KOMUNIKACIJSKE TAKTIKE	1.450.027,48 kn	1.460.000,00 kn	10,87	100,69
3.1.	Oglašavanje - media plan TZ Kvarnera	- kn	250.000,00 kn	1,86	-

PROGRAM RADA S FINANCIJSKIM PLANOM TURISTIČKE ZAJEDNICE KVARNERA ZA 2012. GODINU

Rb	MARKETINŠKE AKTIVNOSTI PO VRSTAMA I PROJEKTIMA	Očekivano ostvarenje 2011.	Financijski plan TZ Kvarnera 2012.	udjel	Indeks plan 2012. / oč. ostv. 2011.
3.2.	Info i promo materijali	287.077,80 kn	510.000,00 kn	3,80	177,65
3.2.1.	Dotisak info i promo materijala	158.787,80 kn	90.000,00 kn	0,67	56,68
3.2.2.	Priprema novih materijala	128.290,00 kn	420.000,00 kn	3,13	327,38
3.2.2.2.	image info brošura	100.000,00 kn	50.000,00 kn	0,37	50,00
3.2.2.3.	B2B brošura	19.680,00 kn	40.000,00 kn	0,30	203,25
3.2.2.4.	Turistička karta regije	8.610,00 kn	80.000,00 kn	0,60	929,15
3.2.2.5.	Cruising brošura - radni naslov	- kn	90.000,00 kn	0,67	-
3.2.2.6.	Restorani i konobe na Kvarneru - tisak	- kn	40.000,00 kn	0,30	-
3.2.2.7.	Biciklom po Kvarneru - inoviranje i tisak	- kn	120.000,00 kn	0,89	-
3.3.	Manifestacije na Kvarneru u 2012. godini / u 2011. godini "Glasila"	730.400,23 kn	200.000,00 kn	1,49	27,38
3.4.	Newsletter Kvarnera - opći	189.014,40 kn	230.000,00 kn	1,71	121,68
3.5.	Press mapa Kvarnera	29.530,00 kn	20.000,00 kn	0,15	67,73
3.6.	Ostali promidžbeni materijal	37.329,06 kn	70.000,00 kn	0,52	187,52
3.7. i 3.8.	Studijska putovanja novinara i suradnja s novinarima (i nacionalne press konferencije HTZ-a)	176.675,99 kn	180.000,00 kn	1,34	101,88
4.	PRODAJA, PROMOCIJA I DISTRIBUCIJA	7.118.678,68 kn	6.908.000,00 kn	51,45	97,04
4.1.	Web portal www.kvarner.hr	542.591,79 kn	180.000,00 kn	1,34	33,17
4.1.1.	e-marketing aktivnosti	381.714,02 kn	80.000,00 kn	0,60	20,96
4.1.2.	održavanje web portala (praćenje uspješnosti)	110.877,77 kn	100.000,00 kn	0,74	90,19
	<i>aplikacija za mobilne telefone - u 2011. godini</i>	50.000,00 kn	- kn		-
4.2.	Studijska putovanja agenata i suradnja s agentima	33.796,01 kn	80.000,00 kn	0,60	236,71
4.3.	Javni poziv HTZ-a za oglašavanje u promotivnim kampanjama i/ili promotivno/prodajnim kanalima organizatora putovanja i zračnih prijevoznika	5.602.795,29 kn	4.900.000,00 kn	36,49	87,46
4.3.1.	s gospodarstvom	502.076,25 kn	400.000,00 kn	2,98	79,67
4.3.2.	s zračnim prijevoznicima	5.100.719,04 kn	4.500.000,00 kn	33,51	88,22
4.4.	Nastupi na turističkim sajmovima	450.674,23 kn	700.000,00 kn	5,21	155,32
4.4.1. - 4.4.3.	u suradnji s HTZ-om / samostalni nastup i/ili dodatni prostor u sklopu štanda HTZ-a	265.085,68 kn	450.000,00 kn	3,35	169,76
	specijalizirani sajmovi	185.588,55 kn	250.000,00 kn	1,86	134,71
4.5.	Posebne prezentacije	442.821,36 kn	990.000,00 kn	7,37	223,57
4.5.1.	u organizaciji TZ Kvarnera	210.150,30 kn	350.000,00 kn	2,61	166,55
4.5.2.	u organizaciji HTZ-a (nacionalne prezentacije i HTD)	102.066,80 kn	200.000,00 kn	1,49	195,95
4.5.3.	ostale prezentacije	50.298,50 kn	80.000,00 kn	0,60	159,05
4.5.4.	Roadshow prezentacije	80.305,76 kn	250.000,00 kn	1,86	311,31
4.5.5. / 4.5.5.1./4.5.5.2.	Poslovne radionice - Buy Croatia	- kn	110.000,00 kn	0,82	-
4.6.	Tekuća rezerva	46.000,00 kn	58.000,00 kn	0,43	126,09

PROGRAM RADA S FINANCIJSKIM PLANOM TURISTIČKE ZAJEDNICE KVARNERA ZA 2012. GODINU

	MARKETINŠKE AKTIVNOSTI PO VRSTAMA I PROJEKTIMA	Očekivano ostvarenje 2011.	Financijski plan TZ Kvarnera 2012.	udjel	Indeks plan 2012. / oč. ostv. 2011.
5.	INTERNI MARKETING	159.244,20 kn	10.000,00 kn	0,07	6,28
5.1.	Radionice	18.629,00 kn	10.000,00 kn	0,07	53,68
	<i>Emisija Kvarner Info na Kanalu Ri - u 2011. godini</i>	140.615,20 kn	- kn		-
B.	ORGANIZACIJA UPRAVLJANJA DESTINACIJOM	- kn	100.000,00 kn	0,74	-
C.	ADMINISTRATIVNI MARKETING	2.464.739,47 kn	3.352.000,00 kn	24,96	136,00
1.	Djelovanje TU i TZPGŽ	2.390.184,67 kn	3.152.000,00 kn	23,48	131,87
1.1.	djelovanje tijela	401.672,51 kn	402.000,00 kn	2,99	100,08
1.2.	djelovanje TU	1.988.512,16 kn	2.750.000,00 kn	20,48	138,29
2.	Skladištenje (info i promo materijala, servera)	74.554,80 kn	50.000,00 kn	0,37	67,06
3.	Oprema u TZ Kvarnera	- kn	150.000,00 kn	1,12	-
A+B+C	UKUPNO	13.015.776,87 kn	13.427.000,00 kn	100,00	103,16

Izvor: TU TZ Kvarnera

Predsjednik:

Zlatko Komadina, dipl.ing.