



*Izvješće o radu direktorice ureda  
Turističke zajednice otoka Krka za razdoblje  
siječanj-rujan 2016.godine*



## IZVJEŠĆE O RADU

Direktorice ureda i Turističkog vijeća Turističke zajednice otoka Krka za razdoblje siječanj-rujan 2016.

*Turistička zajednica otoka Krka u 2016 godini obilježava 20 godina postojanja kao jedinstvena institucija u Hrvatskoj. Potvrđena od Ministarstva turizma, ali bez definiranog ključa financiranja, pa se financiranje dogovara na dobrovoljnoj bazi po određenom ključu 2000. godine uz volonterski rad predsjednika i ureda svih turističkih zajednica koje su vodile Turističku zajednicu otoka Krka na godišnjoj razini.*

*2005. godine u sustav financiranja ulaze i Jedinice lokalnih samouprava uz turističke zajednice, a u TZ otoka Krka zapošljava se profesionalni direktor. Ministarstvo turizma potvrđuje Statut TZ otoka Krka kojim se i rješava dobrovoljno financiranje i rad tijela TZ otoka Krka kao i aktivnosti kojima se bavi*

*TZ otoka Krka u svom dugogodišnjem radu dala je značajan doprinos u razvoju turizma otoka Krka, a aktivno i svestrano je bila uključena i u 2016. godini*

*Tijekom zime i proljeća odradila je nekoliko edukacija, radionica, sastanaka od turističkih zajednica, voditelja kampova, hotelijerima, ugostiteljima, iznajmljivačima na temu pripreme sezone, promocija otoka Krka, E visitora i dr.*

*Posebno je organizirala edukacije za turističke vodiče i turističke zajednice kao i za agencije ali i sve ostale zainteresirane na temu kulturne i prirodne znamenitosti otoka Krka, a za ljubitelje hortikulture organizirala je i predavanja na temu uređenja vrtova.*

*Motivirala je turističke zajednice da svoje programe udruže u zajedničke programe kako bi se mogle konceptijski ojačati, dobiti na kvaliteti, zajedničkim je snagama sa turističkim zajednicama otisnula kvalitetnu pješačku kartu otoka Krka koja broji 68 staza sa više od 600 km.*

*Odradila je sajmove, udruženo se oglašivala ističući prednosti otoka Krka i ponudu koja je sve raznovrsnija za sve zahtjevnije goste, pokrenula je web portal za iznajmljivače i turističke agencije, te izradila Strategiju razvoja turizma otoka Krka*

*Otok Krk jedan od najvećih i najposjećenijih jadranskih otoka a u ovoj je turističkoj 2016.godini postao i destinacija koja je uvrštena u red najboljih europskih turističkih destinacija (European Best Destinations).*

*Otok Krk je u 2016. godini je dobio certifikat za Održivost u turizmu kao otok koji je napravio najveći pomak na području odgovornog i zelenog turizma – The 2016. Sustainable Destinations Top 100“, gdje je otok Krk od 100 destinacija iz cijeloga svijeta koje su ušli u završni krug natjecanja, uvršten na 26 mjesto.*

*Prema istraživanju koje je proveo Ipsos Marketing za TZ Kvarnera „Istraživanje i snage i percepcije brenda“, otok Krk uvršten je najposjećenije destinacije u Hrvatskoj i nalazi se u top 3 turističkih najposjećenijih regija uz bok Istri i Dalmaciji.*

*No, koliki je stvarni broj gostiju na otoku Krku zabilježen, s obzirom na novi sustav praćenja statistike preko E visitora ostati će otvoreno pitanje (drugačija metodologija praćenja), no vidljivo je bilo da je sezona u očekivanim i željenim brojkama po velikim gužvama na našim glavnim prometnicama, a TZ otoka Krka je u praćenju statistike objavljivala podatke kao što je to činila ranijih godina, vodeći računa da komercijalni i nekomercijalni promet prati odvojeno*

*Na otoku Krku su u 2016. godini ostvareni su novi rekordi, više od 4,3 milina noćenja ostvarena su ranije u odnosu na 2015. godinu*

# IZVJEŠĆE O RADU ZA 2016. GODINU

*Otok Krk daleko je najposjećenija odmorišna destinacija na području Primorsko-goranske županije, sa učešćem od 32% u ukupnom (kategoriziranom) prometu Kvarnera i gotovo 5% učešća u Hrvatskom turizmu*

## Obilježja turističke 2016. godine

- ❖ Izuzetno rani početak turističke sezone (Uskrs u ožujku i pomak vjerskih blagdana) nije donio željene predsezonska povećanja u dolascima i noćenjima (-3,46% noćenja u prvih pet mjeseci 2016.)
- ❖ Sezona se na početku odvijala vrlo neizvjesno, jednim dijelom zbog događanja u svijetu i terorističkih prijetnji, nesigurnosti i previranja, te i zbog vremenskih lošijih prilika (hladno, kišovito proljeće, poplave u Europi). Kraj sezone rezultirao je izvanrednim rezultatima, potvrdom predviđenih planova i zadovoljstvom turističkih djelatnika
- ❖ Uvođenje novog sustava praćenja gostiju HTZ-ov Evisitor omogućio je jednostavniji pristup prijave i odjave gostiju ali je i projicirao različite podatke prometa po destinacijama zbog drugačije metodologije praćenja prometa, pa su podaci gotovo neusporedivi sa lanjskom godinom
- ❖ Na otoku Krku gdje su i 2015. godine ostvareni izvanredni rezultati, 2016. godine usmjerila se snaga u podizanju kvalitete postojećih kapaciteta ali se dalo prostora u pojedinim destinacijama za novim kapacitetima posebice u smještaju u domaćinstvu, ali i u ostalim vidovima smještaja (hoteli i kampovi- prvi vinski hotel u Hrvatskoj, otvoren je u Vrbniku, vlasništvo obitelji Toljanić, grupacija Valamar Rivijera d.d. uložila je značajna i dodatna sredstva u nastavak uređenja kampa i podizanja kvalitete u kamp Krk u gradu Krku
- ❖ Uz potporu Ministarstva turizma a prema razvojnim programima Strategije razvoja turizma Hrvatske do 2020. godine, iz Programa konkurentnosti gospodarstva izgrađeni su na otoku Krku 7 nova bazena u privatnim kućama za iznajmljivanje i to u Dobrinju, Krku, Puntu, Vrbniku i Baški (sa 2015. godinom na otoku Krku je podijeljeno do sada ukupno 11 poticajnih potpora)
- ❖ Zahvaljujući krčkoj tvrtki Ponikve d.o.o., otok Krk postao je zeleni i pametan otok, prikupljanjem i odvajanjem otpada (sistem i vrata do vrata), a izgradnjom fotonaponskog postrojenja „Treskavac“ postignuta je energetska neovisnost Ponikva, a vodi računa i o javnoj rasvjeti otoka Krka. U 2016. godini Ponikve eko otok Krk izgradio je deset punionica za električne automobile
- ❖ U lipnju je Krčko maslinovo ulje upisano u Registar zaštićenih oznaka izvrsnosti EU, zahvaljujući Udruzi maslinara otoka Krka „Drobnica“. Tako je uz krčki pršut koji je markicu izvornosti i zaštićenog geografskog porijekla dobio 2015. godine, što predstavlja značajan doprinos u brendiranju otočnih proizvoda
- ❖ Pojačane su marketinške aktivnosti u koordinaciji sa TZ Kvarnera, PG županijom lokalnim samoupravama, turističkim zajednicama i gospodarstvom (udružena oglašavanja i suradnja s lowcost kompanijama
- ❖ Zračna luka Rijeka dijelom preuređena i s novom kulturnom postavom i zvučnim instalacijama kao novina u 2016. godini u svojim aerodromskim prostorijama (muzej na otvorenom) nakon izvanrednog prometa u 2015. godini ostvarila je i dobar rezultat i u 2016. godini koji je utjecao i na pojačana turistička noćenja na otoku Krku posebice sa Skandinavskih tržišta
- ❖ Na otoku Krku i u 2016. godini dobro je bila organizirana vatrogasna služba, te je i ove godine bio dobro umrežen i organiziran rad turističke ambulante zahvaljujući lokalnim samoupravama i hitne na poziv 112. No povećan promet u kolovozu otežao je prohodnost državne ceste D-102, kao i veliki broj biciklista čija je prisutnost na pojedinim dionicama (Baška- Punat) otežavala sigurnost u prometu.

## **Ostvareni turistički rezultati 2016. godine**

Otok Krk u 2016. godini bilježi izuzetne i rekordne rezultate. Nakon rekordnih rezultata u 2015. godini gdje je otok Krk po prvi puta ostvario preko 4 miliona noćenja u 2016. godini potvrđuje još bolje rezultate.

U razdoblju 1-9 mjeseci ostvareno je 728.375 dolazaka i 4.347.693 noćenja što je za 3% više u dolascima i 6% u noćenjima

Udjel domaćeg tržišta je 4,32%, domaći gosti bilježe porast u odnosu na 2015. godinu u dolascima za 8,47% i u noćenjima za 3,71%

Strani turisti sudjeluju sa 95,68% u ukupnom prometu, također bilježe porast i u dolascima +2,82% i u noćenjima +6,19% a najjača emitivna TOP 10 tržišta su:

- ❖ Njemačka sa 1.296.458 noćenja (+7,05%)

## IZVJEŠĆE O RADU ZA 2016. GODINU

- ❖ Slovenija sa 652.717 noćenja (-2,49%)
- ❖ Austrija sa 499.720 noćenja (+9,52%)
- ❖ Italija sa 417.253 noćenja (+8,50%)
- ❖ Češka sa 239.677 noćenja (+2,56%)
- ❖ Mađarska sa 214.881 noćenja (+17,10%)
- ❖ Hrvatska sa 187.681 noćenja (+3,71%)
- ❖ Poljaci sa 176.965 noćenja (+18,48%)
- ❖ Slovaci sa 164.671 noćenja (+6,38%)
- ❖ Nizozemska sa 106.926 noćenja (-0,83%)

U odnosu na promet po zemljama u PG županiji, otok Krk je TOP DESTINACIJA za emitivna tržišta Njemačke, Slovenije, Austrije, Italije, Češke jer ostvaruje najveći broj noćenja iz tih zemalja.

### AKTIVNOSTI TURISTIČKE ZAJEDNICE OTOKA KRKA U 2016. GODINI



Turistička zajednica otoka Krka djeluje prema Zakonu o Turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma od 1996. godine (N.N.152/08), bez zakonskih okvira financiranja već na osnovu sporazuma zainteresiranih strana koje čine grad Krk i šest općina (Omišalj, Malinska- Dubašnica, Punat, Baška, Vrbnik i Dobrinj) i pripadajućih turističkih zajednica.

Financiranje TZ otoka Krka definira Statut (članak 63. Statuta TZ otoka Krka), a koji je potvrđen 26.02.2013. godine (vezano uz izmjene i dopune Zakona o turističkim zajednicama)

Turistička zajednica provodi aktivnosti određene Zakonom o turističkim zajednicama, a koje su:

- promoviranje turističke destinacije na razini otoka Krka samostalno i putem udruženog oglašavanja,
- upravljanje javnom turističkom infrastrukturom danom na upravljanje od strane lokalnih samouprava sa područja otoka Krka,
- sudjelovanje u definiranju ciljeva i politike razvoja turizma na nivou otoka Krka,
- sudjelovanje u stvaranju uvjeta za efikasnu koordinaciju javnog i privatnog sektora,
- poticanje optimalizacije i uravnoteženje ekonomskih i društvenih koristi i koristi za okoliš,
- izrada strateških i razvojnih planova turizma na nivou otoka Krka,
- poticanje i sudjelovanje u uređenju otoka Krka u cilju unapređenja uvjeta boravka turista, osim izgradnje komunalne infrastrukture,
- redovito, a najmanje svaka 4 mjeseca, prikupljanje i ažuriranje podataka o turističkoj ponudi, smještajnim i ugostiteljskim kapacitetima (kulturnim, sportskim i drugim manifestacijama) radnom vremenu zdravstvenih ustanova, banaka, pošte, trgovina i sl. i drugih informacija potrebnih za boravak i putovanje turista,
- izdavanje turističkih promotivnih materijala
- obavljanje informativnih poslova u svezi s turističkom ponudom,
- poticanje i organiziranje kulturnih, zabavnih, umjetničkih, sportskih i drugih manifestacija koje pridonose obogaćivanju turističke ponude,
- koordinacija djelovanja svih subjekata koji su neposredno ili posredno uključeni u turistički promet radi zajedničkog dogovaranja, utvrđivanja i provedbe politike razvoja turizma i obogaćivanja turističke ponude,

## IZVJEŠĆE O RADU ZA 2016. GODINU

- poticanje, organiziranje i provođenje akcija u cilju očuvanja turističkog prostora, unapređivanja turističkog okruženja i zaštite čovjekova okoliša, te prirodne i kulturne baštine,
- poticanje, unapređivanje i promicanje specifičnih prirodnih i društvenih vrijednosti koje otok Krk čine turistički prepoznatljivim i stvaranje uvjeta za njihovo gospodarsko korištenje,
- vođenje jedinstvenog popisa turista za područje otoka Krka, poglavito radi kontrole naplate boravišne pristojbe i stručne obrade podataka,
- dnevno prikupljanje, tjedna i mjesečna obrada podataka o turističkom prometu na području otoka Krka,
- provjera i prikupljanje podataka o prijavi i odjavi boravka turista u cilju suradnje s nadležnim inspeksijskim tijelima u nadzoru nad obračunom, naplatom i uplatom boravišne pristojbe, te prijavom i odjavom turista.
  
- poticanje i sudjelovanje u aktivnostima obrazovanja stanovništva o zaštiti okoliša, očuvanju i unapređenju prirodnih i društvenih vrijednosti prostora u cilju razvijanja svijesti stanovništva o važnosti i učincima turizma, te svojih članova, odnosno njihovih zaposlenika u cilju podizanja kvalitete usluga,
- organizacija provođenja i nadzor svih radnji promocije turističkog proizvoda otoka Krka sukladno smjernicama skupštine Zajednice, godišnjem programu rada i financijskom planu Zajednice
- ustrojavanje jedinstvenoga turističkoga informacijskog sustava, sustava prijave i odjave turista i statističke obrade,
- promocija turističke ponude otoka Krka u zemlji i inozemstvu u koordinaciji s Turističkom zajednicom Primorsko-goranske županije i Hrvatskom turističkom zajednicom,
- obogaćivanje ukupne turističke ponude otoka Krka i kreiranje novih proizvoda, a poglavito u selektivnim oblicima turizma (seoski, kulturni, zdravstveni, rekreativni turizam i dr.),
- pružanje stručne i svake druge pomoći turističkim zajednicama s područja otoka Krka u pitanjima važnim za njihovo djelovanje i razvoj, te poticanje i pomaganje razvoja turizma na područjima koja nisu turistički razvijena,
- koordinacija djelovanja turističkih zajednica općina i gradova s područja otoka Krka,
- poticanje, očuvanje, unapređivanje i promicanje svih postojećih turističkih resursa i potencijala, te turističke ponude otoka Krka,
- objedinjavanje zajedničkih razvojnih projekata turističkih zajednica općina i gradova, od značaja za otok Krk,
- obavljanje i drugih poslova propisanih ovim Zakonom ili drugim propisom.

Zajednica sudjeluje u provedbi programa i akcijama Turističke zajednice Primorsko-goranske kao i lokalnih turističkih zajednica otoka Krka od zajedničkog interesa za sve subjekte u turizmu s područja otoka i Županije.

Aktivnosti koje je u 2016. godini provodila TZ otoka Krka potvrdila je Skupština u prosincu 2015. godine, uvažavajući glavne ciljeve

- ✓ potvrditi rezultate iz rekordne rezultate
- ✓ povećati stupanj korištenja kapaciteta u pred i posezoni (PPS programi)
- ✓ povećanje kvalitete i povećanje potrošnje
- ✓ ostvarenje boljih financijskih rezultata i konkurentne cijene
- ✓ poticati na daljnje unapređenje kvalitete smještajnih kapaciteta i sadržaja u okviru ponude nositelja smještaja
- ✓ poticati na prilagodbu tržišnih i komercijalnih uvjeta poslovanja zahtjevima tržišta uz pozicioniranje cijena (posebne ponude, prilagodba razdoblja sa cijenama, praćenje školskih praznika i prilagodba cijena isl.

Sve aktivnosti radila je u suradnji sa lokalnim turističkim zajednicama, sa gospodarstvom na području otoka Krka, sa Hrvatskom turističkom zajednicom i Turističkom zajednicom Kvarnera

TZ otoka Krka posebno je surađivala sa slijedećim partnerima

- Institutom za turizam na izradi Strategije razvoja turizma otoka Krka
- Fakultetom za turistički i hotelski menadžment iz Opatije (Strategija razvoja turizma PG županije)
- PG županija, Upravni odjel za turizam, poduzetništvo i ruralni razvoj (na projektu Kvarner Family)
- Hrvatskom turističkom zajednicom (PPS programi Hrvatska 365)
- Hrvatskom turističkom zajednicom, predstavništvom u Sloveniji (Ljubljani)
- HGK i Odborom za turizam pri Saboru RH (Zakon o TZ)

# IZVJEŠĆE O RADU ZA 2016. GODINU

- Sa UHP-om (Udruženje hrvatskih putničkih agencija) – DMK edukacija 02.06. u Malinskoj
- Agencija Mone Sale d.o.o. (objedinjavanje aktivnosti na nivou TZ otoka i razvoj DMO)
- JU Priroda PG županije (program edukacija za vodiče, turističke djelatnike i brodare, te u partnerstvu za EU fondove)
- Biskupija Krk (edukacija za vodiče, turističke djelatnike)
- Organizacijom Green Destinations Travel Mole za organizaciju „The 2016 Sustainable Destinations Top 100“

## A) ADMINISTRATIVNI MARKETING

Obuhvaća :

- 1.1. Djelovanje turističkog ureda
- 1.2. Djelovanje Info punkta Zračna Luka Rijeka

### 1.1. Turistički ured TZ otoka Krka

U 2016. godini u uredu su radile dvije djelatnice od kojih je jedna u ljetnim mjesecima u Zračnoj luci Rijeka (odnos 8 mjeseci u ZLR i 4 mjeseca u TZ otoka Krka)

Turistički ured vodi direktorica ureda i u njemu se provode aktivnosti potvrđene na Turističkom vijeću i na Skupštini TZ otoka Krka.

U proteklom razdoblju odrađene su aktivnosti:

- Koordinirane su i organizirane aktivnosti za sajmove u suradnji sa gospodarstvom i stručnim službama HTZ-a, TZ Kvarnera i direktno sa upraviteljima sajмова (na sajmovima gdje je TZ otoka Krka nastupala samostalno)
- Radila je na prihvatu novinara i studijskih grupa od ožujka do listopada
- Održano je više radnih sastanaka sa TZ i u suradnji sa Marinom Đukanović (Mone Sale d.o.o.) na temu objedinjavanja aktivnosti na nivou otoka Krka i to:  
21.01., 04.02. i 22.02.; 02.03., 29.03.; 13.06.  
29.03. održan je i zajednički sastanak sa ugostiteljima na temu objedinjavanja gastro programa u predsezoni
- Koordinirala je aktivnosti u suradnji sa Institutom za turizam na Strategiji razvoja turizma otoka Krka 2015- 2020. kao i sa Fakultetom za turistički i hotelski menadžment u Opatiji na izradi Strategije razvoja turizma i Operativni marketing plana 2015-2020 PG županije
- Radila je na aktivnostima projekta Kvarner Family .Direktorica ureda kao članica Povjerenstva za Kvarner Family PG županije tri puta bila je u obilasku novo prijavljenih kandidata u Kvarner Family (svibanj i srpanj, rujna 2016.)
- U suradnji sa Biskupijom u Krku „Javnom Ustanovom Priroda“, TZ organizirala je niz edukativnih predavanja za turističke vodiče i turističke zajednice (veljača, ožujak 2016.)
- Koordinirane su aktivnosti na projektu PPS Hrvatska 365 u kojemu je TZ otoka Krka voditelj za destinaciju otoka Krka
- Organizirala je radne sastanke na temu pripreme sezone i tiskanje promotivnih materijala sa predstavnicima hotelijera, kampova, agencija, brodara, Odbor za obiteljski smještaj, Grupacija turističkih agencija te turističkih zajednica (koordinacije direktora)
- Aktivno je sudjelovala u odborima pri TZ otoka Krka, Strukovna skupina Obiteljskog smještaja i grupacija turističkih agencija
- Aktivno je radila na edukaciji i rješavanju problema vezano uz novi sustav prijave i odjave turista E visitor
- Organizirala je aktivnosti na projektu Otočna rožica 2016., te je održano više radnih sastanaka sa imenovanim Povjerenstvom za Otočnu rožicu (7 članova povjerenstva)
- Organizirala je aktivnosti na projektu „Ljetni đir“ radijske emisije u suradnji sa Radiom OK i lokalnim TZ i Novim listom
- Uključila se u projekt EU projekt Mala barka- osnivanje centra izvrsnosti, projekt valorizacije pomorske, ribarske i brodograditeljske baštine Sjevernog Jadrana uz PGŽ, TZ Kvarnera
- Provodila je program tiskanja otočne turističke publikacije „Pu (o)neštrice“ koja izlazi dvaput godišnje a obuhvaća tematske članke vezane uz turizam i gospodarstvo
- Aktivno je uzela učešće u kreiranju novih zakonskih promjena Zakona o turističkim zajednicama, boravišnoj pristojbi i turističkoj članarini u suradnji, a prema preporuci HGK

# IZVJEŠĆE O RADU ZA 2016. GODINU

- Direktorica ureda objavila je više članaka „newslettera“ u raznim specijaliziranim časopisima i magazinima (UT, Krčki Val, Puneštrica, Krk.org, Horizont, Otočni NL I sl.

## 1.1.1. Analiza praćenja realizacije Financijskog plana u 2016. godini

TZ otoka Krka redovito prati realizaciju Financijskog plana za 2016. godinu, a posebno izvore prihoda sporazumno dogovorene sa jedinicama lokalnih samouprava i turističkih zajednica, kao i ostale prihode od gospodarstva

Prihode i rashode uspoređuje sa prethodnim razdobljima kao i u odnosu na planirana sredstva

U skladu sa financijskim poslovanjem Zajednice u turističkom uredu vodi se računa o podmirivanju obveza prema domaćim i inozemnim poslovnim partnerima.

Financijski plan i realizaciju prate članovi Nadzornog odbora od tri člana.

Financijski plan prema odredbama Zakona i Statuta TZ otoka Krka dostavljen je TZ Kvarnera.

U proteklom razdoblju u TZ otoka Krka održano je šest sjednica vijeća (25.01, 24.02, 30.03, 30.05, 25.07.) dvije sjednice Skupštine i tri sjednice Nadzornog odbora (17.02. i 22.07.)

Članovi vijeća su :

1. Neven Komadina, predsjednik
2. Darijo Vasilić
3. Robert Anton Kraljić
4. Toni Juranić
5. Mirela Ahmetović
6. Marija Dujmović Pavan
7. Marinko Žic
8. Nikola Hržić
9. Dragan Brnić
10. Diana Felker
11. Ernest Perić

Predsjednik zajednice se svake godine prema odredbama Statuta mijenja i u 2016. godini funkciju predsjednika preuzeo je Neven Komadina, načelnik Općine Dobrinj

Zamjenik predsjednika je Anton Bolonić a prema Statutu TZ otoka Krka (čl. 37 i 38 i 39.) iz 2013. godine (potpisnik Statuta je Toni Juranić, u toj godini predsjednik TZ otoka Krka).

Zamjenik predsjednika Anton Bolonić obnaša funkciju u TZ otoka Krka prema posebnoj odluci vijeća TZ otoka Krka u skladu sa Statutom.

Nadzorni odbor djelovao je u sastavu

1. Vesna Šamanić, predsjednica (imenovana od strane HTZ-a, ponovo potvrđena 29. lipnja 2016.)
2. Tanja Lulić, članica
3. Miljenka Justić, članica

Knjigovodstvene usluge od 01.01.2015. godine vodi agencija Marina konto iz Punta, direktor Ljubo Stipančić



## 1.1.2. Praćenje turističkog prometa za područje otoka Krka

TZ otoka Krka prati registrirani i neregistrirani turistički promet

TZ otoka Krka od 01.01.2016. turistički promet prati preko novog sustava postavljen od HTZ-a E visitor Stanje prometa se prikuplja dnevno za cijelo područje otoka Krka, a posebno se prati mjesečna statistika i u kumulativni te se uspoređuje s prethodnim razdobljima

Podaci su dostupni za članove vijeća, turističke zajednice, TZ Kvarnera, gospodarstvo, medije i za potrebe studenata i ostalih zainteresiranih

Neregistrirani promet posebno se prati i vodi se evidencija kao i posebni izvještaji (E visitor nema razrađen sustav praćenja nekategoriziranog smještaja, pa se taj vid smještaja izdvaja iz ukupnih noćenja u mjesečnoj statistici, što neke druge županije ne rade, pa su podaci prezentirani u javnosti različiti i neusporedivi s prethodnim razdobljima i neobjektivni su.

## 1.1.3. Ostale aktivnosti Turističkog ureda

Turistička zajednica otoka Krka prijavila se na javne pozive i natječaje

- Prijava na javne pozive i natječaje
  1. Prijava na javni poziv Hrvatske turističke zajednice za udruženo oglašavanje
  2. TZ otoka Krka uključila se u EU fondove kao projektni partner JU Priroda u projektu „Očuvanje i održiva upotreba prirodnih i kulturnih resursa (očuvanje nasljeđa kroz održivi turizam) u razdoblju 01.01.2017-01.07.2019.
  3. Prijava na Javni poziv Hrvatske turističke zajednice za turističke nagrade –Otok Krk kao najbolja odmorišna turistička destinacija
  4. Prijava na Javni poziv za sufinanciranje programa i manifestacija u PG županiji – prijavila je projekt Otočne rožice 2016.
  5. Prijava na Javni poziv PG županije za razvoj selektivnih oblika turizma- prijavili izradu karte šetnica i bike staza
  6. Prijava otoka Krka za European Best Destinations, gdje je polovinom svibnja i uvrštena
  7. Prijava otoka Krka na Top 100 održivih destinacija u 2016“ (The 2016 Sustainable Destinations Top 100), a odluka je donesena u Ljubljani 26 i 27. rujna 2016. godine , gdje je otok Krk dobio priznanje za održivi i odgovorni turizam

## 1.1.4. Distribucija materijala

TZ otoka Krka raspolaže sa dva skladišta. Jedno je u gradu Krku , a drugo skladište je u Zagrebu (Sveta Nedjelja) za potrebe distribucije materijala na sajmove (Trast Logistika d.o.o)

Promidžbeni materijali se dijele za potrebe:

1. Turističkih zajednica
2. Studijskih grupa i novinara
3. Info centra Zračna luka Rijeka
4. Info centra Vrata Jadrana
5. Turističkih sajmova
6. Predstavništva HTZ-a
7. Za ostale potrebe (individualni upiti)

Godišnje se distribuira oko 50.000 promotivnih materijala

## 1.2. Djelovanje info punkta Zračna luka Rijeka

Info punkt Zračna luka Rijeka organizira TZ otoka Krka, a financira ga TZ Kvarnera po dogovoru 2014. godine . Info punkt Zračna luka Rijeka veličine je 9,56 m<sup>2</sup> , unajmljeni prostor , ugovorom definiran sa Zračnom lukom Rijeka.

Na info punktu zaposlene su dvije djelatnice , od toga je jedna u stalnom radnom odnosu (dijelom na teret TZ otoka Krka) , te druga kao stalna sezonska djelatnica.

Info punkt u pravilu je otvoren od ožujka do listopada, s određenim radnim vremenom prilagođeno avio linijama (dolascima i odlascima aviona, )



Info punkt ZL Rijeka prati slijedeće podatke

# IZVJEŠĆE O RADU ZA 2016. GODINU

## UKUPAN BROJ POSJETITELJA

- Ukupno je u vremenskom razdoblju **01.04. do 30.09.2016.** Info punkt «Zračna luka Rijeka» posjetilo **21.130** posjetitelja (indeks 91, u odnosu na 2015. godinu i to po zemljama kako slijedi:
  - Iz Njemačke i zemalja njemačkog govornog područja **6.091** posjetitelja, odnosno **28,83% (-20%)**
  - Iz Hrvatske **3.815** posjetitelja, odnosno **18,05% (+3%)**
  - Iz Skandinavije **2.850** posjetitelja odnosno **13,49 % (-20%)**
  - Iz Velike Britanije **1.919** posjetitelja, odnosno **9,08% (99%)**
  - Iz pribaltičkih zemalja Litve/Latvije/Estonije **1.809** posjetitelja, odnosno **8,56 % (+40%)**
  - Iz Belgije/Francuske **886** posjetitelja, odnosno **4,19% (-27%)**
  - Iz Izraela **732** posjetitelja, odnosno **3,46% (-15%)**
  - Iz Slovenije **531** posjetitelja, odnosno **2,51% (-14%)**
  - Iz USA **426** posjetitelja, odnosno **2,02% (-12%)**
  - Iz Švicarske **239** posjetitelja, odnosno **1,13% (-12%)**
  - Iz Nizozemske **144** posjetitelja, odnosno **0,68% (-30%)**
  - Iz Italije **154** posjetitelja, odnosno **0,73%**
  - Iz Španjolske **135** posjetitelja, odnosno **0,64%**
  - Iz Češke/Mađarske/Poljske/Slovačke **133** posjetitelja, odnosno **0,63%**
  - Ostali, **637** posjetitelja, odnosno **3,01%**

## DNEVNA POSJEĆENOST

- U prosjeku, «Info punkt Zračna luka Rijeka» posjetilo je 124 posjetitelja dnevno (179 radnih dana)

## POSJEĆENOST TIJEKOM TJEDNA, VIKENDA I NAJVEĆA POSJEĆENOST

- tijekom tjedna (od ponedjeljka do petka) evidentirano je **15.387** posjetitelja odnosno **72,82 %** od ukupnog broja posjetitelja (za 131 radna dana)
- tijekom tjedna prosječna posjećenost iznosi **117** posjetitelja ( - 4%)
- tijekom vikenda (subota i nedjelja) evidentirano je **5.743** posjetitelja odnosno **27,18%** od ukupnog broja posjetitelja (za 39 dana vikenda)
- tijekom vikenda prosječna posjećenost iznosi **147** posjetitelja (+8%)
- najveći broj posjetitelja u jednom danu evidentirano je **02. KOLOVOZA** kada je zabilježeno **341** posjetitelj
- u periodu ožujak-rujan najveća posjećenost bila je utorkom, četvrtkom, subotom i nedjeljom

## POTRAŽNJA ZA PROMOTIVNIM MATERIJALOM

- u izdanju Turističke zajednice Primorsko-goranske županije podijeljeno je ukupno **3. 088** primjeraka tiskanog materijala, a od toga najviše:
  - Tematska brošura „Staze i šetnice“ – 52 primjeraka
  - Tematska brošura „Kamping“ – 41 primjerak
  - Tematska brošura – letak „Gorski Kotar“ – 301 primjerak
  - Tematska brošura „Kvarner Gourmet & Food“ – 201 primjerak
  - Tematska brošura „Kvarner image“ (mala brošura) – 88 primjeraka
  - Tematska brošura "Zdravstveni turizam na Kvarneru" – 51 primjerak
  - Tematska brošura "Kvarner Family" – 247 primjeraka
  - Tematska brošura – "Zaštićena prirodna baština" –46 primjeraka
  - Tematska brošura – "Užitak ronjenja" – 28 primjeraka
  - Tematska brošura – letak „Gorski Kotar“ – 403 primjeraka
  - Tematska brošura Kvarner Hotels -125 primjeraka
  - Tematska brošura Jedrenje na Kvarneru -13 primjeraka
  - Biciklističke staze Gorskog kotara – 45 primjeraka
  - Kvarner Magazin – 76 primjeraka
  - Karta Kvarnera – 681 primjeraka
  - Kalendar događanja "Otkrij Kvarner" – 1.138 primjeraka

U izdanju Hrvatske turističke zajednice podijeljeno je ukupno 1.184 primjeraka tiskanog materijala

- Turističke informacije s kartom 1.034 primjeraka

- Tematska brošura Lika- Karlovac, Festival bajke 2 primjeraka
- Hotelski imenik – 2 primjeraka
- Kulturna baština – 39 primjeraka
- Prirodna baština – 10 primjeraka
- Image Hrvatska -53 primjeraka
- Camping – 20 primjeraka
- Full of island Nautika – 24 primjeraka
  
- u izdanju Turističkih zajednica članica (Primorsko-goranske županije) podijeljeno je ukupno 3.243 primjeraka tiskanog materijala
- Ukupno je na Info punktu Zračna luka Rijeka podijeljeno 7.515 primjeraka tiskanog materijala (-34% u odnosu na 2015. godinu)

## POTRAŽNJA ZA DESTINACIJAMA SA PITANJIMA

- Otok Krk – autobusne linije, smještaj, kulturne manifestacije, sport i rekreacija, povezanost s ostalim kvarnerskim otocima...
- Rijeka, Opatijska i Crikveničko-vinodolska rivijera – cestovni pravci, hoteli, restorani, kulturna zbivanja
- Nacionalni parkovi, Kvarnerski otoci (Rab, Cres, Lošinj), Istra, Zagreb, Split, Dubrovnik, festivali

## UPOTREBA WEB KIOSKA I INTERNETA

Internet se upotrebljava većinom za informacije o autobusnim linijama, trajektnim vezama, željeznicama i sl.

Podaci o ostvarenom prometu u **Zračnoj Luci Rijeka objavljuju se u Hrvatskog agenciji za Civilno zrakoplovstvo** a podaci za kolovoz govore da je u Zračnoj Luci Rijeka prevezeno 35.435 putnika što je za 7,66% više u odnosu na 2015 godinu, a u razdoblju siječanj-kolovoz prevezeno je 106.912 putnika (+3,29%), a u tranzitu 1.409 putnika

## B) FUNKCIONALNI MAREKTING

### 2. DIZAJN VRIJEDNOSTI

Obuhvatio je aktivnosti:

#### 2.1.Potporna za PPS programe Hrvatske 365 (pred i posezonski programi)



HRVATSKA365

TZ otoka Krka ima status PPS destinacije OTOK KRK od 08. svibnja 2015. godine.

PPS destinacija Hrvatska 365 program je koji provodi Hrvatska turistička zajednica, sukladno strategiji razvoja turizma 2014-2020, a u cilju podupiranja razvoja turističke ponude u pred i posezoni i aktivnostima upravljanja destinacijom, te razvoj ponude destinacije koje će u konačnici dovesti do većeg broja dolazaka gostiju i van glavne sezone te pokrenuti veću potrošnju u destinaciji.

Oznaka“ PPS destinacija“ dodjeljuje se i s ciljem poticanja razvoja atraktivne i konkurentne destinacijske ponude s dodanom vrijednošću u pred i posezone te uspješne tržišne komunikacije koja može pridonijeti boljoj vidljivosti i vrijednosnoj percepciji Hrvatske kao destinacije koja ima atraktivnu ponudu u PPS razdoblju. Turistički otok Krk udružen kroz turističke zajednice, lokalne samouprave i gospodarstvo ima sve predispozicije da se profilira kao uspješna PPS destinacija.

# IZVJEŠĆE O RADU ZA 2016. GODINU

PPS destinacija Otok Krk djeluje kao tijelo kroz potpisani Sporazum (sasvim TZ i lokalnim samoupravama), kroz PPS klub (sve TZ) i kroz proizvodne timove ( članovi čine gospodarstvo)

PPS destinacija Otok Krk prijavila se sa dva proizvoda i to za područje outdoor aktivnosti i područje kulture , te dvije geo zone Njemačka i Skandinavija

Obuhvaćeni su najatraktivniji programi pred i posezone ( u 2016. godini posezonski programi, najvećim dijelom okrenuti outdoor programima i kulturi

U suradnji sa predstavništvima u Njemačkoj (Damir Balenović) i predstavništvom HTZ-a za Skandinaviju , TZ otoka Krka organizirala je program za novinare iz Münchena i Berlina od 02.-05.06. (magazin for Travel and Lifestyle (kultura, gastronomija obiteljski odmor, outdoor, bike, activity, automotive travel

Od 12.-16.06. boravile su dvije novinarki iz Estonije

Novinari su prošli sva mjesta, najznačajnije kulturne znamenitosti , te su obišli neke zanimljive šetnice

## 2.2.Projekt Destinacijski brand management otok Krk, pozicioniranje destinacije otoka Krka

Projekt je dogovoren sa agencijom Mone Sale , direktoricom Marinom Đukanović iz Malog Lošinja.

Cilj projekta koji se radi u fazama je da se pripremi pozicioniranje otoka Krka kao jedinstvene destinacije u skladu s Glavnim planom turističkog razvoja PG županije i otoka Krka koji se izdvojeno prati u Strategiji turističkog razvoja otoka Krka

U prvoj godini programa (2015.)odrađeno je više razgovora sa turističkim zajednicama i najznačajnijim gospodarstvenicima otoka Krka (deset interviewa sa opinion leaderima ), a u 2016 godini uslijedili su konkretne radionice sa TZ i gospodarstvom (ugostiteljima).

U periodu od 12/2015 do lipnja 2016. odrađeno je 6 radionica s direktorima ureda a na kojima je odrađena koordinacija zajedničkih kalendara događanja (iz mjeseca u mjesec, a što se nije pokazalo uspješnim rješenjem), koordinacija zajedničkog widgeta za kalendar događanja .

Pripremio se plan zajedničkih manifestacija u pred sezoni – gastro i sport , proveden je natječaj za promociju odabranih manifestacija , napravljena je prezentacija manifestacija ugostiteljima, sporazum i upute za sudionike i napravljen je brifing za agencije i koordinacija realizacije

Odrađeni su zajednički programi

Travanj TRK NA KRK više trekking/hiking/running manifestacija

svibanj: BIKE ON KRK

gastro programi: dani šparoga (travanj), dani janjetine (svibanj), lipanj (dani šurlica (KRK JE RAJ)

## 2.3.Volim Hrvatsku - Godišnje Hrvatske turističke nagrade

Koncept godišnjih turističkih nagrada u 2016. godini provodi Hrvatska turistička zajednica , Ministarstvo turizma i Hrvatska gospodarska komora s ciljem daljnjeg poticanja konkurentnosti, inovativnosti i svijesti o održivom razvoju, te podizanju kvalitete usluga i proizvoda.

Kategorije su formirane u skladu s aktualnom Strategijom razvoja turizma i Strateškim marketinškim planom.

TZ otoka Krka prepoznala je značaj cjelovite turističke zajednice te u novom konceptu nagrađivanja prepoznala je mogućnosti praćenja, kontrole i unapređenja kvalitete cijelog područja otoka te se ponovo i u 2016. godini prijavila u kategoriju „Destinacija godine“ , pod kategorija

### **„Najuspješnija destinacija za ljetni odmorišni turizam“**

Za potrebe prijave bila je obaveza napraviti PP prezentaciju u kojem je prijavljena destinacija morala zadovoljiti određene parametre ( kulturne i prirodne atrakcije, događaje i zabavu, mogućnost sporta i rekreaciju, tradicijsku baštinu, komunalnu infrastrukturu, javnu turističku infrastrukturu , parking, ugostiteljske smještajne objekte i dr.

Također je trebalo prezentirati i određene informacije o destinaciji (noćenja, dolasci po zemljama, spolu, godinama prijevoznom sredstvu , jednodnevnim posjetiteljima i dr.

TZ otoka Krka prijavu je izvršila u roku predviđenim za prijavu (14. lipnja 2016) , ušla je u uži krug u konkurenciji 30 destinacija (od 57 prijavljenih .

## IZVJEŠĆE O RADU ZA 2016. GODINU

Direktorica ureda je na Plitvicama 08.rujna 2016 godine održala prezentaciju i predstavila otok Krk

*Dodjela nagrada najboljima održati će se u sklopu manifestacije Dani hrvatskog turizma 2016. koje se tradicionalno održava u listopadu svake godine, a ove godine će to biti u Bolu na Braču*

Osim kategorije destinacije za odmorišni turizam ostale kategorije bile su

- **Najpoželjnija destinacija ruralnog turizma**
- **Najpoželjnija destinacija turizma zdravlja**
- **Najpoželjnija City break destinacija**
- **Autentična Primorska destinacija „Naše malo mjesto“**

### 2.4. Otočna rožica 2016



Projekt Otočna rožica pokrenut je u 2015. godini, u cilju razvijanja svijesti o ekologiji, zaštiti okoliša i očuvanju prirodne i kulturne baštine. U 2016. godini nastavljen je i realiziran projekt

Akcija koju provodi TZ otoka Krka predstavlja biranje najljepših vrtova, balkona, balatura i nova kategorija koja je uvedena – javnih površina. Program je proveden u suradnji s turističkim zajednicama na osnovu javnog poziva u lipnju, a cijeli program je odradilo povjerenstvo u sastavu od 7 članova a koji su: Mr.sc. Dobrila Kraljić, dip. ing.agr.; Hrvoje Skorup, dipl. ing gr.; David Mrakovčić, mag.ing.agr.; Ivica Brozić mag.ing.prosp.arch kao stručni članovi povjerenstva, te ostali članovi predstavnik Ponikva d.o.o. Ivan Jurešić univ.spec.oec, predstavnik Trgovačkog društva Komun iz Dobrinja, te Slavica Grgurić predsjednica Strukovne skupine obiteljskog smještaja otoka Krka

Određene kategorije ocjenjivanja su : klasičan vrt, dvorište, balkon, održivi vrt, i javna površina.

Javni poziv je bio otvoren do kraja lipnja 2016. godine, a obilazak od strane povjerenstva je izvršen u srpnju mjesecu. Ukupno je bilo 30-tak prijava, od kojih je povjerenstvo izabralo po tri od svake kategorije.

Svečani skup prijavljenih i nagrađenih održao se u Portu (Malinska) u samostanu sv. Marije Magdalene krajem rujna 2016. godine (30.09.2016.), a okupila je vlasnike najuređenijih, najatraktivnijih prijavljenih okućnica Krka

Izuzetno vrijedna akcija koja je potaknula mnoge na uređenje svojih okućnica i vrtova u cilju dodatne vrijednosti u ponudi smještaja.



### 2.5. Ljetni đir 2016

Radijska emisija radija OK i TZ otoka Krka u cilju dodatne promocije svih destinacija na otoku Krku i zanimljivih manifestacija koje su posebno promovirane u emisiji kao i određeni ugostiteljski objekti koji su bili i sponzori u emisijama

## IZVJEŠĆE O RADU ZA 2016. GODINU

Odrađeno je sedam emisija i to 07. srpnja u Omišlju, 13. srpnja u Vrbniku, 20. srpnja u gradu Krku, 27. srpnja u Puntu, 03. kolovoza u Dobrinju, 10. kolovoza u Malinskoj i završna emisija u Baški 17. kolovoza. Ukupno je kroz emisiju prošlo 40 sugovornika, a gosti su bili gotovo svi načelnici i gradonačelnik otoka Krka, te je podijeljeno dvadesetak i više nagrada



### 2.6. European Best Destinations

Otok Krk je polovinom svibnja uvršten u klub najboljih europskih destinacija, a što je i službeno objavljeno na web portalu, službenim stranicama Europskih najboljih odredišta

<http://www.europeanbestdestinations.com/>

„Najbolje Europske destinacije“ je europska organizacija sa sjedištem u Bruxellesu, a formirana je za promicanje kulture i turizma u Europi. U suradnji sa organizacijama u turizmu i turističkim uredima rade na promicanju boljeg razumijevanja bogatstva raznolikosti i kvalitete europskih destinacija

## 3. KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI

*ON LINE KOMUNIKACIJE su obuhvaćene aktivnosti*

### 3.1. Razvoj društvenih mreža

Operativno tehničku podršku vodi tvrtka E.M.K PARTNER d.o.o. iz Malinske koji ujedno i vrše održavanje web stranica.

TZ otoka Krka prisutna je na društvenim mrežama i aktivna je na Facebooku i Twitteru, te također ima svoj YouTube kanal na kojise postavljaju promotivni filmovi vlastite produkcije.

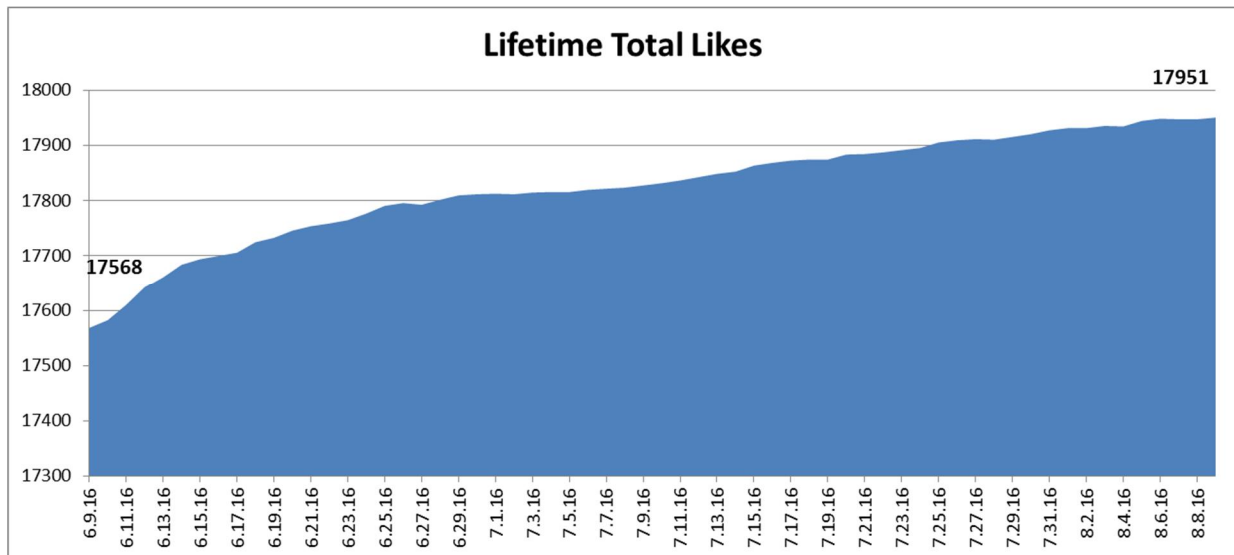
### **Pregled aktivnosti na društvenim mrežama od 10.06.-10.08.2016**

#### 1. FACEBOOK

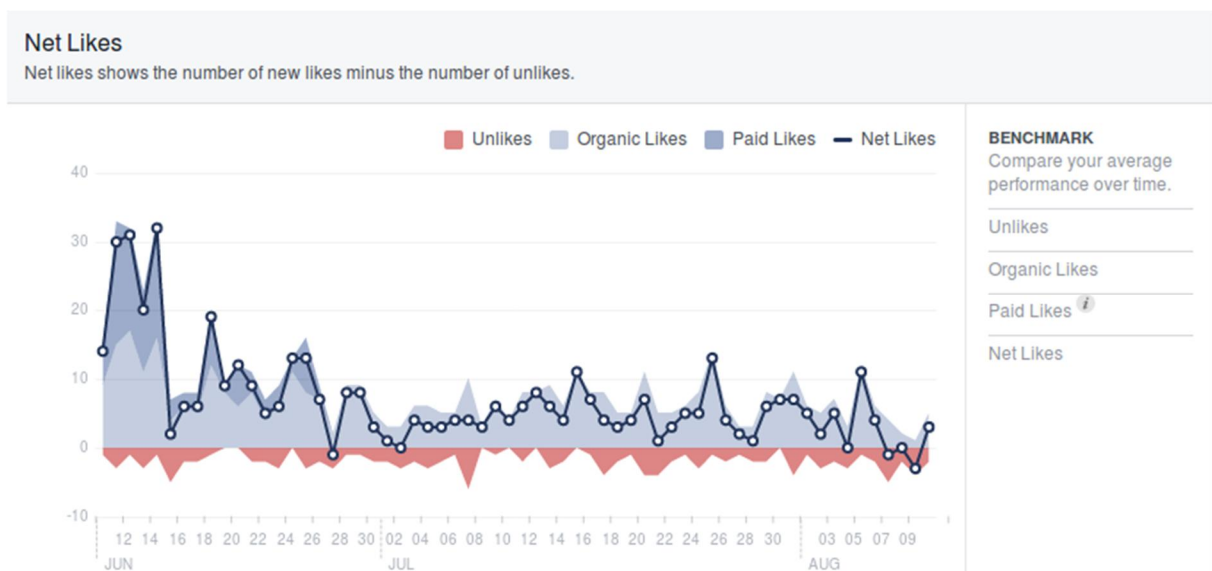
Facebook fan page	<a href="http://www.facebook.com/krk.otok.isola.insel.island">www.facebook.com/krk.otok.isola.insel.island</a>	<b>17.951 likes</b>
Facebook group	<a href="http://www.facebook.com/groups/I.Love.Island.Krk/">www.facebook.com/groups/I.Love.Island.Krk/</a>	<b>10.390 members</b>

Najviše aktivnosti na društvenim mrežama povezano je sa Facebookom putem Fan stranice TZ otoka Krka (17.951 fanova), te grupom **I ♥ island of Krk** koja ima **10.390** članova.

# IZVJEŠĆE O RADU ZA 2016. GODINU



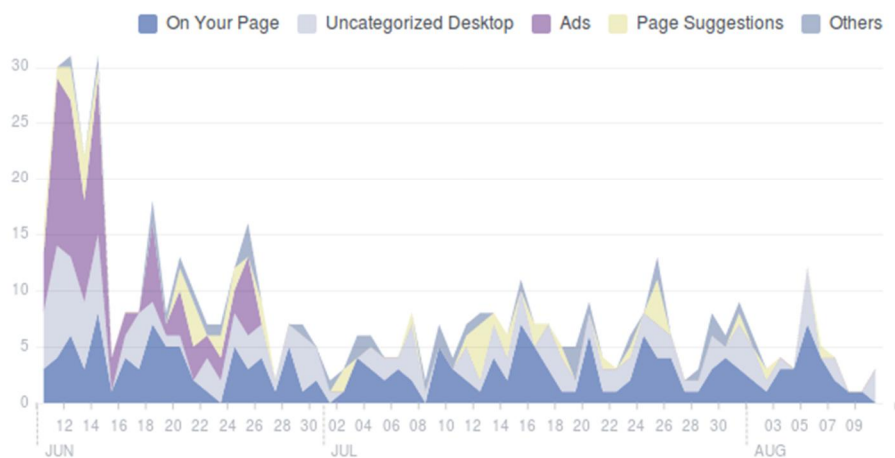
U zadanom periodu broj novih fanova porastao je za 383, od čega je udio od plaćenih oglasa tijekom lipnja (kampanje TZOK do 27.06.) bio 90 novih fanova. Ostatak novih fanova dobijen je generički kroz community management.



# IZVJEŠĆE O RADU ZA 2016. GODINU

## Where Your Page Likes Happened

The number of times your Page was liked, broken down by where it happened.



### BENCHMARK

Compare your average performance over time.

On Your Page

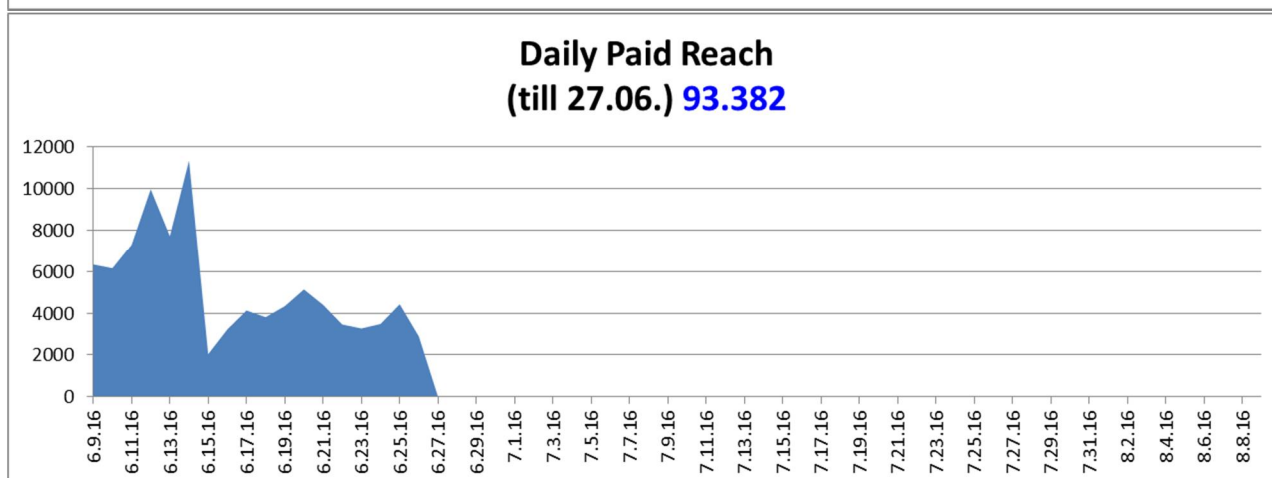
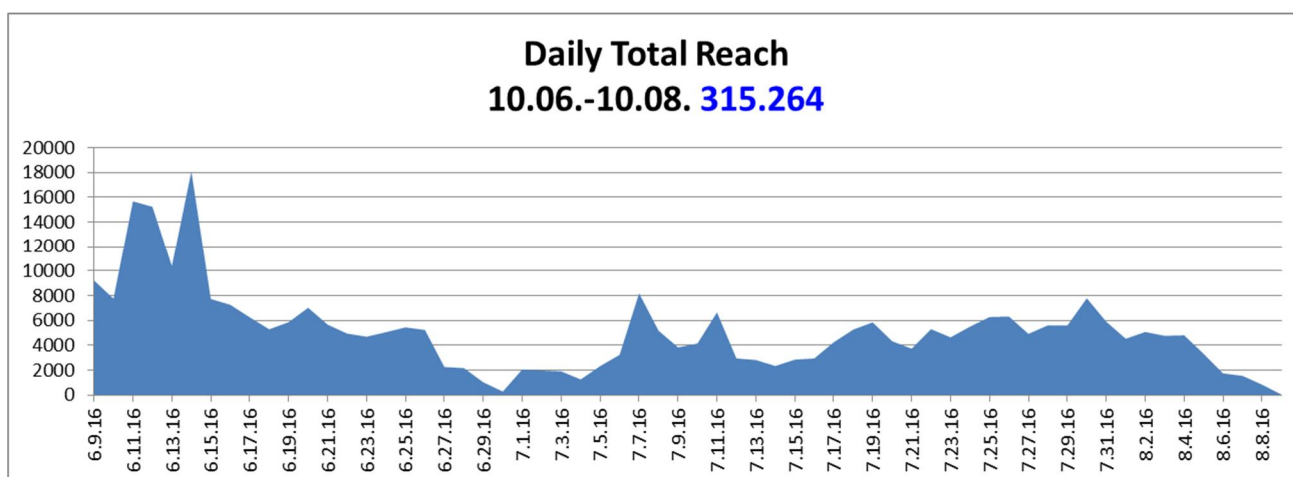
Uncategorized Desktop

Ads

Page Suggestions

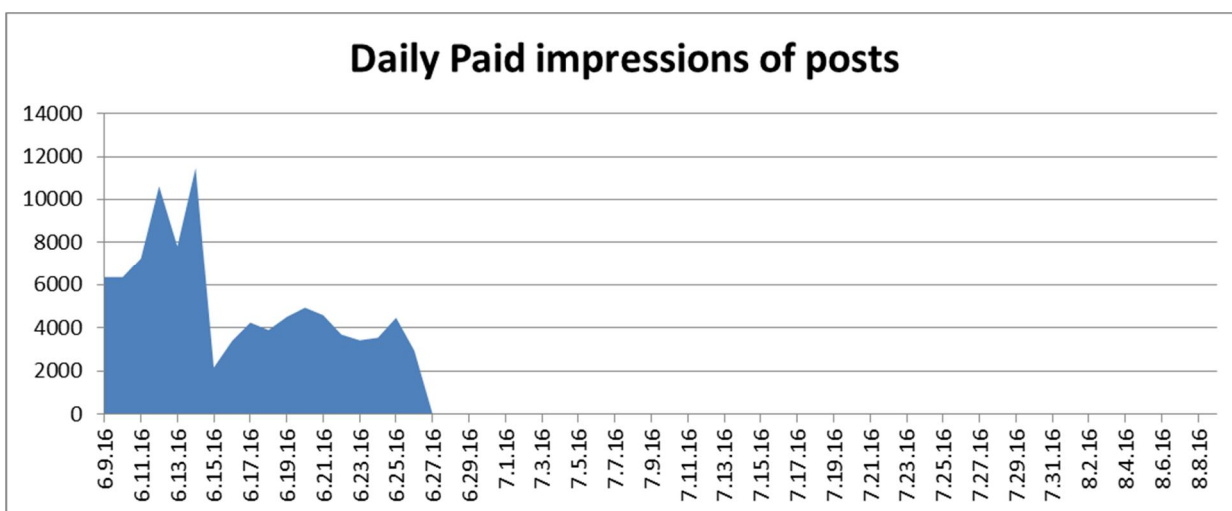
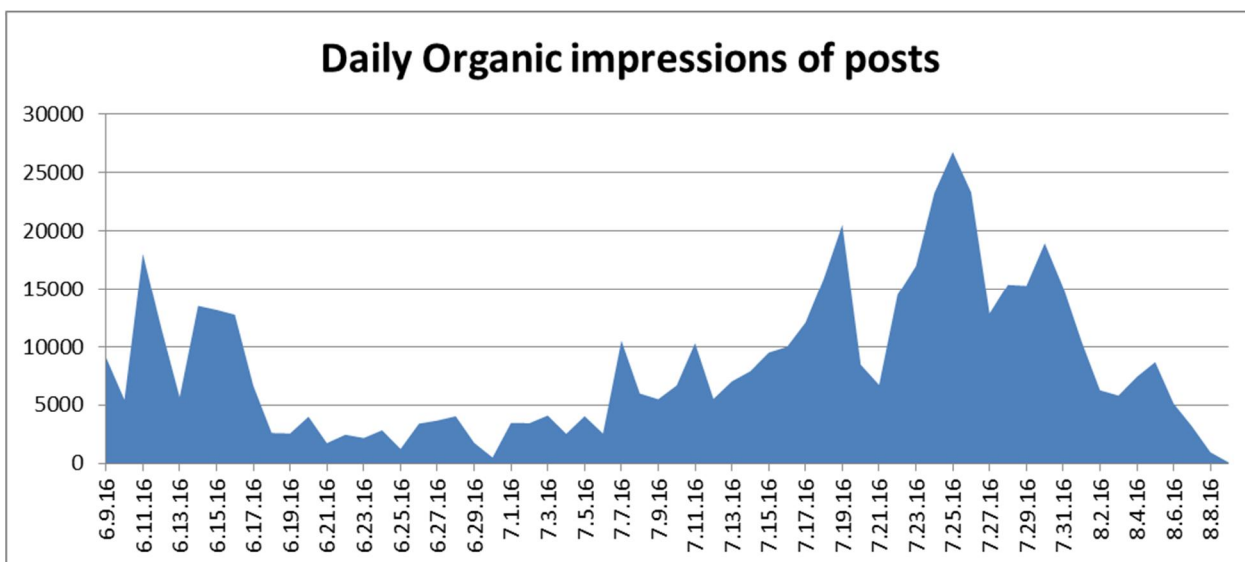
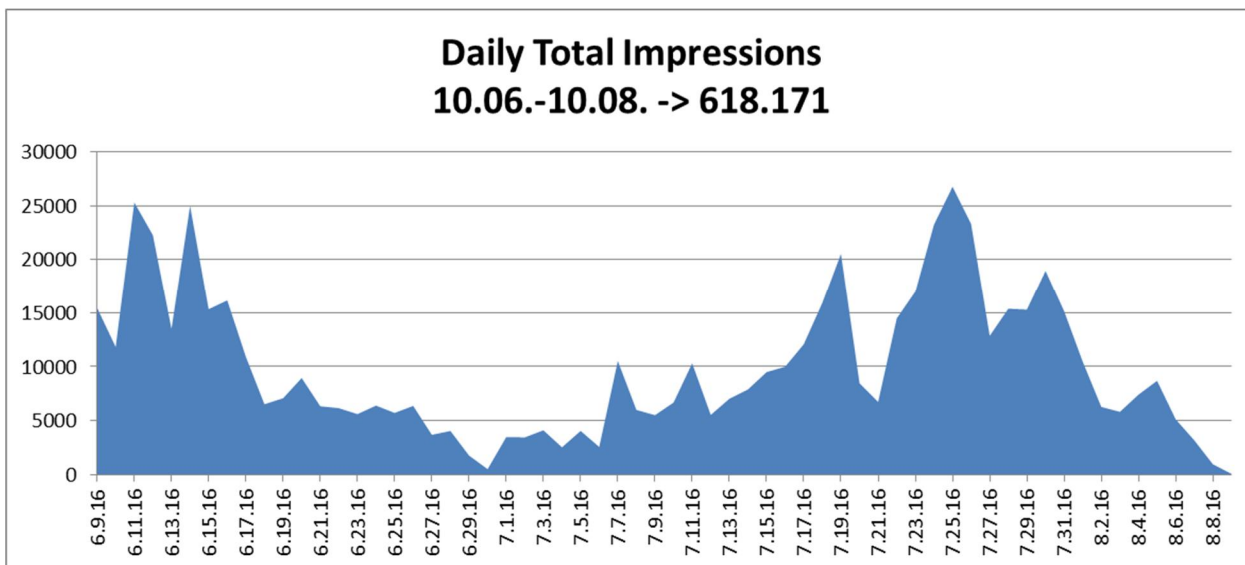
Others

Doseg dnevnih objava u zadanom periodu bio je visok i ukupno je iznosio 315.264, a od toga je u lipnju udio dosega putem plaćenih oglasa (do 27.06.) iznosio 93.382. Ostatak dosega postignut je generički kroz community management.



Broj jedinstvenih prikaza objava također odlikuju visoke brojke, a za zadani period objave su pregledane 618.181 puta. Broj organski postignutih pregleda iznosio je 522.357, a plaćenim oglasima postignut je ostatak do ukupnog broja pregleda (95.814).

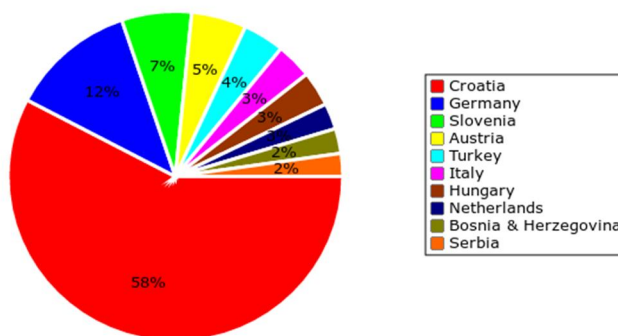
# IZVJEŠĆE O RADU ZA 2016. GODINU



## IZVJEŠĆE O RADU ZA 2016. GODINU

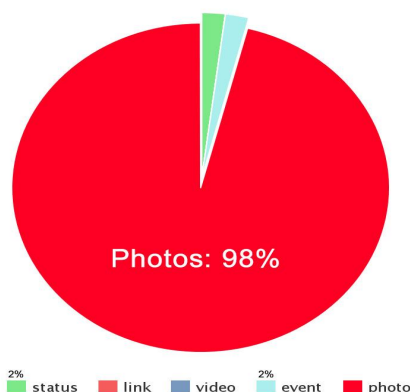
Iz gornjih grafikona je vidljivo da je broj pregleda u periodu 10.06. do 10.08. najveći u srpnju, što je posljedica kvalitete community managementa, a djelomično i ljetne turističke sezone te povećanog

People reach by country



interesa za otok Krk kao destinaciju.

Facebook grupa **I ♥ island of Krk** broji **10.390 članova**. Članovi u grupi dijele najviše fotografije vezane uz otok Krk (98%). Grupa je izuzetno aktivna, a broj članova izuzetno sporo raste budući da se posebna pozornost posvećuje filtriranju „sumnjivih“ profila (pojedinačni profili-oglašivači koji „spamaju“ po FB grupama sa raznim neprikladnim sadržajima: od ponude „kredita“ do vulgarizama itd).



### Twitter- Turistička zajednica otoka Krka

Twitter @TB_island_Krk	<a href="https://twitter.com/VisitKrk_island">https://twitter.com/VisitKrk_island</a>	<b>2.145 followers</b>
Twitter @TB_otok_Krk	<a href="https://twitter.com/Visit_Krk">https://twitter.com/Visit_Krk</a>	<b>1.903 followers</b>

Glavni kanal na Twitteru (@VisitKrk\_Island) ima 2.145 sljedbenika, a u zadanom periodu (2 mjeseca) objave (tweets) pregledalo je 5.100 osoba.

Drugi kanal (Visit\_Krk) ima 1.903 sljedbenika, a u zadanom periodu (2 mjesec) objave je pregledalo 4.700 ljudi.

# IZVJEŠĆE O RADU ZA 2016. GODINU

Tweet activity Jun 10 - Aug 10, 2016 Export data

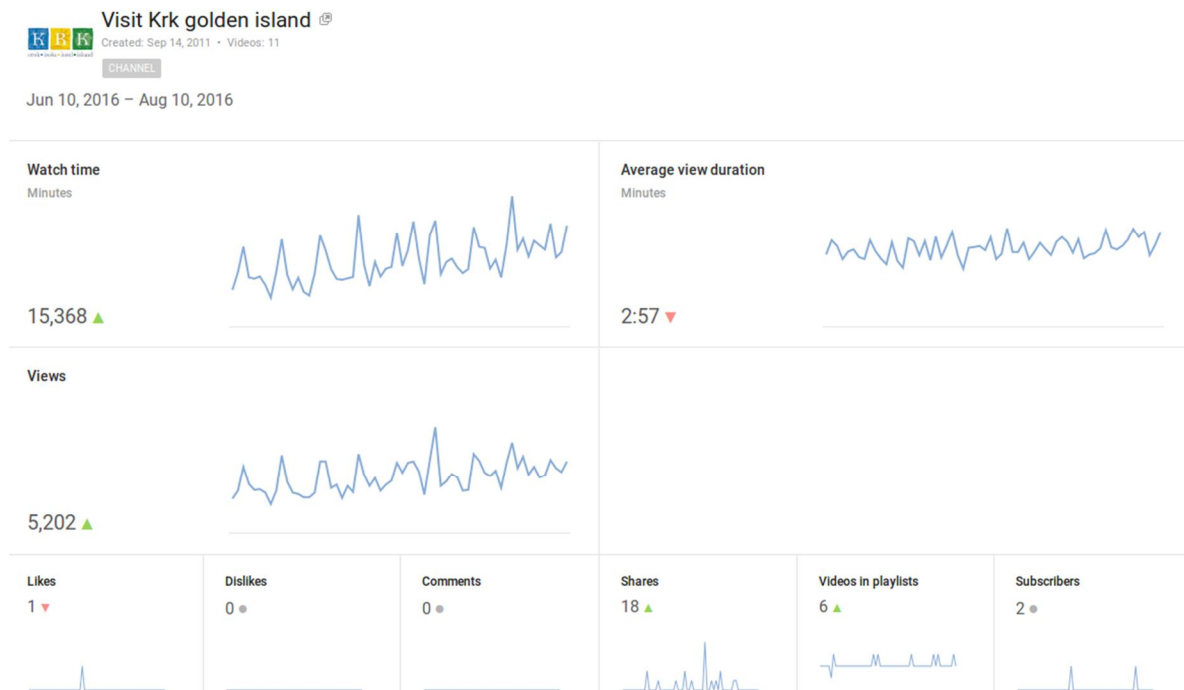
Your Tweets earned **5.1K impressions** over this **62 day** period



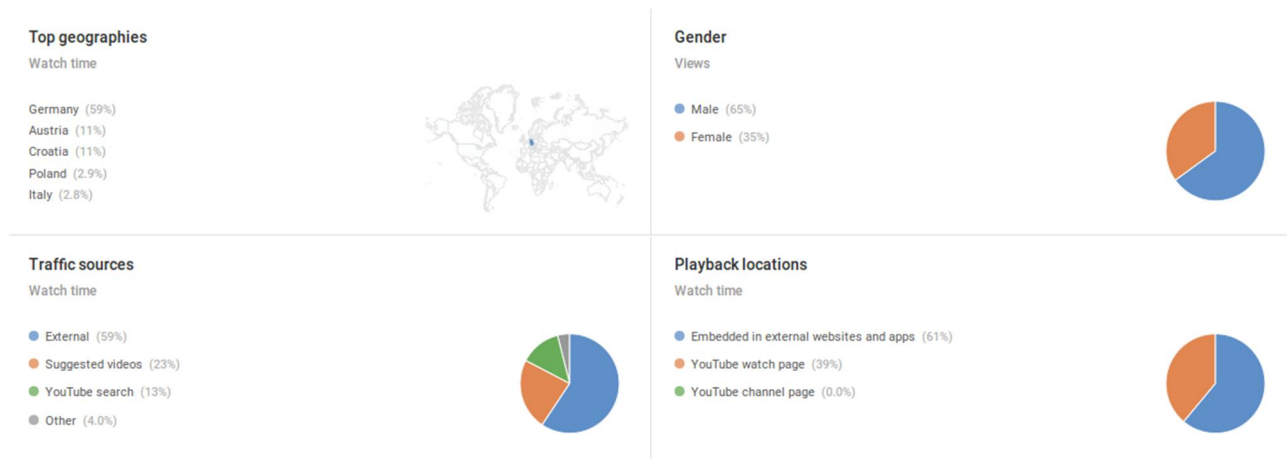
grafikonima ispod prikaz je statistike oba kanala (period 2 mjeseca

## You Tube kanal TZ otoka Krka

YouTube kanal TZ otoka Krka u proteklih 2 mjeseca imao je 5.202 pregleda, sa prosječnim trajanjem 2:57 minuta.



Po zemljopisnoj lokaciji, prednjačili su posjetitelji iz Njemačke (cca 59 %), zatim iz Austrije (11%), dok je na trećem mjestu Hrvatska sa nešto manje od 11%. Izuzetno velik postotak (preko 60%) navedenih pregleda videa dolazi sa web stranica koje su uključile (embed) video u svoje sadržaje.



## 3.2. Web portal otoka Krka

Osmišljavanje i izvođenje projekta preoblikovanja i izrade web stranica Turističke zajednice otoka Krka izvela je agencija Multilink iz Rijeke, koja je i dosada pratila i podržavala web stranice turističke zajednice na adresi [www.krk.hr](http://www.krk.hr)

U 2016godini web portal je preveden i na njemački i na talijanski jezik, te je uz uvođenje nekih novih sadržaja (newsletter, obavijesti) postavljen i widget kao novi alat koji mogu koristiti sve turističke zajednice kao i gospodarstvo za unošenje i praćenje programa (evenata) u destinaciji ali i na cijelom otoku

## 3.3. Web katalog privatnog smještaja

U svrhu promoviranja smještaja u domaćinstvu na području otoka Krka, TZ otoka Krka u suradnji sa Multilinkom d.o.o. iz Rijeke, te E.M.K. Partner d.o.o. iz Malinske kreće u izradu web kataloga privatnog smještaja, a koji se priprema do kraja godine te primjenom do početka 2017.

Web katalog će imati podomenu [www.holidays.krk.hr](http://www.holidays.krk.hr), te je osmišljen za prezentaciju privatnog smještaja kroz jedinstvenu bazu podataka iznajmljivača i gostiju na jednom mjestu (CMS sustav)

Pripreme su rađene u suradnji sa najvećim agencijama na Krku (Grupacija turističkih agencija pri TZ otoka Krka) koje su i podržale projekt.

Web katalog privatnog smještaja rađen je na profitnim osnovama (uz cijenu i određene pakete posebno za agencije te posebno za iznajmljivače ponuđene su i određeni popusti) a sva prikupljena sredstva iskoristiti će se za daljnju promociju otoka i destinacije.

U 2016. godini javio se tek mali broj zainteresiranih agencija i iznajmljivača, što je i normalno jer svi prvo žele vidjeti web katalog i kako će izgledati, no očekujemo u nastavku veli broj korisnika

## OFFLINE KOMUNIKACIJE

Obuhvatilo je aktivnosti

1. Oglašavanja
2. Tiskanje brošura i ostalih promotivnih materijala
3. Suvenir i ostali promotivni materijali

## 3.5. OGLAŠAVANJA

TZ otoka Krka prijavilo se na Javni poziv Hrvatske turističke zajednice za kandidiranje promotivnih kampanji sustava turističkih zajednica za opće oglašavanje turističke ponude destinacije u 2015. godini (imidž oglašavanje) - Model I-a

Udio sredstava oglašavanja po Modelu I-a je 50% TZ otoka krka i 50% HTZ

## IZVJEŠĆE O RADU ZA 2016. GODINU

TZ otoka Krka je po tom principu Modela I-a, odradila slijedeće promotivne kampanje

DNEVNIK D.D. LJUBLJANA spada u red najvećih medijskih kuća u Sloveniji, ima 315.000 čitatelja/18,5%. Prilog Hrvaška se radi u suradnji sa Hrvatskom turističkom zajednicom i izlazi dva puta godišnje za pod sezonsku i sezonsku ponudu

Prilog ODDIH kao poseban revijalni prilog Dnevnika (Lifestyle, odmor, rekreacija i gastronomija)

Prilog NIKA, prilog koji izlazi svaka dva tjedna, nudi aktualne i raznovrsne teme

[www.Dnevnik](http://www.Dnevnik.si) si- internetska je stranica i spada među najposjećenije slovenske informativne web stranice

TZ otoka Krka se oglašila:

DNEVNIK D.D.. LJUBLJANA - prilog za sajam Alpe Adria, ODDIH siječanj 2016

DNEVNIK D.D.. Prosti čas , oglas i PR 16.03.2016.

DNEVNIK D.D. Prilog Hrvaška, cijela stranica 06.04.2016.

DNEVNIK D.D.. Prilog Nika ½ stranice datum 25.05.2016.



Banner na [www.Dnevnik](http://www.Dnevnik.si) si 14-28.04. 2016

MTG MANTOVA , mjesečni magazin, TZ otoka Krka se oglašila sa 1/1 stranicom, ožujak 2016.

TIP TRAVEL on line magazin koji izlazi 4 puta godišnje uz hrvatski prevedeno i na njemački i engleski jezik

Najveću medijsku pokrivenost imala je otočna turistička zajednica kod on line magazina Tip travel , gdje je u razdoblju od tri mjeseca koliko je bila naslovnica otoka Krka aktualna imala 1.866.000 read-ova , odnosno više od 251.000 unique magazine reader-a (vrlo kvalitetno čitateljstvo, pri čemu prosječno svaki čitatelj otvara magazin 7,4 puta.

Magazin je podignut na issuu.com platformu a mjesečno tu platformu koristi 85 mil čitatelja diljem svijeta , a na upis Croatia, Kroatien, Krk magazin je pozicioniran u prvim redovima.

Magazin preko issuu.com platforme čitaju turisti iz više od 120 zemalja svijeta, a aplikacija magazina u AppStoreu je preuzeta iz 101 zemlje svijeta

Hrvatska turistička zajednica sufinancirala je udruženo oglašavanje sa 50%, s obvezom TZ otoka Krka da objavljuje oglas HTZ-a na svim objavama

### 3.6. PR AKTIVNOSTI – KVARNER MAGAZIN

U suradnji sa TZ Kvarnera i sa turističkim zajednicama destinacija, TZ otoka Krka sudjeluje u izdanju Kvarnera Magazina 2016, promidžbenom mediju koji govori kroz potpisane članke o atraktivnostima Kvarnera.

Otok Krk je zastupljen sa jednom stranicom , a časopis se distribuira urednicima, novinarima, opinion makerima i ostalim korisnicima

### 3.7. Oglas u Magazinu Croatia Airlines-u

U suradnji sa TZ Kvarnera objavljen je i članak o otoku Krku u magazinu Croatia Airlines, proljetno izdanje

## IZVJEŠĆE O RADU ZA 2016. GODINU

### 3.8. Brošure i tiskani materijali

TZ otoka Krka u 2016. godini tiskala je slijedeće promotivne materijale

1.	Image brošura otoka Krka	15.000 komada
2.	Katalog kampova	10.000 komada
3.	Krk info – <b>ново</b> obostrano 4 jezika	10.000 komada
4.	Cjenik smještaja	10.000 komada
5.	Program događanja	26.000 komada 520 blokova)
6.	Karta kulturnih znamenitosti	1.800 komada
7.	Karta šetnica	25.000 komada
7.	Časopis Pu(o)neštrica	1.200 komada

Program događanja je za razliku od 2015 godine tiskan kao mjesečni blok verzije HR/GB (tiskan je posebno za svibanj/lipanj, a posebno za srpanj i kolovoz, a rujna, listopada, studeni je objedinjen. Kod tiskanja bloka dijelom su sufinancirale i TZ

Karta šetnica je tiskana u većem broju od predviđenog jer je objedinjena karta naručena i za sve turističke zajednice koje su i sufinancirale tiskanje za svoje potrebe.

Svi promotivni materijali tiskani su za potrebe sajamskih nastupa, te lokalnih recepcija turističkih zajednica kao i za potrebe Info punkta Zračna luka Rijeka, Vrata Jadrana, te predstavništva Hrvatske turističke zajednice prema potrebi

Za potrebe sajмова tiskani su i promotivne vrećice, te kemijske olovke

### 4. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI

Uključuje slijedeće aktivnosti

- 4.1. Sajamski nastupi
- 4.2. Prezentacije
- 4.3. Prihvati studijskih grupa i novinara
- 4.4. Distribucija materijala za sajmove i skladište materijala

#### 4.1. Sajamski nastupi

Turistička zajednica otoka Krka u suradnji sa Hrvatskom turističkom zajednicom, Turističkom zajednicom Kvarnera i gospodarstvom otoka Krka sudjelovala je na slijedećim sajmovima

#### **SAJMOVI ZA KAMPOVE**

<i>Utrecht (NL) Vakantiebeurs</i>	7m2	12.-17.01.2016	štanđ u sklopu HTZ-a
<i>Stuttgart (D) CMT</i>	10m2	16.-24.01.2016.	Štanđ u sklopu TZ Kvarnera
<i>Essen (D) Reise und Camping</i>	5m2	24.-28.02.2016.	Štanđ u sklopu HTZ-a
<i>Padova (I)</i>	16m2	14.-22.05.2016.	Samostalni nastup
<i>Wels (A)</i>	6m2	19.-23.10.2016	Samostalni nastup
<b>OPĆI SAJMOVI</b>			
<i>München (D) f.re.e.</i>	5m2	10.-14.02.2016.	Štanđ u sklopu HTZ-a
<i>Berlin (D) ITB</i>	18m2	09.-13.03.2016.	Štanđ u sklopu TZ Kvarnera

Sajmove kampova kao i opće sajmove podržali su vodeći kampovi otoka Krka koji su platili u cijelosti nastupe kao i veće hotelske kuće koje su dijelom sufinancirale sudjelovanje i turističke zajednice koje su pokrile troškove informatora na općim sajmovima

## IZVJEŠĆE O RADU ZA 2016. GODINU

### 4.2. Prezentacije

Turistička zajednica otoka Krka predstavila se u Ljubljani u suradnji sa predstavništvom Hrvatske turističke zajednice i Turističkom zajednicom Kvarnera.

Predstavljanje predsezonskih programa svih destinacija otoka Krka održalo se 07. travnja 2016. godine

Predstavljanje otoka Krka, na kojemu se okupilo tridesetak predstavnika medija, agencija, gostiju i to:

Agencije Kompas, Bonus, Relax, Transalp i predstavnik kamping portala Klemen Hren, a od medijskih kuća predstavnici Val Nautike, Avto –doma, Dnevnika, SlovenianTravelera, Potovanjain Stil, City Magazine, Svet 24, Horizont, Ljubljana exclusive i dr.

Za tu priliku TZ otoka Krka tiskala poseban letak na slovenskom jeziku koji objedinjuje sve programe turističkih zajednica na otoku Krku.

TZ otoka Krka je predstavljanje u Ljubljani održala u suradnji sa restoranom Rivica (Dražen Lesica) i Kućom Krčkog pršuta (Anton Žužić) te Udrugom Vrbnička Žlahtina u gastro dijelu prezentacije



### 4.3. Novinari i studijske grupe

U 2016. godini Turistička zajednica otoka Krka bila je domaćin novinarima i studijskim grupama

<i>Datum</i>	<i>Broj novinara</i>	<i>Zemlja dolaska</i>	<i>Časopis/magazin/TV</i>	<i>„ -Krk</i>
09.04.2016	3	Češka	Mjesečnik- Vino a styl, tjedni prilog dnevnih novina - Ego	Hotel „Dražica Krk
10.04.2016	2	Litva	Visi Keliai, Delfi, Lietuvos Žinios	
17.04.2016	6	Italija	TV emisija Ricette Croate- NadaVrbnik	
29.-30.04.2016	2	Nizozemska	KCK Magazin (auto klub)	Hotel Koralj- Krk
28.-30.04.2016.	7	Optimum television London	National Channel - Dhruv Baker Master Chef (pobjednik Britanskog Master Chef-a Gastronomski putopis Snimano uBaški i Vrbniku	Hotel Forza (heritage)- Baška
30.04.2016.	2	Poljska	Swiat Podroze Kultura, newsletteri	
03.05.2016.	25	Kanada	Agenti	
23. i 24.05.2016.	2	Italija	Mjesečnik bell'Europa	Hotel „Dražica“-Krk

## IZVJEŠĆE O RADU ZA 2016. GODINU

30.05.2016.	14	Norveška	Magazine Travel and Lifestyle , Be otudoor .de, Drive &Style, Fotac PressBild, Weefexpress online	Hotel Malin- Malinska Hotel Zvonimir – Baška Hotel Dražica- Krk
04.06. 2016	29	Austrija, Njemačka	Art Readtions Team, Clever Reisen, Fuldaer Zeitung, Kurier Freizeit	
03.-04.06. 2016	21	Estonija	Agenti Nordic Aviation Group AS	Hotel „Beli Kamik Superior“- Njivice
05.-08.06.2016	1+pratnja	Njemačka	Genuszeit	Hotel Malin - Malinska
21.-22.06.2016.	2	Švedska	Magazin Motor	Hotel Malin- Malinska
07.-08.08.2016	1+ supruga i dijete	Velika Britanija	The Guardian	Hotel Dražica-Krk
21.08.	29	Španjolska, Francuska, Slovenija, Italija, Njemačka	Agenti	Brod „Amalia „
27.08.	12	Slovenija, Njemačka, Italija, Francuska	Agenti	Brod „Amalia“
02.-05.09.	1+ suprug	Švedska	Expressen, Alit om resor	Studio Retec, Vrbnik
01.-06.09.	2	Italija	Caravan e camper	
09.-12.09.	1	Njemačka	Hamburger Abendblatt, Berliner Morgenpost, Saarbruecker Zeitung	Forza Baška
17-18.09.	1+ pratnja	Njemačka	Reise Mottorad	„Camping Krk“
18.09.	22	Njemačka	Fam trip njemački turoperatori V-TOURS	
18-19.09.	1+ pratnja	V. Britanija	The Scottish sun	Vinotel Gospoja
18- 19.09.	2	Danska	Online portalFDM -a	Hotel „Dražica Krk“
25 – 26.09.	1	Njemačka	Reutlinger General Anzeiger	Vinotel Gospoja Hotel Zvonimir Baška
26.09.	16	Austrija, Njemacka, Švedska, Finska, Danska, Slovačka, Češka	Bay Croatia Nautika	Hotel „Kanajt“Punat
26.-27.09.	2	Francuska	Avantages Magazine	„Vinotel Gospoja“
29.09.	2	USA	WondreloveWorld	„Vinotel Gospoja „
29.-30.09.	4	Češka TV reportaža Tragovima Karla IV	Češka TV reportaža Tragovima Karla IV	Hotel „Dražica Krk“
30.09.-01.10.	2	Njemačka	Online Huffington Post	Hotel „Dražica Krk“

Ukupno je preko TZ otoka Krka ,a u suradnji i sa lokalnim turističkim zajednicama prošlo 220 novinara, agenata i studijskih grupa

Aktivnosti prihvaćanja novinara i studijskih grupa radi se u suradnji sa Hrvatskom turističkom zajednicom i Turističkom zajednicom Kvarnera, te sa hotelijerima i kampovima za osiguranje smještaja (smještaj pokriva HTZ u suradnji sa gospodarstvom)

Turistička zajednica otoka Krka kod prihvata novinara i studijskih grupa u pravilu pokriva troškove vodiča, ručaka, večera te po potrebi prijevoza.

Za sve dolaske priprema press mape

## 5. INTERNI MARKETING



Turistička zajednica otoka Krka je kroz medije izvješćivala i informirala o aktivnostima i aktualnim događajima vezana uz izvješće o radu, edukativnim programima i ostalim informacijama vezanim uz turizam

Objavljivala je newslettere vezano uz programe TZ otoka Krka

U veljači i ožujku 2016. godine (25. veljače i 17. ožujka) u suradnji sa Biskupijom Krk- ured za kulturna dobra i Javnom Ustanovom Priroda PG županije organizirala je predavanja „Sakralna kulturna baština i bioraznolikost otoka Krka- doživljaj za suvremenog gosta u Krku i Omišlju na temu kulture, prirodnih znamenitosti i bioraznolikosti otoka Krka

U ožujku je također organizirala i obilazak otoka Krka i njenih znamenitosti za turističke vodiče uz „support“ turističkih zajednica koje su se uključile na terenu i dočekivale autobus

Predavanja su bila namijenjena turističkim vodičima, agencijama, hotelijerima i turističkim zajednicama u cilju kvalitetnijih i bogatijih prezentacija i predavljanja vrijednosti i raznolikosti otoka Krka

Ovakav pristup edukacije pokazao se izvrsnim a posebno je pogodan program obilaska cijelog otoka Krka, a odazvalo se ukupno 50-tak vodiča sa cijelog Kvarnera i Istre

## 6. POSEBNI PROGRAMI

6.1. Strategija razvoja turizma otoka Krka do 2020.



Strategija razvoja turizma otoka Krka izrazito važan strateški dokument koje je turističko vijeće TZ otoka Krka potvrdilo da se izradi za područje otoka Krka.

Projekt provodi Institut za turizam iz Zagreba na čelu sa voditeljicom projekta mr.sc. Nedom Telišman Košuta, te suradnicima dr.sc. Nevenom Ivandić i dr.sc. Ivanom Kunstom

Izrada dokumenta za otok Krk se pokazala kao potreba u koordiniranju aktivnosti gospodarskih i društvenih subjekata uključenih u razvoj i podizanju postojeće kvalitete integralnog turističkog proizvoda otoka Krka.

Izradom strategije otok Krk će razviti bolju valorizaciju turističkih potencijala otoka Krka na načelima održivog razvoja.

Strategija će donijeti neka nova rješenja u predavljanju operativnog djelovanja svih nositelja turističke politike na području djelovanja.

U 2016 godini odrađeno je 3 radionice, a konačna verzija bila je prezentirana 05. listopada 2016.

Odlukom turističkog vijeća TZ otoka Krka , Strategija će biti predstavljena svim JLS i biti će obvezujuća za TZ i tijela JLS

Strategija ističe deset prioriteta programa na razini otoka a koja su: upravljanje plažama , biciklističkim i pješačkim stazama, integracija muzeja i manifestacija, razvoj novih proizvoda , razvoj ruralnog turizma ,zdravstvenog turizma , razvoj nautike, razvijanje sustava okolišne odgovornosti, edukacijskog sustava u turizmu i informacijskog sustava. Strategija daje osnovne inpute za viziju otoka Krka kao turističke destinacije – Što možemo ponuditi gostima , Kakav turizam trebamo na otoku Krku i Kako će se upravljati turizmom na otoku Krku



### 6.2. Program Kvarner Family

Od ukupno 384 Kvarner Family iznajmljivača na Kvarneru , 90- tak iz dolazi sa područja otoka Krka, a 5 agencija su klubu Kvarner Family Agency i to Klub Tours, Mare Tours, EL-PI Tours, Apolinar, Sol Tours ,8 smještaja ima oznaku Pet Friendly, jedan restoran Restoran Rivica ima oznaku Gourmet restorana , a 13 ih ima oznaku Food restorana.

TZ Kvarnera nastavlja sa brendiranjem outdoor sa podbrendom Bike Friendly i Hike Friendly

U 2016 godini objavljen je i javni poziv Primorsko –goranske županije za kreditnu liniju Kvarner Family.

U 2016 godini nije se održala edukativna radionica KF na otoku Krku.

Najava novog kruga edukativnih radionica TZ Kvarnera u suradnji sa turističkim zajednicama planira u 2017. godini.

TZ otoka Krka članica je Kvarner Family povjerenstva (direktorica ureda) koja shodno zaključcima provodi aktivnosti u suradnji sa turističkim zajednicama na području otoka Krka

Mr.sc. Majda Šale

Krk, listopad 2016.