



# RIJEKA

[www.visitRijeka.hr](http://www.visitRijeka.hr)

**TURISTIČKA ZAJEDNICA  
GRADA RIJEKE**



## **PROGRAM RADA I FINANCIJSKI PLAN TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA RIJEKE ZA 2021. GODINU**

Rijeka, studeni 2020. godine

## Sadržaj:

Uvod.....	4
Temeljni strateški ciljevi u 2021. godini .....	5
Procjena fizičkog obujma turističkog prometa u Rijeci 2021. godine .....	7
<b>A) PLAN PRIHODA .....</b>	<b>8</b>
<b>B) PLAN RASHODA .....</b>	<b>9</b>
<b>1. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE .....</b>	<b>9</b>
1.1. Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata .....	9
1.2. Istraživanje i analiza tržišta .....	10
1.3. Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti .....	11
<b>2. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA .....</b>	<b>11</b>
2.1. Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkog proizvoda .....	11
2.2. Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda .....	12
2.3. Podrška razvoju turističkih događanja .....	12
2.3.1. Riječki karneval .....	12
2.3.2. Rijeka Advent .....	13
2.3.3. Potpore projektima i manifestacijama .....	14
2.4. Turistička infrastruktura .....	15
2.5. EU projekti .....	16
2.5.1. Turistička valorizacija reprezentativnih spomenika riječke industrijske baštine .....	16
2.5.2. Kulturno-turistička ruta Putovima Frankopana .....	17
2.5.3. Interpretacijski centar prirodne baštine Primorsko – goranske županije .....	18
2.5.4. Povežimo se baštinom .....	19
2.5.5. Promotion of natural and cultural heritage to develop sustainable tourism-ProNaCul .....	20
2.5.6. EMOfional technologies for the cultural heritage valorization within cros.border UNDERGROUNDS-„EMO.UNDERGROUNDS“ .....	21
2.5.7. Povijest, Povijest umjetnosti, Talijanistika, Germanistika - razvoj, unapređenje i provedba stručne prakse (PerPeTuUm aGile) .....	22
<b>3. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE .....</b>	<b>23</b>
3.1. Oglašavanje turističke ponude i proizvoda .....	23
3.2. Odnosi s javnošću .....	24
3.3. Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice .....	25
3.4. Marketinške i poslovne suradnje .....	26
3.5. Suradnja s organizatorima putovanja .....	27
3.6. Kreiranje promotivnog materijala .....	27
3.7. Internetske stranice .....	28
3.8. Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka .....	29
3.9. Turističko-informativne aktivnosti .....	31

<b>4. DESTINACIJSKI MENADŽMENT .....</b>	<b>33</b>
4.1. Turistički informacijski sustavi i aplikacije / eVisitor .....	33
4.2. Upravljanje kvalitetom u destinaciji .....	34
4.3. Poticanje na uređenje destinacije .....	34
<b>5. ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA .....</b>	<b>35</b>
5.1. Međunarodne strukovne i slične organizacije .....	35
5.2. Domaće strukovne i slične organizacije .....	37
<b>6. ADMINISTRATIVNI RASHODI .....</b>	<b>38</b>
6.1. Plaće .....	38
6.2. Materijalni troškovi .....	38
6.3. Tijela Turističke zajednice .....	39
6.4. Rashodi kredita .....	39
<b>7. REZERVA .....</b>	<b>40</b>
<b>C) PLAN ZADUŽIVANJA I OTPLATA.....</b>	<b>40</b>
<b>FINANCIJSKI PLAN .....</b>	<b>41</b>
1. Plan prihoda .....	41
2. Plan rashoda .....	41

## UVOD

Turistička zajednica grada Rijeke, sukladno zakonski utvrđenih zadaća temeljem važećeg Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (N.N. 52/19 i N.N. 42/20) djelovat će u tri glavna pravca: Razvoj i marketing destinacije, Osiguravanje cjelovite zastupljenosti specifičnih lokalnih interesa i Poboljšanje uvjeta boravka turista u destinaciji.

Zadaće lokalne turističke zajednice, kao lokalne destinacijske menadžment organizacije, su sljedeće:

### 1. Razvoj proizvoda

- 1.1. sudjelovanje u planiranju i provedbi ključnih investicijskih projekata javnog sektora i ključnih projekata podizanja konkurentnosti destinacije
- 1.2. koordinacija i komunikacija s dionicima privatnog i javnog sektora u destinaciji
- 1.3. razvojne aktivnosti vezane uz povezivanje elemenata ponude u pakete i proizvode – inkubatori inovativnih destinacijskih doživljaja i proizvoda
- 1.4. razvoj događanja u destinaciji i drugih motiva dolaska u destinaciju za individualne i grupne goste
- 1.5. razvoj ostalih elemenata turističke ponude s fokusom na cjelogodišnju ponudu destinacije
- 1.6. praćenje i apliciranje, samostalno ili u suradnji s jedinicom lokalne samouprave i drugim subjektima javnog ili privatnog sektora, na natječaje za razvoj javne turističke ponude i infrastrukture kroz sufinanciranje iz nacionalnih izvora, fondova Europske unije i ostalih izvora financiranja
- 1.7. upravljanje kvalitetom ponude u destinaciji
- 1.8. strateško i operativno planiranje razvoja turizma ili proizvoda na destinacijskoj razini te po potrebi organizacija sustava upravljanja posjetiteljima
- 1.9. sudjelovanje u izradi strateških i razvojnih planova turizma na području destinacije
- 1.10. upravljanje javnom turističkom infrastrukturom
- 1.11. sudjelovanje u provođenju strateških marketinških projekata koje je definirala Hrvatska turistička zajednica.

### 2. Informacije i istraživanje

- 2.1. izrada i distribucija informativnih materijala
- 2.2. stvaranje, održavanje i redovito kreiranje sadržaja na mrežnim stranicama destinacije i profilima društvenih mreža
- 2.3. osnivanje, koordinacija i upravljanje turističkim informativnim centrima (ako postoje/ima potrebe za njima)
- 2.4. suradnja sa subjektima javnog i privatnog sektora u destinaciji radi podizanja kvalitete turističkog iskustva, funkcioniranja, dostupnosti i kvalitete javnih usluga, servisa i komunalnih službi na području turističke destinacije
- 2.5. planiranje, izrada, postavljanje i održavanje sustava turističke signalizacije, samostalno i/ili u suradnji s jedinicama lokalne samouprave
- 2.6. operativno sudjelovanje u provedbi aktivnosti sustava eVisitor i ostalim turističkim informacijskim sustavima sukladno uputama regionalne turističke zajednice i Hrvatske turističke zajednice kao što su: jedinstveni turistički informacijski portal te evidencija posjetitelja i svih oblika turističke ponude.

### 3. Distribucija

- 3.1. koordiniranje s Turističkom zajednicom Primorsko-goranske županije u provedbi operativnih marketinških aktivnosti
- 3.2. priprema, sortiranje i slanje podataka o turističkoj ponudi na području destinacije u Turističku zajednicu Primorsko-goranske županije i Hrvatsku turističku zajednicu
- 3.3. priprema destinacijskih marketinških materijala sukladno definiranim standardima i upućivanje na usklađivanje i odobrenje u Turističku zajednicu Primorsko-goranske županije
- 3.4. pružanje podrške u organizaciji studijskih putovanja novinara i predstavnika organizatora putovanja u suradnji s Turističkom zajednicom Primorsko-goranske županije te u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom
- 3.5. obavljanje i drugih poslova propisanih Zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma ili drugim propisom.

### Temeljni strateški ciljevi u 2021. godini

Ciljevi u 2021. godini usmjereni su na tri glavna pravca djelovanja:

1. razvoj i marketing destinacije kroz koordiniranje ključnih aktivnosti turističkog razvoja (planiranje, razvoj turističkih proizvoda u destinaciji, financiranje, donošenje i provedba odluka), u skladu s dokumentima kojima se definira nacionalna strategija razvoja turizma
2. osiguravanje cjelovitije zastupljenosti specifičnih lokalnih/regionalnih interesa kroz jačanje lokalne inicijative i povezivanje dionika na lokalnom nivou radi stvaranja međunarodno konkurentnih turističkih proizvoda
3. poboljšanje uvjeta boravka turista u destinaciji te razvijanje svijesti o važnosti i gospodarskim, društvenim i drugim učincima turizma, kao i potrebi i važnosti očuvanja i unaprjeđenja svih elemenata turističke resursne osnove određene destinacije, a osobito zaštite okoliša, kao i prirodne i kulturne baštine sukladno načelima održivog razvoja.

Polazeći od temeljnih strateških ciljeva te ostvarenih rezultata tijekom deset mjeseci 2020. godine te specifičnih ciljeve sukladno stanju na tržištu uzorkovanih pandemijom Covid-19 virusa zadaće u 2021. godini su:

- izrada nove Strategije razvoja turizma grada Rijeke 2022.-2027. sukladno postojećim planovima i trendovima te operativnog i marketinškog plana za isto razdoblje, u suradnji sa svim partnerima koji čine turistički proizvod grada Rijeke;
- promocija turističke destinacije Rijeka i Riječki prsten te pozicioniranje Rijeke kao turističkog centra regije;
- poboljšanje usluga pružanja turističkih informacija putem svih komunikacijskih kanala, a posebno online komunikacije;
- razvijanje svijesti o važnosti i gospodarskim, društvenim i drugim učincima turizma te potrebi i važnosti očuvanja i unaprjeđenja svih elemenata turističkog proizvoda grada Rijeke, a osobito zaštite okoliša te prirodne i kulturne baštine sukladno održivom razvoju.

Turistička zajednica grada Rijeke smjernice za svoj radi nalazi u strateškim dokumentima i akcijskim planovima i to:

Na nacionalnom nivou:

- Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. - koju je donijela Vlada RH, 2013. godine.

Na nivou Primorsko- goranske županije:

- Glavni plan razvoja turizma Primorsko-goranske županije 2005.-2015. - Dodatak I - Destinacija Rijeka i Riječki prsten - nositelji Primorsko-goranska županija i Turistička zajednica Primorsko-goranske županije, kojeg je izradilo Sveučilište u Rijeci, 2005. godine;
- Izmjene i dopune Glavnog plana razvoja turizma Primorsko-goranske županije - kojeg je izradio Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu u Opatiji 2012. godine;
- Strateški plan razvoja turizma Kvarnera sa strateškim i operativnim marketing planom 2016. - 2020. - nositelj Primorsko-goranska županija, kojeg su izradili Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Opatija i Institut za turizam, rujana 2016. godine.

Na nivou Grada Rijeke:

- Strategija kulturnog razvitka Grada Rijeke 2013.-2020. - Grad Rijeka Gradsko vijeće 2013. godine;
- Strategija razvoja Grada Rijeke za razdoblje 2014.-2020. - Grad Rijeka Gradsko vijeće 2013. godine

Strateški dokumenti kojih je nositelj Turistička zajednica grada Rijeke:

- Studija o mogućnosti razvoja Rijeke kao turističke destinacije (s naglaskom na crusing) -, izradio Horwat Consulting Zagreb, 2011. godine
- Pregled turističke ponude grada Rijeke - izradio Horwat Consulting, Zagreb, 2011. godine
- Akcijski plan razvoja turizma grada Rijeke - izradio Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Opatija, 2012. godine
- Ključni elementi u razvoju i planiranju turizma grada Rijeke - izradio Horwat Consulting, Zagreb, 2013. godine
- Tržišni okvir funkcioniranja Rijeke kao turističke destinacije - izradio Horwat Consulting, Zagreb, 2013. godine
- Strategija razvoja vjerskog turizma grada Rijeke - izradio Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Opatija, 2015. godine
- Strategija razvoja kulturnog turizma grada Rijeke - izradio Institut za razvoj i međunarodne odnose, Zagreb, 2015. godine.
- Polazne prostorno-sadržajne osnove kongresno-izložbenog centra Rijeka - izradilo Sveučilište u Rijeci, 2015. godine
- Studija Rijeka - polazna luka kruzing turizma - nositelji Lučka uprava, Grad Rijeka i Turistička zajednica grada Rijeke, izradilo Sveučilište u Rijeci, 2016. godine
- Akcijski plan Rijeka - polazna luka kruzing turizma - nositelji Lučka uprava, Grad Rijeka i Turistička zajednica grada Rijeke, izradilo Sveučilište u Rijeci, 2016. godine.

U 2021. godini Turistička zajednica grada Rijeke će naručiti objedinjenu Strategiju razvoja turizma grada Rijeke s operativnim i marketing planom koji će sagledati sve turističke proizvode u jednom dokumentu.

## Procjena fizičkog obujma turističkog prometa u Rijeci 2021. godine

Temeljem jedinstvenog informacijskog sustava za prijavu i odjavu gostiju te evidenciju naplate turističke pristojbe „eVisitor“, Turistički informativni centar vodi jedinstveni popis turista na području grada Rijeke.

Zbog svjetske pandemije Covid-19 virusa koja još uvijek ne samo da traje, već je nažalost u uzlaznoj putanji, što će izravno utjecati na donošenje epidemioloških mjera propisanih od strane Stožera civilne zaštite Republike Hrvatske u sprečavanju širenja zaraze, trenutno je nemoguće predvidjeti razvoj turističkih kretanja u 2021. godini, obzirom da pandemija izravno utječe na dolaske i noćenja gostiju kako u našem gradu tako i na području cijele Hrvatske. Međutim, uzevši u obzir pretpostavku da će do lipnja 2021. godine biti pronađeno cjepivo, odnosno zaustavljena pandemija te se time otvoriti turističko tržište kao i činjenicu da će ljudi biti željni odmora, putovanja i promjena, a pritom vodeći računa na popularnost Hrvatske kao turističke destinacije, pojačanu marketinšku kampanju HTZ-a te otvaranjem novog hotelskog kompleksa Hilton Costabella u Rijeci s 560 ležajeva, za očekivati je promet od 120.000 dolazaka i 340.000 noćenja gostiju.

Tablica 1. Procjena fizičkog obujma turističkog prometa u Rijeci

<b>DOLASCI</b>	<b>Ostvarenje 2019.</b>	<b>Očekivano ostv.2020.</b>	<b>Indeks 2020./2019.</b>	<b>Plan 2021.</b>	<b>Indeks 2021./2020.</b>
Strani	135.191	42.000	31	90.000	214
Domaći	31.377	19.000	61	30.000	158
<b>Ukupno:</b>	<b>166.568</b>	<b>61.000</b>	<b>37</b>	<b>120.000</b>	<b>197</b>

<b>NOĆENJA</b>	<b>Ostvarenje 2019.</b>	<b>Očekivano ostv.2020.</b>	<b>Indeks 2020./2019.</b>	<b>Plan 2021.</b>	<b>Indeks 2021./2020.</b>
Strani	387.947	156.000	40	260.000	167
Domaći	79.773	54.000	68	80.000	148
<b>Ukupno:</b>	<b>467.720</b>	<b>210.000</b>	<b>45</b>	<b>340.000</b>	<b>162</b>

## A) PLAN PRIHODA

Prijedlog plana prihoda za 2021. godinu zasniva se na procjeni ostvarenja izvornih prihoda iz zakonom utvrđenih za sustav turističkih zajednica, prihoda iz proračuna općine/grada/državnog, prihoda iz sustava turističkih zajednica, prihoda iz EU fondova, prihoda iz gospodarskih djelatnosti, prenesenih prihoda i ostalih prihoda.

### Izvorni prihodi:

Procjena prihoda od turističke pristojbe temelji se na procjeni ostvarenja dolazaka i noćenja gostiju u 2021. godini i Odluci Županijske skupštine Primorsko-goranske županije od 12.09.2019. godine o visini turističke pristojbe za 2021. godinu. Najveći iznos turističke pristojbe ostvaruje se od noćenja u smještajnim objektima, koja po osobi iznosi 12,00 kn u razdoblju 01.04. – 30.09. i 10,00 kn u ostalom dijelu godine i godišnjeg paušalnog iznosa od 350,00 kn kojeg plaćaju privatni iznajmljivači po krevetu.

Raspodjela turističke pristojbe vrši se na način da se najprije izdvaja 1,0% za Crveni križ, zatim 3,5% za Fond za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent i 2,0% za Fond za udružene turističke zajednice, a preostala sredstva dostavljaju se korisnicima:

- 65% sredstava Turističkoj zajednici grada Rijeke,
- 15% sredstava Turističkoj zajednici Primorsko-goranske županije i
- 20% sredstava Hrvatskoj turističkoj zajednici.

Od 65% sredstava Turističkoj zajednici grada Rijeke, 30% odmah se doznačuje na račun Grada Rijeke.

Od uplaćene turističke pristojbe koju plaćaju osobe koje noće na objektima nautičkog turizma na našem području 65% sredstava pripada Turističkoj zajednici grada Rijeke, od čega se 30% odmah doznačuje na račun Grada Rijeke.

Prihodi od turističke članarine ostvaruje se od uplata članarine koju uplaćuju pravne i fizičke osobe koje ostvaruju prihod pružanjem ugostiteljskih usluga, usluge u turizmu ili obavljanjem s turizmom neposredno povezanih djelatnosti.

Raspodjela prihoda od turističke članarine vrši se na način da se najprije izdvaja 3,0% za Poreznu upravu, zatim 9,0% za Fond za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent i 2,0% za Fond za udružene turističke zajednice, a preostala sredstva dostavljaju se korisnicima:

- 65% sredstava Turističkoj zajednici grada Rijeke,
- 15% sredstava Turističkoj zajednici Primorsko-goranske županije i
- 20% sredstava Hrvatskoj turističkoj zajednici.

### Prihodi iz proračuna općine /grada/županije i državnog proračuna:

Očekuju se prihodi od strane Primorsko-goranske županije za sufinansiranje organizacije Riječkog karnevala 2021. godine i Grada Rijeke za Riječki karneval 2021. i izvedbu signalizacije.

### Prihodi iz sustava turističkih zajednica:

Očekuju se prihodi iz Fonda za udružene turističke zajednice koje dodjeljuje Hrvatska turistička zajednica u skladu s Pravilnikom i Javnim pozivom, a temeljem potpisanog Sporazuma o udruživanju lokalnih turističkih zajednica Riječkog prstena i Općine Klana.



### **Prihodi iz Europskih fondova:**

Očekuju se prihodi od refundacija troškova projekata čija je realizacija započela u 2020. godini i onih koji će se realizirati u 2021. godini.

### **Prihodi od gospodarske djelatnosti:**

Turistička zajednica grada Rijeke ostvaruje prihode od pokrovitelja manifestacija, prihode od zakupa i podzakupa poslovnih prostora i oglašavanja u promidžbenim materijalima.

### **Preneseni prihodi iz prethodne godine:**

Planira se ostvarivanje viška prihoda nad rashodima zbog odustajanja od realizacije određenih projekata u prvobitno planiranim iznosima i rezerviranih sredstva u 2020. godini za projekte u 2021. godini.

### **Ostali prihodi:**

Planiraju se prihodi od donacija pravnih osoba za manifestacije, prihodi od kamata a vista i zateznih kamata.

## **B) PLAN RASHODA**

### **1. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE**

#### **1.1. Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata**

Turistička zajednica grada Rijeke planira aktivnosti izrade strateških dokumenata i to *Strategiju turizma grada Rijeke* koja će sadržavati analizu stanja, kvalitativne i kvantitativne ciljeve, prioritetne turističke proizvode te akcijski plan razvoja prema tematskim područjima.

U cilju izrade što kvalitetnijeg strateškog dokumenta i njegove primjenjivosti u praksi te ostvarenja strateških ciljeva organizirat će se radionice u kojima će sudjelovati predstavnici ciljnih skupina koji direktno sudjeluju u turističkoj ponudi destinacije. Troškovi realizacije uključuju troškove izrade strateškog materijala i organizacije radionica.

#### **Cilj aktivnosti:**

Podizanje kvalitete destinacije i partnera te turističkih proizvoda. Promocija Rijeke kao kulturno-turističke urbane destinacije te produženje turističke sezone kroz unapređenje turističkog proizvoda i povećanje atraktivnosti grada. Kroz revitalizaciju kulturne baštine, lokalne tradicije, gastro i ostale ponude povećanje broja posjetitelja, turističke potrošnje i turističkog prometa tijekom cijele godine.

#### **Nositelji aktivnosti i partneri:**

TZGR (voditelj razvoja proizvoda)

**Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:**

500.000,00 kn

**Rokovi realizacije aktivnosti:**

listopad 2021. godine

## 1.2. Istraživanje i analiza tržišta

U suradnji s ECM (European Cities Marketing) provodi se „The European cities Marketing Benchmarking report“. U godišnjoj analizi se nalaze podaci 119 gradova koji su članovi asocijacije s nizom pokazatelja kao što su ostvareni turistički promet, turistički kapaciteti, prosječan boravak gostiju, sezonski trendovi i svi ostali podaci koji ukazuju na tržišta koja se razvijaju s ciljem unaprjeđenja turističke ponude primjenjive u vlastitom poslovanju i poboljšanju turističkih rezultata. Izvješće donosi najnovije podatke o vodećim europskih gradova u tekućoj godini i prikazuje glavne trendove u gradskom turizmu za protekle četiri godine, omogućujući gradskim destinacijama da se usporede u smislu obujma i drugih parametara. Analiza je za članove besplatna.

U svrhu mjerenja kvalitete usluga koje se pružaju kako gostima tako i domicilnom stanovništvu provest će se aktivnosti istraživanja tržišta u sklopu projekta Tajni kupac. Aktivnost će se provesti u suradnji sa specijaliziranom tvrtkom. Rok realizacije aktivnosti je listopad 2021. godine. Svrha Tajnog kupca je mjeriti izvedbu odnosno utvrditi što se događa u stvarnosti, tijekom tzv. trenutaka istine, odnosno tijekom interakcije gostiju i kompanije te događa li se ono što tvrtka želi da se događa, budući da upravo u tim trenucima kupac na temelju iskustva o usluzi donosi odluku o kupnji.

Pristupit će se i detaljnoj analiza turističkih pokazatelja grada Rijeke za svakako specifičnu 2020. godinu kao i za desetogodišnji period za razdoblje od 2010. do 2020. godine. Analiza će obuhvatiti fizičke pokazatelje koji obuhvaćaju strukturu i broj smještajnih kapaciteta, dolaske i noćenja gostiju, udio dobnih skupina, prosječni boravak gostiju, financijske pokazatelje u turističkim djelatnostima, prihode od turizma, investicije u turizmu, nautički turizam te usporednu analizu pokazatelja prihoda od turizma. Analiza će se provesti uz angažiranje vanjske tvrtke koja će istu provesti. Rok realizacije aktivnosti je listopad 2021. godine.

**Cilj aktivnosti:**

Analiza i praćenje usluga raznih subjekata u turističkim i srodnim djelatnostima na području grada Rijeke te unaprjeđenje ponude i usluge, povećanje broja noćenja i prihoda od turizma.

**Nositelji aktivnosti i partneri:**

TZGR (voditelj informiranja i istraživanja tržišta i informatori)

**Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:**

50.000,00 kn

**Rokovi realizacije aktivnosti:**

listopad 2021. godine

### 1.3 Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti

Provođenjem promidžbenih aktivnosti potrebno je u drugom koraku dodatno analizirati postignute rezultate sukladno mogućnostima kao i istražiti tržišta sa zastupljenim informacija o destinacije. Radi toga planira se angažiranje specijalizirane tvrtke za izradu i analiziranje podataka koji će se odrediti kao minimalni, dok će se ostatak praćenja tržišta provoditi samostalno od strane djelatnika sukladno mogućnostima kao i u suradnji te temeljem dostupnih podataka koje zaprimamo od Hrvatske turističke zajednice.

Ova vrsta podataka izuzetno je bitna radi analize postignutih efekata promidžbe i u pravilu nadopunjavaju informacije o turističkom prometu. Dodatno će se za potrebe analiza raditi online ankete dionika turističke ponude destinacija te upitnik za posjetitelje izabranih događanja i smještajnih objekata.

#### **Cilj aktivnosti:**

Podizanje kvalitete destinacije i partnera te turističkih proizvoda. Bolja vidljivost informacija o destinaciji, gospodarskim subjektima, turističkim proizvodima i događanjima. Poboljšanje informiranja gostiju i sugrađana u destinaciji o destinaciji, turističkim proizvodima i događanjima.

#### **Nositelji aktivnosti i partneri:**

TZGR (voditelj marketinga)

#### **Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:**

20.000,00 kn

#### **Rokovi realizacije aktivnosti:**

cjelogodišnji

## 2. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA

### 2.1. Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda

Planiraju se aktivnosti izrade destinacijskog marketing i management sistema Rijeke i Riječkog prstena kroz interaktivne radionice, sudjelovanje dionika destinacije kao i partnera u destinacijama Riječkog prstena. Ključni dio aktivnosti i dio dokumenta je definiranje atributa kvalitete i ključnih prioriteta svih uključenih destinacija radi planiranja budućih zajedničkih aktivnosti i promidžbenih aktivnosti.

Provest će se potrebne analize svake destinacije, definiranja svih potrebnih elemenata koji su potrebni kako bi se definirali zajednički ciljevi i ciljne skupine. Glavni cilj koji će se postaviti je kreiranje potrebnih elemenata uzimajući u obzir trenutno stanje i cilj dostizanja maksimalnog statusa cjelogodišnjih turističkih destinacija. U obzir je također potrebno uzeti i analizirati rezultate turističke sezone 2020. godine s ciljem planiranja bržeg oporavka i koncentriranja na tržišta koja su u najvećoj mjeri optimalna za naše destinacije iz tog razloga, ali i iz razloga manjih ovisnosti od sličnih kriznih situacija.

#### **Cilj aktivnosti:**

Podizanje kvalitete destinacije i partnera te turističkih proizvoda. Bolja vidljivost informacija o destinaciji, gospodarskim subjektima, turističkim proizvodima i događanjima. Poboljšanje informiranja gostiju i sugrađana u destinaciji o destinaciji, turističkim proizvodima i događanjima.

**Nositelji aktivnosti i partneri:**

TZGR (voditelj marketinga, voditelj razvoja proizvoda)

**Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:**

300.000,00 kn

**Rokovi realizacije aktivnosti:**

listopad 2021. godine

## **2.2. Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda**

Stalnim ulaganjem u razvoj novih i unapređenje postojećih turističkih proizvoda u suradnji s gospodarstvom provode se aktivnosti podizanja kvalitete turističke ponude u destinaciji. Također se planiraju u suradnji sa sustavom turističkih zajednica aktivnosti po pitanju označavanja kvalitete kao Kvarner family, Food i sl.

**Cilj aktivnosti:**

Podizanje kvalitete destinacije i partnera te turističkih proizvoda. Poboljšanje informiranja gostiju i sugrađana u destinaciji o destinaciji, turističkim proizvodima i događanjima.

**Nositelji aktivnosti i partneri:**

TZGR (voditelj marketinga, voditelj razvoja proizvoda)

**Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:**

50.000,00 kn

**Rokovi realizacije aktivnosti:**

listopad 2021. godine

## **2.3. Podrška razvoju turističkih događanja**

### **2.3.1. Riječki karneval**

Riječki karneval izrastao je na mesopusnoj tradiciji primorske regije i rijedak je spoj različitih karnevalskih tradicija: stoljetnih mesopusnih običaja, uz utjecaj venecijanskih i austrijskih karnevalskih posebnosti. U cilju očuvanja i turističke promidžbe ove višestoljetne tradicije ovog kraja Turistička zajednica grada Rijeke je 1982. godine obnovila i organizirala karnevalske sadržaje kojima je centralni događaj karnevalska povorka kroz uži centar grada Rijeke posljednje nedjelje karnevalskog perioda, kao svojevrsna smotra tradicionalnih maski i urbanih karnevalskih grupa. Riječki karneval je kulturna baština Hrvatske, jak turistički adut grada Rijeke, zabavno - sportska i kulturna manifestacija omiljena od strane građana svih generacija i interesa. Najveći je i najpoznatiji javni događaj na području Kvarnera i najznačajnija karnevalska svečanost u Republici Hrvatskoj i najprepoznatljiviji dio imidža grada Rijeke te je kao takav prepoznat u Europi i svijetu. Ova višestoljetna manifestacija, zahvaljujući raznovrsnom i atraktivnom programu koji se odvija tijekom cijelog karnevalskog perioda, pruža jedinstvenu ponudu i nezaboravan doživljaj brojnim

posjetiteljima, zbog čega je i uvršten u mega-projekte hrvatskog turizma kao izuzetan turistički proizvod.

Zbog trenutne epidemiološke situacije, a u želji da ne nanesimo štetu i ne ugrozimo zdravlje i živote potencijalnih sudionika, planiramo slijedeće godine organizirati ovu manifestaciju u smanjenom obimu, sukladno epidemiološkim mjerama i preporukama Stožera civilne zaštite RH. Stoga ćemo organizirati Karnevalsku povorku uz prigodni program zadnje nedjelje karnevalskog perioda u kojoj će sudjelovati predstavnici grupa s kojima je i počeo Riječki karneval 1982. godine, a broj sudionika ovisit će o trenutnoj epidemiološkoj situaciji. Program ćemo obogatiti on line javljanjima karnevalskih grupa koje su i inače sudjelovale u Međunarodnim karnevalskim povorkama Riječkog karnevala. Prijenos događanja na mrežnim stranicama Riječkog karnevala okupit će brojne sudionike, ali i pružiti kvalitetnu promidžbu manifestacije, grada Rijeke, Primorsko-goranske županije i Republike Hrvatske u zemlji i inozemstvu.

Nadalje, u dogovoru s Gradski odborom Crvenog križa organizirat ćemo već tradicionalno dobrovoljno davanje krvi, poštujući pri tom epidemiološke uvjete, u kojem će sudjelovati članovi karnevalskih grupa.

Eventualni ostali programi koji se već tradicionalno organiziraju u sklopu Riječkog karnevala organizirat će se sukladno epidemiološkim mjerama.

#### **Cilj aktivnosti:**

Promocija grada Rijeke kao turističke destinacije, očuvanje i prezentacija višestoljetne tradicije i običaja ovog kraja, obogaćivanje kulturno-zabavne ponude i atraktivnosti grada prigodnim programima primjerenim epidemiološkoj situaciji.

#### **Nositelji aktivnosti i partneri:**

TZGR (voditelj razvoja proizvoda, voditelj marketinga, voditelj informiranja i istraživanja tržišta)

#### **Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:**

200.000,00 kn

#### **Rokovi realizacije aktivnosti:**

veljača 2021. godine

### **2.3.2. Rijeka Advent**

„Rijeka Advent“ s programima koji se održavaju u centru grada i na Trsatskom kaštelu kroz protekle se je godine pozicionirao kao prepoznatljivi turistički proizvod destinacije i motiv dolaska brojnih posjetitelja. Manifestacija koje će se već osmu godinu održavati u Rijeci doprinijet će stvaranju blagdanskog ozračja što će rezultirati većom atraktivnosti turističke destinacije i većim turističkim prometom.

Tijekom božićno-novogodišnjih blagdana u cilju stvaranja prigodnog blagdanskog ozračja, osmu godinu zaredom organizirat će se manifestacija „Rijeka Advent“ na području užeg centra grada Rijeke te na prostoru Trsatskog kaštela, kao i brojni prigodni kulturno-zabavni i gastro sadržaji. Planiraju se aktivnosti organizacije, koordinacije i sufinanciranja programskih sadržaja te promidžbene aktivnosti cjelokupnog programa i brenda „Rijeka Adventa“. Aktivnosti će se u većoj mjeri provoditi na regionalnoj razini, a provest će se aktivnosti offline i online oglašavanja. Planirane aktivnosti planiraju se provesti u suradnji s Gradom Rijekom i organizatorima pojedinih prigodnih aktivnosti na području užeg centra grada Rijeke i na Trsatskom kaštelu. Planirani su troškovi organizacije, promidžbe i amortizacije nabavljene opreme, kao i prihodi od zakupa adventskih kućica.

**Cilj aktivnosti:**

Promocija grada Rijeke kao turističke destinacije, obogaćivanje kulturno-zabavne ponude i atraktivnosti grada te promidžba manifestacije na domaćem i inozemnom tržištu.

**Nositelji aktivnosti i partneri:**

TZGR (voditelj marketinga, voditelj razvoja proizvoda)

**Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:**

800.000,00 kn

**Rokovi realizacije aktivnosti:**

prosinac 2021. godine

**2.3.3. Potpore projektima i manifestacijama**

U sklopu aktivnosti provodit će se jedna od temeljnih zadaća turističkih zajednica - promidžba destinacije. Jedan od načina promidžbe destinacije provodi se kroz poticanje i sufinanciranje turističkih događanja i sadržaja u duhu tradicije, izvornih običaja i autohtonu ponudu, koji doprinose stvaranju imagea Rijeke kao atraktivnog turističkog središta regije. U cilju održavanja atraktivnih kulturno-zabavnih, sportskih i ostalih sadržaja koji doprinose obogaćivanju turističke ponude grada podržavat će se održavanje zabavnih, kulturnih, sportskih i ostalih projekata koji su od važnosti za promidžbu grada.

U cilju obogaćivanja turističke ponude na području grada Rijeke te povećanja atraktivnosti destinacije tijekom cijele godine planira se suradnja s organizatorima pojedinih kulturno-zabavnih, sportskih i ostalih sadržaja. Planirana suradnja odvijat će se u obliku pomoći u organizaciji (savjetodavno) i sufinanciranja organizacije pojedinog sadržaja, kao i suorganizacije manifestacija i programa koji doprinose stvaranju imagea Rijeke kao atraktivnog turističkog središta regije i poboljšanju turističke ponude grada.

Sredstva će se dodjeljivati temeljem dostavljenih prijava projekata i manifestacija na raspisani Javni poziv za sufinanciranje. U cilju kvalitetnijeg praćenja provedbi pojedinih projekata, a i s obzirom na epidemiološku situaciju, Javni pozivi za sufinanciranje raspisivat će se kvartalno.

Sukladno preporuci Hrvatske turističke zajednice i projektu Hrvatska365 podupirat će se manifestacije i projekti koji zadovoljavaju kriterij obogaćivanja turističke ponude na području grada Rijeke atraktivnim kulturno-zabavnim i drugim sadržajima, a posebno one koji utiču na produženje glavne turističke sezone te u pred i posezoni i rezultiraju boljim turističkim prometom i doprinose većoj atraktivnosti destinacije.

**Cilj aktivnosti:**

Promocija grada Rijeke kao turističke destinacije, obogaćivanje kulturno-zabavne ponude i atraktivnosti grada kroz podupiranje i sufinanciranje aktivnosti organizacije manifestacija.

**Nositelji aktivnosti i partneri:**

TZGR (voditelj razvoja proizvoda)

**Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:**

600.000,00 kn

**Rokovi realizacije aktivnosti:**

cjelogodišnji

## 2.4. Turistička infrastruktura

U cilju doprinosa razvoju turizma, poboljšanja ponude, očuvanja i valorizaciji kulturnih dobara preuzeli smo upravljanje nad javnom infrastrukturom kojom je znatno obogaćena ponuda grada Rijeke.

### Trsatski kaštel

Trsatski kaštel je strateški izbočeni vidikovac na 138 metara visokom brijegu koji dominira Rijekom i jedan od najstarijih fortifikacija u Hrvatskom primorju u kojem su sačuvana obilježja ranosrednjovjekovne gradogradnje. Danas je Trsatski kaštel obogaćen novim sadržajima – galerijskim prostorima, ljetnim koncertima i kazališnim predstavama na otvorenom, kao i modnim revijama i književnim večerima. U objektu je smješten Info punkt i izložbeni prostori. Za razgledavanje se organiziranim grupama naplaćuje ulaz, a cjelokupni vanjski prostor koristi se za organizaciju raznih događanja tijekom cijele godine.

Turistička zajednica grada Rijeke nastavit će upravljati ovim srednjovjekovnim frankopanskim kaštelom te ćemo i dalje brinuti kroz redovno tekuće održavanje objekta, pružanje turističko-informativnih usluga i koordiniranje održavanja kulturno-zabavnih i drugih manifestacija te korištenja prostora Trsatškog kaštela kroz cijelu godinu.

U galerijskim prostorima, Miru junaka i Maloj galeriji, nalazi se postav izložbe o povijesti Trsatškog kaštela koji će se, u cilju obogaćivanja turističke ponude ovog srednjovjekovnog frankopanskog kaštela, obnoviti kroz projekte prijavljene europskim fondovima, a planira se i izrada projekta uređenja Ulazne kule. Na taj način postići će se veća atraktivnost turističke destinacije koja će rezultirati većim brojem dolazaka te većim turističkim prometom.

Planirani su troškovi za usluge tekućeg održavanja, režijskih troškova, materijalnih troškova i troškova amortizacije.

### Primorska kuća

S namjerom stavljanja u funkciju zgrade koja predstavlja tradicionalnu gradnju na području Primorja pokrenut je projekt radnog naziva „Primorska kuća“. Adaptacijom zgrade, sukladno projektu koji je izrađen u suradnji s nadležnim odjelima Grada Rijeke te Upravom za zaštitu kulturne baštine Konzervatorskim odjelom u Rijeci, sačuvana je povijesna vrijednost načina gradnje, pa i života, koji ima svoje korijene u povijesti i tradiciji ovoga kraja.

Primorska kuća otvorena je 2017. godine na adresi Krojačka 1. U prizemlju Primorske kuće smješten je ugostiteljski objekt – Primorska konoba s ponudom autohtonih jela s našeg područja, dok je na katu otvoren izložbeno–prodajni centar autohtonih proizvoda i suvenira s područja Primorsko-goranske županije – Primorska kašetice.

Turistička zajednica grada Rijeke promovirat će autohtone proizvode individualnih proizvođača, zadruga i OPG-ova u sklopu Primorske kašetice. Planirani su troškovi amortizacije.

### Riječki tunel

Riječki tunel proteže se ispod riječkog Starog grada, od Katedrale sv. Vida do dvorišta Osnovne škole Dolac. Prokopala ga je talijanska vojska u dužini od 330 metara početkom Drugog svjetskog rata u svrhu zaštite stanovništva od bombardiranja. Po prvi put otvoren je za posjetitelje u svibnju 2017. godine te su posjeti mogući svakog dana od 10,00 do 20,00 sati.

U tunelu su postavljena dva info pulta i tiskani su promotivni letci u svrhu informiranja posjetitelja. Zbog sigurnosnih razloga duž cijelog tunela postavljen je videonadzor.

Turistička zajednica grada Rijeke upravlja ovim nekadašnjim vojnim objektom, koordinira rad informatora i održavanje raznih kulturno-zabavnih sadržaja. Zbog svog jedinstvenog izgleda i položaja prostor tunela koristit će se za održavanje atraktivnih kulturno-zabavnih programa. Sva događanja doprinijet će popularizaciji ovog nekadašnjeg vojnog objekta i obogatit će kulturno – turističku ponudu grada Rijeke.

Planirani su troškovi za usluge tekućeg održavanja i režijskih troškova.

**Cilj aktivnosti:**

Navedena turistička infrastruktura znatno doprinosi atraktivnosti turističke destinacije, obogaćivanju turističke ponude grada tijekom cijele godine te očuvanje i valorizacija kulturno-povijesnih spomenika, što u konačnici rezultira povećanjem turističkog prometa.

**Nositelji aktivnosti i partneri:**

TZGR (voditelj razvoja proizvoda, stručni suradnik knjigovodstva)

**Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:**

590.000,00 kn

**Rokovi realizacije aktivnosti:**

cjelogodišnji

**2.5. EU projekti**

U cilju stvaranja novih turističkih proizvoda, poboljšanja turističke ponude, unapređenja boravka posjetitelja u destinaciji, ali i u svrhu zaštite i valorizacije kulturne baštine grada Rijeke, sudjelujemo u nizu projekata koji su prijavljeni na natječaje za dobivanje bespovratnih sredstava iz Europske unije.

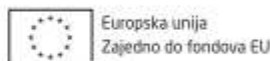
**2.5.1. Turistička valorizacija reprezentativnih spomenika riječke industrijske baštine - nositelj Grad Rijeka**

Grad Rijeka je prijavio projekt *Turistička valorizacija reprezentativnih spomenika riječke industrijske baštine* na natječaj za dobivanje bespovratnih sredstava iz EU fondova, što ga je raspisalo Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova EU. Tražena sredstva odobrena su 2017. godine. Ukupna vrijednost projekta je 81.339.442,05 kuna. Od toga se 85 posto pokriva iz EU fondova, što je 68.891.606,18 kuna.

Projektni partneri programa *Turistička valorizacija reprezentativnih spomenika riječke industrijske baštine* su Grad Rijeka (kao prijavitelj projekta), Sveučilište u Rijeci i Turistička zajednica grada Rijeke. Suradnik u projektu je Muzej grada Rijeke. Obveze Turističke zajednice grada Rijeke u sklopu projekta su aktivnosti turističke promidžbe te će se u slijedećoj godini dizajnirati i tiskati transparenti i letci i provesti oglašavanje u sklopu Novog lista i Jutarnjeg lista povodom otvorenja motornog broda Galeb.



*Turistička valorizacija reprezentativnih spomenika riječke industrijske baštine* ima u fokusu obnovu i stavljanje u funkciju dvaju reprezentativnih spomenika riječke industrijske baštine, koji



su ujedno i zaštićeni spomenici kulture Republike Hrvatske. To su motorni brod *Galeb* i *Palača šećerane*, koja se nalazi u sklopu nekadašnjeg industrijskog kompleksa *Rikard Benčić*. U suštini, riječ je o projektu nove kulturno-turističke interpretacije gradske povijesti i kulturne baštine. Uključuje, između ostalog, stvaranje nove gradske kulturno-turističke rute, kao i osmišljavanje edukativnih i znanstvenih aktivnosti koje će promovirati projekt, a u konačnici i senzibilizirati širu javnost za riječku kulturnu baštinu.

Nakon završetka rekonstrukcije i opremanja *Palače*, koja je otvorena za javnost 13. studenog 2020. godine te motornog broda *Galeb*, Rijeka će na ukupno preko 9.000 četvornih metara imati višestruku kulturnu i komercijalnu namjenu ovih novih objekata. Ove dvije znamenitosti bit će pretvorene u mjesta stalnih muzejskih postava, povremenih izložbi, kreativnih radionica, umjetničkih performansa, ljetnih filmskih predstava i tematskih konferencija. Uz to, raspolagat će i smještajnim prostorom za posjetitelje i nuditi niz komercijalnih usluga izravno povezanih s kulturnom baštinom.

#### **Cilj aktivnosti:**

Promidžba i bolja vidljivost informacija o projektu te partnerima u projektu. Promidžba novokreiranih turističkih proizvoda.

#### **Nositelji aktivnosti i partneri:**

TZGR (voditelj marketinga), Grad Rijeka, Sveučilište u Rijeci, Muzej grada Rijeke

#### **Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:**

100.000,00 kn

#### **Rokovi realizacije aktivnosti:**

cjelogodišnji

### **2.5.2. Kulturno-turistička ruta Putovima Frankopana - nositelj Primorsko-goranska županija**

*Kulturno-turistička ruta Putovima Frankopana* promovira srednjovjekovnu Rijeku i Kvarner kroz priču o srednjovjekovnoj hrvatskoj plemićkoj obitelji Frankopan te obuhvaća 17 kaštela, utvrđenih gradova i dvoraca (kaštele Gradec, Krk, Grobnik, Trsat, Drivenik, Grižane i Bakar, kulu u Bribiru, kaštel s kulom Kvadrac Novi Vinodolski, kaštel Zrinskih u Brodu na Kupi, Stari grad Zrinskih u Kraljevici, Stari grad Ledenice, Stari grad Hreljin, dvorce Nova Kraljevica, Severin i Stara Sušica te dvorac Zrinskih u Čabru) te tri sakralna kompleksa (Franjevački samostan s crkvom Navještenja Marijina na Košljunu, Pavlinski samostan u Crikvenici i manastir Gomirje).

Turistička zajednica grada Rijeke uključena je u provedbu projekta kao jedan od 12 partnera, a čiji je vodeći partner Primorsko-goranska županija. Kroz protekli period u sklopu projekta nabavljeno je: 2017. godine - nabava opreme rasvjete i razglasa, bine i scenske opreme; 2018. godine – nabava inventara i razne opreme (stolovi, stolice, štandovi), 2019. godine – nabava

srednjevjekovnih kostima. Provedbom ovih nabava Turistička zajednica grada Rijeke ispunila je sve svoje projektne obveze. Obavljeno je potraživanje svih troškova kao i troškova plaća članova tima te su pristigle sve uplate. Nabavljena oprema popisana je i spremljena na prostoru Trsatskog kaštela.

Projekt će biti dovršen 1. veljače 2021. godine. Do tog roka Primorsko-goranska županija opremit će i otvoriti interpretacijski centar na Trsatskom kaštelu te dovršiti postavu jedinstvene signalizacije. Tijekom 2021. godine nabavljena oprema koristit će se prilikom promotivnih aktivnosti i programa Turističke zajednice grada Rijeke kao i partnera u projektu. Planirani su troškovi amortizacije nabavljene opreme.

**Cilj aktivnosti:**

Podizanje kvalitete destinacije i partnera te turističkih proizvoda. Bolja vidljivost informacija o destinaciji, gospodarskim subjektima, turističkim proizvodima i događanjima. Poboljšanje informiranja gostiju i sugrađana u destinaciji o destinaciji, turističkim proizvodima i događanjima.

**Nositelji aktivnosti i partneri:**

TZGR (voditelj razvoja proizvoda)

**Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:**

158.400,00 kn

**Rokovi realizacije aktivnosti:**

veljača 2021. godine

**2.5.3. Interpretacijski centar prirodne baštine Primorsko – goranske županije – nositelj Grad Rijeka**

Projekt *Interpretacijski centar prirodne baštine Primorsko – goranske županije* bavi se promocijom odredišta prirodne baštine Primorsko-goranske županije i grada Rijeke u Rijeci, ali i u samim odredištima prirodne baštine u Županiji uz uspostavu interpretacijskog centra na otvorenom u Rijeci i interpretacijskih točaka na terenu, intenzivnu edukaciju posjetitelja i dionika u turizmu, uporabu najnovijih tehnologija u interpretaciji baštine i oblikovanje novih turističkih paketa, uz mjere ex situ zaštite i uspostavu banke sjemena za rijetke, ugrožene i zaštićene biljne vrste Županije i šire te s time povezanu proizvodnju autohtonih i originalnih suvenira.

Turistička zajednica grada Rijeke kao partner zadužena je za promociju i vidljivost projekta te će shodno tome tijekom 2021. godine, prema dinamičkom planu projekta, provesti nabavu najma opreme za održavanje promotivnih materijala kao i nabavu usluga student servisa za održavanje promotivnih programa.

**Cilj aktivnosti:**

Pomoći razvoju regionalno i sezonski ujednačenog, održivog turizma visoke kvalitete doživljaja baziranog na prirodnoj baštini na području Primorsko-goranske županije, promocijom i interpretacijom 11 odredišta prirodne baštine.

**Nositelji aktivnosti i partneri:**

TZGR (voditelj razvoja proizvoda, voditelj informiranja i istraživanja tržišta i administrator), Grad Rijeka

**Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:**

45.800,00 kn

**Rokovi realizacije aktivnosti:**

cjelogodišnji

**2.5.4. Povežimo se baštinom - nositelj Grad Rijeka**

Projekt *Povežimo se baštinom* je dio projekta udruživanja gradova i općina na području urbane aglomeracije Rijeka koji uz nositelja projekta Grad Rijeku, povezuje općine Mošćenička Draga, Lovran, Kostrenu, Čavle, Viškovo i Klana i gradove Opatiju, Kraljevicu i Kastav.

Republika Hrvatska potpisala je krajem 2014. godine Sporazum o partnerstvu u kojem su definirani i gradovi koji mogu koristiti ITU mehanizam (Mehanizam integriranih teritorijalnih ulaganja). Radi se o gradovima iznad 100.000 stanovnika i vezano s tim mogu formirati urbane aglomeracije te gradovima iznad 50.000 stanovnika koji mogu osnovati urbana područja. ITU mehanizam je mehanizam Europske unije za razdoblje 2014.-2020. godine koji je uveden s ciljem jačanja uloge gradova kao pokretača gospodarskog razvoja. Mehanizam služi za provedbu aktivnosti održivog urbanog razvoja koje imaju naglašenu teritorijalnu dimenziju te omogućava pružanje financijske potpore za provođenje integriranih aktivnosti.



S obzirom da se radi o korištenju značajnih iznosa iz europskih fondova, Ministarstvo regionalnoga razvoja i fondova Europske unije je bilo obvezno raspisati poziv za odabir ITU područja gdje je Urbana aglomeracija Rijeka prošla na tom natječaju i može koristiti mehanizam integriranih teritorijalnih ulaganja (ITU) u Republici Hrvatskoj.

Projekt *Povežimo se baštinom* sadrži koordinirane aktivnosti usmjerene prema zajedničkoj viziji razvoja prepoznatljive i jedinstvene kulturne baštine urbanog područja uz poticanje turističkog razvoja temeljenog na načelima održivosti. Temeljna svrha projekta jest izgradnja novih i revitalizacija postojećih lokacija kulturno-povijesne baštine s ciljem stvaranja novih turističkih proizvoda uz njihovu integraciju u jedinstvenu turističku ponudu područja riječke urbane aglomeracije.

Odlukom o financiranju projektu je Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova Europske unije izravno dodijelilo 36.369.926,74 kn bespovratnih sredstava za financiranje strateškog projekta. Projekt je prijavljen na Poziv postupkom izravne dodjele u okviru Operativnog programa „Konkurentnost i kohezija 2014. – 2020.“ Ukupna vrijednost projekta je 76.328.201,95 kn, od čega su bespovratna sredstva 36.369.926,74 kn, a ostatak predstavljaju vlastita sredstva. Projekt traje od 1.1.2020. do 31.12.2022. godine.

Turistička zajednica grada Rijeke u projektu *Povežimo se baštinom* nositelj je Radnog paketa Promidžba i vidljivost integrirane turističke destinacije. Cilj Radnog paketa Promidžba i vidljivost integrirane turističke destinacije je čim širi krug zainteresirane javnosti upoznati s tijekom projekta i njegovim rezultatima, širiti znanje, doseći osviještenost različitih ciljnih skupina, utjecati na njihovo ponašanje i mišljenje o mogućnostima kulturne i prirodne baštine te mijenjati njihov pristup i odnos prema njima.

U slijedećoj godini planiraju se aktivnosti koje uključuju izradu marketinške i komunikacijske strategije, izradu vizualnog identiteta projekta, dizajna te knjige standarda za projekt, početak izrade i objave te vođenje jedinstvene mrežne stranice projekta kao i mobilne aplikacije za sve mobilne operativne sustave i početak promidžbenih aktivnosti oglašavanja.

**Cilj aktivnosti:**

Promidžba i bolja vidljivost informacija o projektu te partnerima u projektu. Promidžba novokreiranih turističkih proizvoda.

**Nositelji aktivnosti i partneri:**

TZGR (voditelj informiranja i istraživanja tržišta, stručni suradnik knjigovodstva), Grad Rijeka i partneri projekta Urbana aglomeracija s turističkim zajednicama

**Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:**

862.400,00 kn

**Rokovi realizacije aktivnosti:**

cjelogodišnji

**2.5.5. Promotion of natural and cultural heritage to develop sustainable tourism - ProNaCul - nositelj Regionalna razvojna agencija Zasavje**

Projekt sufinancira Europska unija iz Europskog fonda za regionalni razvoj, u okviru programa INTERREG V-B Jadransko-jonski program ADRIION 2014.-2020. te fonda IPA II. Trajanje projekta je od 1.4.2020. do 30.9.2022. godine. Sveukupna vrijednost projekta iznosi 2.060.551,80 € gdje je iznos maksimalne EU potpore 1.751.469,03 €.

Partneri u projektu su iz Slovenije (Regionalna razvojna agencija Zasavje (vodeći partner), Centar za promociju poduzetništva Piran d.o.o.), Italije (LAG Istočna Venecija, grad Bologna), Hrvatske (Turistička zajednica grada Rijeke, Turistička zajednica Zagrebačke županije, Javna ustanova "Park prirode Žumberak – Samoborsko gorje"), Grčke (Ilijska gospodarska komora, Regija Jonskih otoka), Albanije (organizacija Development speaks Human), Bosne i Hercegovine (Udruženje za poduzetništvo i posao LiNK, Javna ustanova Agencija za razvoj malih i srednjih poduzeća grada Trebinja) i Srbije (Sveučilište u Novom Sadu, Prirodno-matematički fakultet, Općina Raška).



Pridruženi partneri su Kulturni centar Radnički dom Zagorje ob Savi i Uprava regionalnog razvoja za nacionalnu kulturu – Berat.

*ProNaCul* čiji smo partneri provodi se s idejom promicanja i očuvanja prirodne i kulturne baštine te potpora razvoju transnacionalnih strategija namijenjenih zajedničkom promicanju regije kao turističke destinacije. Područja s kojih dolaze projektni i udruženi partneri nalaze se pod zaštitom UNESCO-a i Nature 2000, ili su u procesu postajanja zaštićenih područja u sklopu testnih područja ProNaCul-a. Jedan od glavnih ciljeva ovoga projekta je ojačati upravljanje prirodnom i kulturnom baštinom, koje se postiže razvojem, primjenom i promicanjem zajedničke metodologije upravljanja. Aktivnost će biti potpomognuta virtualnom komorom osnovanom za promicanje zajedničke metodologije i njezin transfer u druga područja Adriona. Komora će biti savjetodavno tijelo za turističke djelatnike i funkcionirat će putem internetske platforme za razmjenu iskustva i

primjere dobre prakse upravljanja prirodnom i kulturnom baštinom. Kako bi se poboljšale politike za bolje upravljanje prirodnom i kulturnom baštinom, zajednička metodologija će se dostaviti kreatorima politika u obliku preporuka za konkretne lokalne, regionalne i nacionalne strateške dokumente s ciljem poticanja valorizacije i očuvanja prirodne i kulturne baštine, posebno razvojem održivog turizma.

Turistička zajednica grada Rijeke, kao jedan od partnera na projektu, primijenit će zajedničku metodologiju projekta *ProNaCul* na prostoru Trsatskog kaštela te unaprijediti prostor sustavom video nadzora i novim sustavom naplate karata. Za vrijeme trajanja projekta planira se ugovaranje tvrtke specijalizirane za savjetovanja po pitanju provođenja EU projekata. Sve aktivnosti projekta provode se zaključno do trećeg kvartala 2022. godine kad je službeno kraj EU projekta.

#### **Cilj aktivnosti:**

Promidžba i bolja vidljivost informacija o projektu te partnerima u projektu kroz aktivnosti koje planiramo. Unapređenje kvalitete Trsatskog kaštela kao turističkog lokaliteta.

#### **Nositelji aktivnosti i partneri:**

TZGR (voditelj marketinga), partneri i pridruženi partneri EU projekta

#### **Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:**

350.000,00 kn

#### **Rokovi realizacije aktivnosti:**

cjelogodišnji

#### **2.5.6. *EMO*tional technologies for the cultural heritage valorization within cross-border UNDERGROUNDS - „EMO.UNDERGROUNDS” - nositelj Općina Nardo, Italija**

*EMO.UNDERGROUNDS* je projekt koji se realizira u okviru programa Interreg (ADRION). Projekt provodi mreža koja se sastoji od 10 projektnih partnera i 5 pridruženih partnera. Zadatak projekta je dati konkretan doprinos valorizaciji izvanrednog bogatstva i potencijala ciljanih kulturnih dobara, što će omogućiti održiv, pametan i uključiv rast cijelog područja ADRION-a.

Projekt je usmjeren na potporu očuvanju kulturne baštine i održivog turizma, podižući njegove kompetencije i vještine također uz podršku kreativnih industrija. Ukupni cilj projekta je povećati atraktivnost i konkurentnost uključenih transnacionalnih turističkih odredišta stvarajući novi zajednički kulturno-kreativni turistički proizvod. Očekuju se promjene u javnim politikama upravljanja kulturnom baštinom/turizmom, integraciji turističkih usluga i uključivanju vještina kulturno-kreativne industrije. Projekt pruža inovativna rješenja koja povećavaju potencijal za uživanje korisnika putem soba za virtualnu stvarnost, pametnih mobilnih aplikacija, holografskih demonstracija, interaktivnih zaslona / projekcija.



Vodeći partner projekta je Općina Nardo (IT). Preostali partneri su iz Italije (Općina Capri), Grčke (Općina Andravida-Kyllini), Slovenije (Regionalni razvojni centar Koper i Općina Ivančna Gorica), Albanije (Općina Kukës), Crne gore (Turistička zajednica općine Bar), Bosne i Hercegovine (Javna ustanova "Agencija za razvoj malih i srednjih preduzeća grada Trebinja") te iz Hrvatske (Javna ustanova u kulturi Tvrđava kulture Šibenik). Projektne aktivnosti započele su u siječnju 2020. godine, a projekt će trajati do lipnja 2022. godine. Ukupan proračun projekta je 2.605.497 €.

Turistička zajednica grada Rijeke na početku projekta bila je pridruženi partner, no izlaskom jednog od partnera postajemo projektni partner u prosincu 2020. godine te time osiguravamo pravo za provedbu planiranih projektnih aktivnosti. Planira se izrada akcijskog plana za pametno upravljanje odabranim turističkim destinacijama s konkretnim aktivnostima u cilju poboljšanja doživljaja kulturne baštine, nabava IT opreme za virtualnu stvarnost kako bi se poboljšalo iskustvo posjetitelja, proizvodnja digitalnih i virtualnih sadržaja - koristeći inovativne tehnologije (VR tehnologija u svrhu pripovijedanja).

#### **Cilj aktivnosti:**

Promidžba i bolja vidljivost informacija o projektu te partnerima u projektu. Unapređenje kvalitete Trsatskog kaštela kao turističkog lokaliteta namijenjenog posjetiteljima i turistima.

#### **Nositelji aktivnosti i partneri:**

TZGR (direktor)

#### **Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:**

561.000,00 kn

#### **Rokovi realizacije aktivnosti:**

cjelogodišnji

#### **2.5.7. Povijest, Povijest umjetnosti, Talijanistika, Germanistika - razvoj unapređenje i provedba stručne prakse (PerPeTuUm aGile) - nositelj Filozofski fakultet u Rijeci**

Projektom se želi riješiti problem nedovoljne zastupljenosti stručne prakse u studijskim programima posebno na preddiplomskoj razini Filozofskog fakulteta u Rijeci što rezultira nedostatnim kompetencijama studenata prilikom uključivanja na tržište rada. Ciljevi projekta uključuju (i) unapređivanje postojećih i razvijanje novih modela provedbe stručne prakse studenata Filozofskog fakulteta u Rijeci i kroz osmišljavanje ishoda učenja, organizaciju i provedbu stručne prakse studenata Filozofskog fakulteta u Rijeci. Ciljne skupine uključuju studente svih godina, nastavno i nenastavno osoblje, Filozofski fakultet u Rijeci kao Prijavitelja, kao i sve partnerske organizacije.

Kroz partnerstvo s Turističkom zajednicom grada Rijeke uspostaviti će se novi model prakse za studente svih odsjeka kroz razvoj kompetencija u turističkom sektoru kao i zaštite okoliša u širem smislu. U ovom projektu sudjelovat ćemo kao mentori studentima koji će odrađivati praksu u Turističkoj zajednici grada Rijeke posebno u Turističkom informativnom centru i Info punktu Trsatski kaštel.

**Cilj aktivnosti:**

Riješiti problem nedovoljne zastupljenosti stručne prakse u studijskim programima posebno na preddiplomskoj razini Filozofskog fakulteta u Rijeci što rezultira nedostatnim kompetencijama studenata prilikom uključivanja na tržište rada.

**Nositelji aktivnosti i partneri:**

TZGR (direktor i voditelj razvoja proizvoda), Filozofski fakultet Rijeka i ostali partneri

**Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:**

49.400,00 kn

**Rokovi realizacije aktivnosti:**

cjelogodišnji

### 3. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE

#### 3.1. Oglašavanje turističke ponude i proizvoda

Oglašavanje i promidžba Rijeke kao destinacije provodit će se ciljano prema definiranim tržištima i ciljevima. Uslijed trenutne krizne situacije prilikom realizacije oglašavanja potrebne će biti dodatne analize prije pokretanja o otvorenosti tržišta, trendu koji vlada na njemu te dostupnost u odnosu na Rijeku. Nakon definiranja oglašavanja sve aktivnosti planiraju se realizirati samostalno ili u suradnji s partnerima ovisno o destinaciji i proizvodu. Oglašavanja će se provoditi na izabranim ciljanim tržištima ovisno o situaciji koja bude s otvaranjem granica odnosno vremenskim rokovima. Na ciljanim i bliskim tržištima planirana su većim dijelom online oglašavanja kao i ciljana offline oglašavanja na određenu temu.

Glavni cilj općeg oglašavanja je promocija Rijeke kao cjelogodišnje i sigurne turističke destinacije s brojnim interesantnim turističkim proizvodima te se nadamo i s brojnim kulturnim i drugim događanjima. U slijedećem periodu dio oglašavanja iskoristit će se za novo pozicioniranje Rijeke koje će se obogatiti novim hotelskim smještajem otvaranjem *Hilton Rijeka Costabella Beach Resort and Spa*. Dodatne aktivnosti koje će se realizirati u sklopu oglašavanja, ali također i iskoristiti u nastavku, je titula i projekt Europske prijestolnice kulture koja je Rijeci u proteklim godinama donijela izuzetnu vidljivost kroz objave i oglašavanja. Taj projekt se očekuje da će se uslijed trenutne situacije s pandemijom Covid-19 virusa produžiti i trajati još i u slijedećoj godini te će se ovisno o toj odluci realizirati i dodatna oglašavanja.

U današnje vrijeme nesigurnosti i potrebe za donošenjem brzih odluka online oglašavanje predstavlja idealnu kombinaciju za kvalitetno i ciljano oglašavanje u turizmu. Uslijed pandemije gdje se odluke brzo donose, ali nažalost i mijenjaju, potrebno je uložiti dodatne napore u online oglašavanje odnosno dostupnost informacija na više medija kako bi potencijalni gosti prilikom donošenja odluke bili u mogućnosti proučiti ih kao i donijeti odluku o posjeti destinaciji. Online oglašavanje je također jedan od direktnijih načina komuniciranja s potencijalnim gostima. Online oglašavanje nudi mogućnosti da se uložena sredstva maksimalno iskoriste za što precizniji dohvat potencijalnih i postojećih gostiju, a sve ovisno o temi i cilju promidžbe.

Težište našeg online oglašavanja je na što kvalitetnijoj distribuciji destinacijskih informacija kao i informacija o turistički definiranim proizvodima kao npr. Riječki karneval, enogastronske manifestacije i slično.



Uz redovito komuniciranje na online platformama i pružanje informacija te iste aktivnosti koje provodimo redovito će se nadopunjavati online oglašavanjima. U sklopu online oglašavanja također nastavljamo suradnju s možda najvećom bankom turističkih podataka *Lonely planet* preko čijeg sustava se informacije distribuiraju brojnim korisnicima u sklopu drugih mrežnih stranica, profila i sličnih sustava.

#### **Cilj aktivnosti:**

Bolja vidljivost Rijeke kao turističke destinacije, turističkih proizvoda te članova i partnera u destinaciji i projektima. Informiranje potencijalnih gostiju o destinaciji, turističkim proizvodima i partnerima.

#### **Nositelji aktivnosti i partneri:**

TZGR (voditelj marketinga), Hrvatska turistička zajednica, Turistička zajednica Primorsko-goranske županije i sustav turističkih zajednica Kvarnera

#### **Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:**

350.000,00 kn

#### **Rokovi realizacije aktivnosti:**

cjelogodišnji

### **3.2. Odnosi s javnošću**

Distribucija informacija i komunikacija s medijima omogućava dodatnu vidljivost informacija o projektima i proizvodima za koje se provode promidžbene i informativne aktivnosti. Sve informacije koje se pripremaju su ciljane na temu dodatnih informacija o destinaciji ili turističkim proizvodima te se u direktnoj komunikaciji dostavljaju krajnjem korisniku (medij).

Pored tih redovnih informacija medijima priprema se i mjesečni pregled informacija o destinacijama, događanjima, turističkim proizvodima i drugim interesantnim novostima iz naše domene koje se pripremaju i digitalno distribuiraju. Radi kvalitetnije i lakše distribucije informacija korist će se pripremljena baza koja se kontrolira preko ODIS-a. Radi trenutne situacije očekujemo da će ovakav način distribucije informacija u slijedećem periodu pored drugih digitalnih oblika biti ključan za pružanje informacija.

#### **Cilj aktivnosti:**

Bolja vidljivost informacija o destinaciji, turističkim proizvodima i događanjima. Poboljšanje informiranja gostiju i sugrađana u destinaciji o destinaciji, turističkim proizvodima i događanjima.

#### **Nositelji aktivnosti i partneri:**

TZGR (voditelj marketinga)



**Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:**

40.000,00 kn

**Rokovi realizacije aktivnosti:**

cjelogodišnji

**3.3. Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice**

Razvijanjem novih tehnologija i načina prezentacija i održavanja sastanaka, najvažniji strukovni sajmovi zadržali su svoj status te time bili dio dosadašnjih promidžbenih aktivnosti koje su provodili svi ključni dionici svjetske turističke ponude. Izbijanjem pandemije Covid-19 virusa u prvom trenutku svi sajmovi su radi svojeg načina održavanja otkazani, ali su tijekom ostatka godine bili razvijani u online izdanjima te su se kao takvi počeli ponovno održavati. Taj trend održavanja online sajмова očekuje se da će se nastaviti i u slijedećoj godini te ćemo zajedno s partnerima u destinaciji realizirati promidžbene aktivnosti na otvorenim sajmovima.

Na sajmovima i prezentacijama koje se planiraju realizirati Rijeka će se, sukladno trenutnim mogućnostima i ograničenjima, prezentirati kao destinacija sa svojim turističkim proizvodima. Sudjelovanjem u online sajmovima, prezentacijama, poslovnim radionicama i sastancima omogućit će se i upoznavanje novih poslovnih partnera, upoznavanje sa situacijom na tržištu i trendovima koji su analizirani te razvijanje i unapređenje postojećih ili novih turističkih proizvoda. Dodatni značaj sudjelovanja na ovako održanim sajmovima je da se pruža mogućnost direktne komunikacije i promidžbe s organizatorima putovanja i događanja, agencijama i institucijama koji traže potencijalne destinacije za svoja događanja. Sve aktivnosti provest će se sukladno mogućnostima sudjelovanja turističkih zajednica, ali i financijskim ograničenjima.



**Cilj aktivnosti:**

Bolja vidljivost informacija o destinaciji, turističkim proizvodima i događanjima. Poboljšanje informiranja gostiju o destinaciji, turističkim proizvodima i događanjima. Pomaganje gospodarskim subjektima u promociji destinacije i svojih aktivnosti.

**Nositelji aktivnosti i partneri:**

TZGR (voditelj marketinga)

**Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:**

50.000,00 kn

**Rokovi realizacije aktivnosti:**

cjelogodišnji

### 3.4. Marketinške i poslovne suradnje

Temeljem novog Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma pruža se prilika za zajedničkim aktivnostima kroz tzv. projektno održavanje turističkih zajednica. Iako Turističke zajednice Riječkog prstena već od 2009. godine zajedno rade na osnovi marketinške suradnje, 2020. godine potpisan je novi Sporazum o udruživanju Turističkih zajednica Riječkog prstena.



Ovim novim Sporazumom formalno će se omogućiti i kandidiranje na javne pozive koji će biti raspisani od Hrvatske turističke zajednice putem kojih planiramo kreiranje i unapređenje novih i postojećih zajedničkih proizvoda. Nastavkom suradnje i novim Sporazumom nastavlja se aktivnosti suradnje i razvijanja novih proizvoda čime se kreiraju novi sadržaji destinacije koji u suradnji s gospodarstvom trebaju biti implementirani i korišteni. Suradnjom partnera i aktivnošću koja se provodi treba se omogućiti definiranje i kreiranje novog proizvoda i/ili unaprijediti postojeće na novi način kao i na kvalitetniji način provođenje aktivnosti promidžbe istih.

Temeljem odluke Turističkog vijeća Turističke zajednice Primorsko-goranske županije i temeljem Poziva za iskazivanje interesa za provedbu promotivnih kampanja sa strateškim partnerima na inozemnim tržištima u 2021. godini Hrvatske turističke zajednice, a na osnovu novog Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, planira se zajedničko oglašavanje u definiranim promotivnim kampanjama.

Aktivnosti oglašavanja planiraju se zajednički s drugim subregijama Kvarnera i u koordinaciji Turističke zajednice Primorsko-goranske županije. Aktivnost zajedničkog oglašavanja sufinancirat će se sredstvima Hrvatske turističke zajednice. U sufinanciranje se uključuju i jedinice lokalne samouprave te gospodarski subjekti koji također udružuju sredstva po destinacijama. U Rijeci sredstva gospodarstva se ne udružuju već se ta financijska obveza preuzima s naše strane za cijelo gospodarstvo destinacije.



#### Cilj aktivnosti:

Bolja vidljivost Rijeke kao turističke destinacije, turističkih proizvoda te članova i partnera u destinaciji i projektima u sklopu planiranih zajedničkih marketinških suradnji. Kreiranje novih i unapređenje postojećih turističkih proizvoda. Kreiranje sinergije partnera radi postizanja boljih pojedinačnih rezultata.

#### Nositelji aktivnosti i partneri:

TZGR (voditelj marketinga), Hrvatska turistička zajednica, Turistička zajednica Primorsko-goranske županije i sustav turističkih zajednica Kvarnera, Grad Rijeka, TD Rijeka 2020 d.o.o.

#### Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:

225.000,00 kn

#### Rokovi realizacije aktivnosti:

cjelogodišnji

### 3.5. Suradnja s organizatorima putovanja

U suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom, predstavništvima HTZ-a u inozemstvu te Turističkom zajednicom Primorsko-goranske županije, Turistička zajednica grada Rijeke pruža potpunu podršku koja se očituje kroz prihvata raznih grupa novinara, turističkih agenata, autobusera te svih potencijalno zainteresiranih turističkih djelatnika koji mogu doprinijeti promociji kako regije tako i našeg grada. Suradnja s medijima jedan je od važnih segmenata promocije same destinacije. Razne novinare specijalizirane za razne turističke teme, vodiče, novinare specijalizirane za brodove na kružnim putovanjima, blogere i TV kuće koji dolaze u posjet Rijeci nastoji se što bolje upoznati s ponudom grada, obzirom da je satnica posjeta u pravilu vrlo kratka. Shodno temi o kojoj pišu program se prilagođava pojedincu te njegovim željama. Uz pratnju stručnog vodiča nastoji se novinara upoznati kako s povijesti grada, tako i sa samom ponudom, od gastronomije, kulturnih događanja te raznih manifestacija koje se nude u danom trenutku. Sami posjeti rezultiraju brojnim objavama, reportažama, intervjuima koji se objavljuju u pravilu nekoliko mjeseci nakon posjeta, ako se radio o TV kućama ili raznim specijaliziranim magazinima ili dnevnim novinama, što naravno ovisi o razdoblju kada su boravili u Rijeci te tempiranju objava pred sezonu ili pred određeno veće događanja kao što je Advent ili karneval, ali i praktički objava u realnom vremenu misleći pritom na razne blogere i vlasnike web portala. Uslijed pandemije Covid-19 virusa te njegovog suzbijanja ovisit će i sami dolasci prije navedenih.

**Cilj aktivnosti:** Promocija Rijeke putem svih raspoloživih medijskih kanala uz što više objavljenih članaka i reportaža s ciljem dovođenja gostiju. Objava reportaža i članaka koji se direktnim komercijalnim putem ne bi mogli financijski realizirati uz pokrivanje velikog broja različitih tržišta.

**Nositelji aktivnosti i partneri:**

TZGR (voditelj informiranja i istraživanja tržišta), Hrvatska turistička zajednica, Turistička zajednica Primorsko-goranske županije)

**Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:**

79.000,00 kn

**Rokovi realizacije aktivnosti:**

prosinac 2021. godine

### 3.6. Kreiranje promotivnog materijala

Promotivni materijali i u današnje vrijeme novih tehnologija predstavljaju dio promidžbe koji se provodi s ciljem distribucije informacija o ponudi i destinaciji prema gostima u destinaciji. Izrada promotivnih materijala – letaka, brošura, planova i drugih tiskanih materijala – provodi se s glavnim ciljem opskrbljivanja destinacije i tržišta s informacijama destinacije i turističkih proizvoda te unapređenje svjesnosti postojećih i novih potencijalnih gostiju o destinaciji i/ili turističkim proizvodima. Promotivni materijali s destinacijskim i proizvodnim informacijama distribuirat će se u najvećoj mjeri na lokacijama po destinaciji kao i studijskim grupama, delegacijama i posebnim prezentacijama koje se budu organizirale. Svi materijali će se također pored tiskane verzije pripremiti i u digitalnoj verziji te u tom



obliku biti dostupni za online distribuciju i objavljivanje na mrežnim stranicama.

Usljed pandemije Covid-19 virusa koja je aktualna tijekom izrade plana i za koju se očekuje da će biti aktualna ili imati veliki utjecaj na slijedeću turističku godinu, a time i na financijski udio promotivnih materijala, izrada materijala planira se u prilagođenom i manjem obimu sukladno trenutnim očekivanjima.

Planiran je tisak sljedećih promotivnih materijala: Opći prospekt Rijeke i Riječkog prstena u ukupnoj nakladi od 4.000 komada. Dorade i dotisak promotivnih materijala Turističkih zajednica Riječkog prstena. Prospekt Riječke plaže, na hrvatskom i engleskom jeziku, u nakladi od 4.000 komada. Bike Rijeka, na hrvatskom i engleskom jeziku, u nakladi od 1.500 kom. Rijeka trail, na hrvatskom i engleskom jeziku, u nakladi od 1.500 komada. Letak Riječki tunel, na hrvatskom i engleskom jeziku, u nakladi od 8.000 komada.



Dodatno će se za potrebe distribucije u destinaciji pripremiti novo izdanje plana grada. Blok plan Rijeka centar formata 490 mm x 340 mm može se dobiti u Turističkom informativnom centru, Info punktu Trsatski kaštel, Info punktu Vrata Jadrana, TIC-u Opatija, na recepcijama hotela, privatnom smještaju, hostelima, putničkim terminalima, Info pultu za iznajmljivanje bicikala na Riječkom lukobranu, sportskim objektima, muzejima, medicinskim ustanovama i trgovačkim centrima. Blok plan sadrži osnovne informacije o gradu na šest jezika (hrvatski, engleski, talijanski, njemački, francuski i španjolski jezik) te ucrtane lokacije kulturno-povijesnih spomenika, smještaja, kolodvora, info punktova i ostalog svakom gostu korisnog informativnog sadržaja na području užeg centra grada. U dijelu bloka nalazi se i reklamni dio koji će se nuditi potencijalnim partnerima za oglašavanje.

### **Cilj aktivnosti:**

Bolja vidljivost informacija o destinaciji, turističkim proizvodima i događanjima. Poboljšanje uvjeta boravka i informiranja gostiju u destinaciji kao i posjetitelja na prezentacijama.

### **Nositelji aktivnosti i partneri:**

TZGR (voditelj marketinga, voditelj informiranja i istraživanja tržišta)

### **Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:**

100.000,00 kn

### **Rokovi realizacije aktivnosti:**

cjelogodišnji

## **3.7. Internetske stranice**

Objavom nove mrežne stranice nastavljaju se aktivnosti unapređenja i kvalitetnije distribucije destinacijskih informacija. Pored redovnog ažuriranja sustava i održavanja, planira se nadogradnja s novim funkcionalnostima. Sve te aktivnosti omogućene su našom novom vlastitom bankom podataka ODIS (Objedinjeni destinacijski informativni sustav) koja je osnova za mrežnu stranicu i aktivnosti koje se provode. Mrežna stranica po prvi put se ažurira direktno od strane svih korisnika destinacije preko ODIS-a u pravom vremenu što predstavlja veliku priliku za sve članove i dionike destinacije da direktno utječu na distribuciju svojih informacija.



Projektu nove mrežne stranice prethodila je digitalizacija svih informacija koje imamo u skladu sa svojim zakonskim obvezama prikupljanja, analiziranja i korištenja.

Kako bi mrežna stranica bila uvijek aktualna i informativna za korisnike redovito će se, pored direktnih i indirektnih

ažuriranja informacija, kreirati novi informativni sadržaji o turističkim proizvodima i destinaciji.

Mrežna stranica Turističke zajednice grada Rijeke objavom u rujnu 2020. godine dodatno zadovoljava i preporučljiv uvjet naveden u Zakonu o pristupačnosti mrežnih stranica i programskih rješenja za pokretne uređaje tijela javnog sektora (N.N. 17/19). Turističke zajednice sukladno važećim propisima nisu obveznici ovog Zakona kojim se utvrđuju mjere kojima se osigurava pristupačnost mrežnih stranica i programskih rješenja za pokretne uređaje tijela javnog sektora korisnicima, osobito osobama s invaliditetom, ali radi daljnjeg unapređenja usluga i dostupnosti informacija, prilikom izrade mrežne stranice poduzete su potrebne akcije da ista zadovoljava uvjet te smo time među prvima zadovoljili ovaj izuzetno bitni uvjet.

#### **Cilj aktivnosti:**

Bolja vidljivost informacija o destinaciji, turističkim proizvodima i događanjima. Poboljšanje informiranja gostiju i sugrađana o destinaciji, turističkim proizvodima i događanjima. Pomaganje gospodarskim subjektima u distribuciji informacija o vlastitim proizvodima i događanjima.

#### **Nositelji aktivnosti i partneri:**

TZGR (voditelj marketinga), Turističke zajednice Rijeke i Riječkog prstena

#### **Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:**

100.000,00 kn

#### **Rokovi realizacije aktivnosti:**

cjelogodišnji

### **3.8. Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka**

S ciljem stalnog unapređenja kvalitete, ali i dostupnih informacija i podataka u raznim bazama podataka, provodit će se redovne aktivnosti nadopunjavanja, ažuriranja i nadogradnje sustava banki podataka novim informacijama. Najvažnija banka podataka je ODIS – Objedinjeni destinacijski informativni sustava, koja predstavlja okosnicu svih naših informacija dostupnih u destinaciji.



Ovaj projekt pod imenom ODIS – Objedinjeni destinacijski informativni sustav je nov i nije u ovom obliku dostupan u nijednoj destinaciji u regiji. ODIS je dostupan svim korisnicima čije se informacije prikupljaju (smještajni i ugostiteljski objekti, organizatori, partneri u projektima) te je radi toga

dostupan za korištenje za preko 1000 osoba i tvrtki. Svi korisnici jednostavno ažuriraju svoje podatke koji su onda u pravom vremenu ažurirani na stranicama Turističke zajednice, a i svim partnerskim stranicama koje budu koristile podatke (24/7/365).

Unapređenjem kvalitete i broja dostupnih fotografija i popratnih materijala za kvalitetnu promidžbu destinacije i projekata nastavit će se ažuriranje banke fotografija. Za potrebe komunikacije s agencijama i partnerima i potrebama za digitalnim materijalima (fotografije, video materijali) nastavit će se održavanje postojeće digitalne baze multimedijalnih sadržaja. Kvalitetna promidžba destinacije preko mrežne stranice realizirat će se i tematskim fotografiranjem po destinaciji na temu izabranih turističkih proizvoda, ali i snimanjem kratkih informativnih spotova za potrebe projekata. Sve aktivnosti provode se s ciljem bolje i kvalitetnije promidžbe Rijeke kao cjelogodišnje turističke destinacije i s izabranim turističkim proizvodima.



### **Cilj aktivnosti:**

Unapređenje kvalitete prikupljanja destinacijskih informacija te njihova distribucija na što jednostavniji način. Pomaganje gospodarskim subjektima u distribuciji informacija o vlastitim proizvodima i događanjima.

### **Nositelji aktivnosti i partneri:**

TZGR (voditelj marketinga), Turističke zajednice Rijeke i Riječkog prstena

### **Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:**

150.000,00 kn

### **Rokovi realizacije aktivnosti:**

cjelogodišnji

### 3.9. Turističko-informativne aktivnosti

#### Turistički informativni centar (TIC)

Turistički informativni centar (TIC) na usluzi je stranim i domaćim turistima te građanima Rijeke gdje svatko tko želi može osobnim pristupom u razgovoru s djelatnicama TIC-a dobiti detaljne informacijama o gradu, preuzeti raznovrsne brošure, vodiče kao i ostale informativne materijale. TIC na adresi Korzo 14 obrađuje i distribuira informacije posjetiteljima i ostalim informativnim punktovima te opskrbljuje promidžbenim materijalima centralno skladište Hrvatske turističke zajednice. Temeljem zakonskih odredbi i aplikacije e-Visitor vodi popis turista radi kontrole naplate turističke pristojbe, turističke članarine i obrade podataka. U Turističkom informativnom centru se u ljetnom periodu zapošljavaju vanjski suradnici (studenti) koji s obzirom na cjelodnevni rad subotom i rad nedjeljom te veliki broj upita gostiju olakšavaju i ubrzavaju samo dobivanje potrebnih informacija.



Rashodi Turističkog informativnog centra pored rashoda za plaće radnika obuhvaćaju rashode najma prostora, rashode za komunalne i intelektualne usluge, uredski materijal, materijal za održavanje i energiju, financijske i ostale rashode neophodne za obavljanje djelatnosti te rashode nabavke osnovnih sredstava.

#### Info punkt Trsatski kaštel te pokretni info punktovi

Na Trsatskom kaštelu, jednoj od najstarijih fortifikacija u Hrvatskom primorju, smješten je izdvojeni Info punkt koji je također na usluzi stranim i domaćim turistima te građanima Rijeke tijekom cijele godine, a koji uz detaljne informacije o samom kaštelu nudi i informativne materijale o Rijeci.

Prilikom dolaska brodova na kružnim putovanjima u suradnji s Lučkom upravom Rijeka, Gradom Rijeka i Turističkom zajednicom Primorsko-goranske županije organizirat će se dodatni privremeni info punkt koji se nalazi odmah pored broda. Postava info punkta, ukoliko bude moguće, odnosno ukoliko to budu dopuštale epidemiološke mjere, ovisit će o razvoju pandemije uzrokovane Covid-19 virusom te broju dolaska brodova, čiji će se broj zasigurno mijenjati tijekom godine.

#### Turistička signalizacija

Bez obzira na razvoj novih tehnologija koje uvelike olakšavaju snalaženje gostiju u pojedinom gradu, turistička signalizacija sastavni je dio svakog grada koji želi olakšati snalaženje gostiju u prostoru. Turističku signalizaciju nalazimo u različitim varijantama, bilo da se radi o prepoznatljivoj smeđoj turističkoj signalizaciji koja služi za lakše snalaženje gostiju kada vozilom dolaze u grad te traže pojedini objekt, do signalizacije koja se može naći u obliku City lighta na kojem su opisani kulturno-povijesni spomenici, odnosno u obliku pješačke signalizacije koja olakšava kretanje gostiju koji samostalno pješke obilaze uži centar grada s ciljem upoznavanja kulturno-povijesnih spomenika.



Obzirom na otvaranje novih turističkih kapaciteta, posebno pritom misleći na Hilton Costabella Beach Resort&Spa Resort te određenom raskrižju koje vodi prema Trsatu i temeljem postojećeg izrađenog projekta „Projekta vođenja prometa turističkom i ostalom signalizacijom na području grada Rijeke“ nastavit će se s postavom prepoznatljive smeđe turističke signalizacije. Troškovi organizacije i provedbe predmetne aktivnosti uključuju izradu i postavljanje 4 nove table

smeđe signalizacije s pripadajućim nosivim stupovima, od čega se dvije table montiraju na postojeće stupove dok je za ostale dvije table potrebno izraditi i postaviti noseće stupove. Postava navedene signalizacije predviđena je do 30.6.2021. godine. Pored samog postavljanja nove turističke smeđe signalizacije, predložit će se model zajedničkog održavanja i kontroliranja postavljenih tabela u suradnji s Rijeka prometom d.o.o. Predviđeno je također tekuće održavanje i reparacija postavljenih tabli smeđe signalizacije. Dobro označeni objekti, odnosno dobro vođenje gostiju do određenih objekata preduvjet su zadovoljstva gosta prilikom dolaska u destinaciju.

Info City light vitrine u kojima se nalaze plakati s kulturno-povijesno-informativnim sadržajima nude gostima dodatne informacije u prostoru na licu mjesta. Iste su postavljene na raznim lokacijama na području centra grada i na području Trsata s ciljem što lakšeg snalaženja i informiranja gostiju prilikom razgleda grada. City lightovi održavaju se redovito. Njihova prenamjena ovisit će o izradi idejnog projekta pješačke signalizacije.

U suradnji s Odjelom gradske uprave za kulturu, usvojeno je novo vizualno rješenje pješačke signalizacije naziva „Strukture“ koje je izradila renomirana tvrtka Imago. Shodno usvojenom vizualnom rješenju za postavu pješačke signalizacije, a u suradnji s Odjelom gradske uprave za kulturu, Odjelom za urbanizam, Odjelom za komunalni sustav, Konzervatorskim uredom i vanjskom tvrtkom, izradit će se izvedbeni projekt za postavu novog, atraktivnijeg i modernijeg označavanja pješačke signalizacije u centru grada. Izrada izvedbenog projekta bit će potpomognuta sredstvima Grada Rijeke te eventualno sredstvima od strane Ministarstva kulture Republike Hrvatske što će ovisiti o rezultatima natječaja na koji smo se prijavili. Izrada izvedbenog projekta predviđena je do listopada 2021. godine.



**Cilj aktivnosti:** Pružanje informacija gostima i turistima neposrednim kontaktom uz omogućavanje lakšeg snalaženja u samoj destinaciji kako turistima tako i domicilnom stanovništvu, što dovodi do podizanja pozitivnog mišljenja i zadovoljstva posebno gosta, ali i domicilnog stanovništva prilikom boravka i obilaska grada.



**Nositelji aktivnosti i partneri:**

TZGR (voditelj informiranja i istraživanja tržišta)

**Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:**

933.000,00 kn

**Rokovi realizacije aktivnosti:**

cjelogodišnji



## 4. DESTINACIJSKI MENADŽMENT

### 4.1. Turistički informacijski sustavi i aplikacije / eVisitor

Sustav **eVisitor** služi prijavljivanju i odjavljivanju turista i prikupljanju i obradi podataka o pružateljima usluga smještaja te njihovim smještajnim objektima, a iznimno je važan za obračun i kontrolu naplate turističke pristojbe, kao i za obradu i analizu podataka za statistička izvješća u realnom vremenu te je dostupan besplatno svim korisnicima putem Interneta kao web aplikacija bez potrebe za instaliranjem na računalo.



Nadležna turistička zajednica obvezniku izdaje korisničke podatke i to korisničko ime, lozinku i TAN tablicu za korištenje sustava eVisitor.

Svi obveznici mogu se prijaviti u eVisitor sustav bez korištenja TAN liste. Ukoliko imaju neku od niže prihvaćenih vjerodajnica prijava u sustav je moguća odabirom opcije „Prijava putem NIAS-a (e-Građani).

Planiraju se aktivnosti edukacije korisnika sustava eVisitor i novih funkcija banke podataka sukladno mogućnostima održavanja na lokaciji ili alternativno kao online helpdesk. Za potrebe kvalitetnije distribucije destinacijskih informacija nastavljaju se aktivnosti digitalizacije podataka odnosno ažuriranja koje provodimo za potrebe banke podataka sukladno zakonskoj obvezi prikupljanja i ažuriranja te će se te aktivnosti unaprijediti nadogradnjama sustava s ciljem veće dostupnosti podataka i njihove distribucije s uključenim tzv. otvorenim podacima (open source). Iz tog razloga planiraju se dorade sustava koje će se provoditi tijekom godine i sve u skladu s EU direktivom o zaštiti osobnih podataka (GDPR) gdje svi korisnici odabiru da li žele biti na našim stranicama, da li žele biti na partnerskim stranicama i da li žele biti dio open source podataka dostupnih na našim stranicama i partnerski projektima i stranicama kao npr. stranice Hrvatske turističke zajednice, medijski zainteresiranim portalima ili projektu Rijeka Marketplace.

**Cilj aktivnosti:** Jednostavno prijavljivanje i odjavljivanje turista za davatelja usluge smještaja te kontrola naplate turističke pristojbe kao i obrada i analiza podataka za statistička izvješća u realnom vremenu od strane Turističke zajednice grada Rijeke. Unapređenje kvalitete prikupljanja destinacijskih informacija te njihova distribucija na što jednostavniji način.

**Nositelji aktivnosti i partneri:**

TZGR (voditelj marketinga, voditelj informiranja i istraživanja tržišta i informatori)

**Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:**

50.000,00 kn

**Rokovi realizacije aktivnosti:**

cjelogodišnji

## 4.2. Upravljanje kvalitetom u destinaciji

U suradnji s turističkim gospodarstvom i drugim zainteresiranim dionicima turističke ponude planiramo aktivnosti unapređenja turističke ponude. Glavna aktivnost koja će se provoditi s ciljem podizanja kvalitete ponude u destinaciji i postizanje sinergije javnog i privatnog sektora je kreiranje posebnog projekta dodane vrijednosti destinacije i partnera kroz turističku karticu. Implementacija se planira ne samo kod gostiju i sugrađana u destinaciji već i kao motiv ili dodana vrijednost prilikom rezervacija. Projekt će se planirati sukladno mogućnostima i interesu te provoditi u suradnji i s drugim partnerima odnosno destinacijama.

### **Cilj aktivnosti:**

Podizanje kvalitete destinacije i partnera te turističkih proizvoda. Kreiranje dodane vrijednosti kod rezervacija za destinaciju s ciljem motivacije. Bolja vidljivost informacija o destinaciji, gospodarskim subjektima, turističkim proizvodima i događanjima. Poboljšanje informiranja gostiju i sugrađana u destinaciji o destinaciji, turističkim proizvodima i događanjima.

### **Nositelji aktivnosti i partneri:**

TZGR (voditelj marketinga)

### **Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:**

70.000,00 kn

### **Rokovi realizacije aktivnosti:**

cjelogodišnji

## 4.3. Poticanje na uređenje destinacije

Hrvatska turistička zajednica pokrenula je u suradnji sa sustavom turističkih zajednica 2000. godine ekološko-edukativni projekt „Volim Hrvatsku“ u cilju poticanje uređenja i oplemenjivanja turističkog prostora/destinacija i okoliša, poboljšanja raznovrsnosti i kvalitete pojedinih elemenata i ukupne ponude turističkih destinacija, razvoja novih proizvoda u različitim segmentima turističke ponude, poticanja razvoja turističkih inicijativa i proizvoda na netradicionalnim i nerazvijenim turističkim područjima, poticanja novih kulturno-turističkih inicijativa i događanja, podizanja razine gostoljubivosti i stvaranja klime dobrodošlice te razvoj svijesti o značaju turizma za podizanje ukupne kvalitete življenja.

Projekt „Volim Hrvatsku“ provodi se na području Republike Hrvatske s ciljem podizanja opće razine kvalitete životnog prostora, očuvanja i unapređivanja turističkog prostora i zaštite okoliša.

U sklopu ovog projekta u suradnji s Gradom Rijekom i ugostiteljima na području grada poticat ćemo aktivnosti i sudjelovati u programima zaštite i uređenja te ozelenjivanja terasa ugostiteljskih objekata u gradu i zelenih površina na Trsatskom kaštelu, a sve kako bi se maksimalno pridonijelo boljem i ugodnijem boravku turista i atraktivnosti našeg grada. Nadalje, u cilju razvijanja i podizanja razine gostoljubivosti te stvaranja klime dobrodošlice, uključit ćemo se u projekt Hrvatske turističke zajednice „Čovjek - ključ uspjeha u turizmu, djelatnik godine“ te provesti izbor djelatnika godine prema zadanim kategorijama.

U cilju bolje vidljivosti akcije planiramo provedbu objedinjavanja planiranih aktivnosti kroz zajedničku promidžbu projekta prema Planu komunikacije uz prepoznatljivi logo projekta, kao i motivaciju potencijalnih sudionika kroz uvođenje poticajnih mjera i aktivnosti.

**Cilj aktivnosti:**

Promocija grada Rijeke kao turističke destinacije, poticanje i promoviranje potrebe uređenja grada i održavanja ekoloških akcija u organizaciji Grada Rijeke i samih građana. Promoviranje uređenja grada radi unapređenja vizualnog identiteta grada. Komunikacija sa svim uključenim subjektima i pripremanje kandidatura na natječaje Hrvatske turističke zajednice. Unapređenje kvalitete boravka gostiju.

**Nositelji aktivnosti i partneri:**

TZGR (voditelj razvoja proizvoda, voditelj marketinga, voditelj informiranja i istraživanja tržišta)

**Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:**

50.000,00 kn

**Rokovi realizacije aktivnosti:**

cjelogodišnji

## 5. ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA

### 5.1. Međunarodne strukovne i slične organizacije

Članstvom u odobrenim međunarodnim strukovnim organizacijama omogućava se korištenje internih banki podataka kao i edukacije članova i interna komunikacija po pitanju trenutnih stanja i analiza tržišta. Radi unapređenja kvalitete destinacije temeljem razmjene znanja i iskustava planira se nastaviti suradnja na međunarodnoj razini putem članstva u međunarodnim asocijacijama kao i članstvima u strukovnim udruženjima.

Preko članstva postavljamo dio analiza koje se provode te dobivamo i pristup tim istim analizama i usporedbama kao i pristup zatvorenim bankama podataka i analizama koje se provode za potrebe članova. Pripremljene analize se temelje na podacima koje članovi redovito dostavljaju i ažuriraju, a pripremljeni su od strane stručnjaka asocijacije i struke. Dodatno se članstvom pruža prilika za sudjelovanjem u zajedničkim promotivnim i drugim projektima koji se od strane asocijacija posebno potiču. Također se vrše i promidžbene aktivnosti destinacije i turističkih proizvoda među članovima asocijacija kao i kanalima asocijacija prema javnosti i posebno medijima.

Temeljem dosadašnjeg iskustva nastavlja se suradnja u slijedećim asocijacijama putem članstva i sudjelovanja u njihovim aktivnostima:

**1. Europsko udruženje turističkih gradova (ECM - European Cities Marketing) –** neprofitna udruga s ciljem unapređenja kompetitivnosti najvećih turističkih gradova Europe. Asocijacija pruža platformu za razne oblike turizma i razmjenu znanja, primjera dobre prakse i unapređenje komunikacije među članovima. Članovi asocijacije su turističke zajednice, kongresni uredi i gradske marketinške agencije. Planira se sudjelovanje na skupštini i sudjelovanje u radu i analizama trenutnog stanja.



**2. Europsko udruženje karnevalskih gradova (FECC)** – udruga organizatora karnevalskih događanja na području Europe (turističke zajednice, udruge, tvrtke, fizičke osobe i javne institucije). Asocijacija pored promidžbenih mogućnosti pruža izuzetnu mogućnost razmjene iskustava i karnevalskih grupa što je za nas kao organizatore Riječkog karnevala izuzetno bitno za održavanje i unapređenje kvalitete i organizacije. Planira se sudjelovanje na skupštini u Sloveniji i sudjelovanje u radu i analizama trenutnog stanja.

**3. SKÅL klub Kvarner** lokalna je strukovna organizacija koja osim na lokalnoj razini djeluje i kao dio odnosno član SKÅL International, organizacija turističkih menadžera koja broji oko 15.000 članova okupljenih u preko 500 klubova širom svijeta. U Hrvatskoj djeluje Udruga SKÅL International Croatia, a uz SKÅL Klub Kvarner, čiji su članovi profesionalci u turizmu Kvarnera (hotelijeri, agencije, turističke zajednice i drugi), postoji i još nekoliko drugih hrvatskih SKÅL klubova.

Planirani 81. svjetski SKÅL kongres koji se trebao održati u Opatiji i Rijeci u listopadu 2020. godine, nažalost uslijed pandemije Covid-19 virusa otkazan je. Radi nemogućnosti promjene termina u suradnji s partnerima kandidirali smo se opet za isti kongres u 2022. godini te smo ga uspješno i dobili. Očekuje se da bi kongresu na Kvarneru moglo prisustvovati oko 700 sudionika među kojima su mnogi vlasnici utjecajnih turističkih agencija i turoperatora.



**Cilj aktivnosti:**

Korištenje internih banki podataka za vlastitu analizu podataka i rezultata destinacije. Edukacija članova ovisno o temi asocijacije.

**Nositelji aktivnosti i partneri:**

TZGR (voditelj marketinga)

**Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:**

40.000,00 kn

**Rokovi realizacije aktivnosti:**

cjelogodišnji

## 5.2. Domaće strukovne i slične organizacije

Članstvom u domaćim strukovnim organizacijama omogućava se korištenje internih banki podataka kao i edukacije članova i interna komunikacija po pitanju trenutnih stanja i analiza tržišta. Radi unapređenja kvalitete destinacije temeljem razmjene znanja i iskustava planira se obnova članstva u definiranim domaćim strukovnim organizacijama.

Preko članstva postajemo dio analiza koje se provode te dobivamo i pristup tim istim analizama i usporedbama kao i pristup zatvorenim bankama podataka i analizama koje se provode za potrebe članova. Pripremljene analize se temelje na podacima koje članovi redovito dostavljaju i ažuriraju, a pripremljeni su od strane stručnjaka asocijacije i struke. Dodatno se članstvom pruža prilika za sudjelovanjem u zajedničkim promotivnim i drugim projektima koji se od strane asocijacija posebno potiču. Također se vrše i promidžbene aktivnosti destinacije i turističkih proizvoda među članovima asocijacija kao i kanalima asocijacija prema javnosti i posebno medijima.

Temeljem dosadašnjeg iskustva nastavlja se suradnja u slijedećim asocijacijama putem članstva i sudjelovanja u njihovim aktivnostima:



**1. Klaster zdravstvenog turizma Kvarnera** specijalizirani je klaster koji okuplja predstavnike iz medicinskog dijela ponude i turističkih predstavnika Kvarnera. Redovne aktivnosti za članove pored prezentacija i edukacija također uključuju i promidžbene aktivnosti Kvarnera kao destinacije za zdravstveni oblik turizma. Kvarner u tom posebnom dijelu ima izuzetan potencijal koji se svake godine prepoznaje od sve većeg broja turista koji ciljano biraju dolazak na ovu temu, a u tom dijelu Rijeka sa svojom ponudom zauzima značajan dio ponuđenih usluga.

**2. Hrvatska udruga karnevalskih gradova – HUK**, planira se nastavak sudjelovanja u radu jedine nacionalne strukovne asocijacije koja okuplja sve hrvatske karnevale te zastupa i promiče interese karnevala kao kulturne baštine i tradicije Hrvatske te sudjelovanje na godišnjoj skupštini.

### Cilj aktivnosti:

Korištenje internih banki podataka za vlastitu analizu podataka i rezultata destinacije. Edukacija članova ovisno o temi asocijacije.

### Nositelji aktivnosti i partneri:

TZGR (voditelj marketinga)

### Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:

26.000,00 kn

### Rokovi realizacije aktivnosti:

cjelogodišnji

## 6. ADMINISTRATIVNI RASHODI

### 6.1. Plaće

Turistički ured Turističke zajednice grada Rijeke obavlja stručne i administrativne poslove Turističke zajednice grada Rijeke sukladno Statutu Turističke zajednice grada Rijeke. Provodi sve poslove nužne za ostvarenje Programa rada Turističke zajednice grada Rijeke za 2021. godinu kao i aktivnosti vezane za izvršenje planiranih i zakonom propisanih zadaća.

Turistički ured obavlja osobito ove poslove:

- provodi zadatke utvrđene Programom rada Zajednice,
- obavlja stručne i administrativne poslove u vezi s pripremanjem sjednica tijela Zajednice,
- obavlja stručne i administrativne poslove u svezi s izradom i izvršavanjem akata tijela Zajednice,
- obavlja pravne, financijske i knjigovodstvene poslove, kadrovske i opće poslove utvrđene propisima i aktima Zajednice,
- izrađuje analize, informativne i druge materijale za potrebe tijela Zajednice
- daje tijelima Zajednice kao i drugim zainteresiranim stručna mišljenja o pitanjima iz djelokruga Zajednice,
- obavlja i druge poslove koje mu odrede tijela Zajednice.

Direktor Turističkog ureda zastupa Turističku zajednicu grada Rijeke, organizira i rukovodi radom i poslovanjem Zajednice, provodi odluke Turističkog vijeća i u granicama utvrđenih ovlasti odgovoran je za poslovanje i zakonitost rada Zajednice.

Također, Turistički ured Turističke zajednice grada Rijeke surađuje s Hrvatskom turističkom zajednicom, Turističkom zajednicom Primorsko-goranske županije, turističkim zajednicama gradova, općina i mjesta, Ministarstvom turizma, Primorsko - goranskom županijom, Gradom Rijeka, HGK Županijskom komorom Rijeka, hotelskim kućama, turističkim agencijama i drugima.

Rashodi za plaće djelatnika jednim dijelom terete rashode EU projekata.

#### **Nositelji aktivnosti i partneri:**

TZGR (direktor)

#### **Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:**

700.000,00 kn

#### **Rokovi realizacije aktivnosti:**

cjelogodišnji

### 6.2. Materijalni troškovi

Rashodi Turističkog ureda obuhvaćaju rashode za komunalne i intelektualne usluge, uredski materijal, materijal za održavanje i energiju, odvojene i javnobilježničke troškove stručnog usavršavanja zaposlenika, financijske i ostale rashode neophodne za obavljanje djelatnosti te rashode nabavke osnovnih sredstava.

**Nositelji aktivnosti i partneri:**

TZGR (direktor)

**Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:**

400.000,00 kn

**Rokovi realizacije aktivnosti:**

cjelogodišnji

### **6.3. Tijela Turističke zajednice**

Planiraju se rashodi za rad Skupštine i Turističkog vijeća. Rad članova tijela se ne honorira već se podmiruju samo troškovi djelovanja, kao što su zakup dvorane i drugo.

Skupština Turističke zajednice grada Rijeke planira sjednice na kojima će biti dati prijedlog godišnjeg izvješća o izvršenju programa rada Turističke zajednice grada Rijeke za 2020. godinu i Izvještaj u radu Turističkog vijeća, prijedlog godišnjeg Programa rada i Financijskog plana Turističke zajednice grada Rijeke za slijedeću godinu te će se odlučivati o drugim pitanjima koja proizlaze iz zadaća Zajednice.

Turističko vijeće Turističke zajednice grada Rijeke planira održavati sjednice sukladno propisanim zadaćama koje Turističko vijeće Turističke zajednice grada Rijeke mora obavljati u skladu sa Zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma.

**Nositelji aktivnosti i partneri:**

TZGR (direktor)

**Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:**

30.000,00 kn

**Rokovi realizacije aktivnosti:**

cjelogodišnji

### **6.4. Rashodi kredita**

Zbog smanjenja prihoda od turističke članarine i turističke pristojbe u 2020. godini, kao posljedica pandemije uzrokovane Covid-19 virusom, Turistička zajednica grada Rijeke se 2020. godine zadužila kod poslovne banke. Kredit u ukupnom iznosu od 2.000.000,00 kn otplaćuje se putem mjesečnih anuiteta s rokom povrata do 31.07.2023. godine. Zaduženje je realizirano u skladu sa Zakonom o dopunama Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (N.N. 42/20) prema kojem ukupna vrijednost obveza po osnovi zaduženja na godišnjoj razini smije prelaziti 10% financijskim planom predviđenih ukupnih prihoda.

U 2021. godini rashode kredita tereti kamata u iznosu od 70.000,00 kn.

**Nositelji aktivnosti i partneri:**

TZGR (direktor)

**Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:**

70.000,00 kn

**Rokovi realizacije aktivnosti:**

cjelogodišnji

**7. REZERVA**

Za potrebe osiguranja likvidnosti u izvanrednim okolnostima te financiranja neplaniranih aktivnosti planiraju se sredstva rezerve u iznosu od 300.000,00 kn. Navedena sredstva raspoređuju se temeljem odluke Turističkog vijeća na već planirane aktivnosti ili nove aktivnosti.

**Nositelji aktivnosti i partneri:**

TZGR (direktor)

**Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:**

300.000,00 kn

**Rokovi realizacije aktivnosti:**

cjelogodišnji

**C) PLAN ZADUŽIVANJA I OTPLATA**

S obzirom na posljedice pojave pandemije Covid-19 virusa u 2020. godini i neusklađenog priljeva sredstava s nastalim obvezama, Turistička zajednica grada Rijeke zadužila se kod poslovne banke - Erste&Steiermarkische banke u iznosu od 2.000.000,00 kn. Kredit je odobren na rok od 3 godine uz anuitetnu otplatu s dospijecem 30.06.2023. godine.

U 2021. godini dospijeva na naplatu ukupno 713.390,04 kn u mjesečnim ratama u iznosu od 59.449,17 kn.



**FINANCIJSKI PLAN**
**1. Plan prihoda**

		PRIHODI	Plan za 2021. (u kn)	udio %
1.		Izvorni prihodi	3.500.000,00	38,89
	1.1.	Turistička pristojba	1.000.000,00	11,11
	1.2.	Članarina	2.500.000,00	27,78
2.		Prihodi iz proračuna općine/grada/državnog	230.000,00	2,56
3.		Prihodi od sustava turističkih zajednica	800.000,00	8,89
4.		Prihodi iz EU fondova	1.900.000,00	21,11
5.		Prihodi od gospodarske djelatnosti	1.250.000,00	13,89
6.		Preneseni prihod iz prethodne godine	1.300.000,00	14,44
7.		Ostali prihodi	20.000,00	0,22
		<b>Ukupno</b>	<b>9.000.000,00</b>	<b>100,00</b>

**2. Plan rashoda**

		RASHODI	Plan za 2021. (u kn)	udio %
1.		ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE	570.000,00	6,33
	1.1.	Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata	500.000,00	5,56
	1.2.	Istraživanje i analiza tržišta	50.000,00	0,56
	1.3.	Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti	20.000,00	0,22
2.		RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA	4.667.000,00	51,86
	2.1.	Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda	300.000,00	3,33
	2.2.	Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda	50.000,00	0,56
	2.3.	Podrška razvoju turističkih događanja	1.600.000,00	17,78

	<b>2.3.1.</b>	<b>Riječki karneval</b>	200.000,00	2,22
	<b>2.3.2.</b>	<b>Rijeka Advent</b>	800.000,00	8,89
	<b>2.3.3.</b>	<b>Potpore projektima i manifestacijama</b>	600.000,00	6,67
	<b>2.4.</b>	<b>Turistička infrastruktura</b>	590.000,00	6,56
	<b>2.5.</b>	<b>EU projekti</b>	2.127.000,00	23,63
<b>3.</b>		<b>KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE</b>	<b>2.027.000,00</b>	<b>22,52</b>
	<b>3.1.</b>	<b>Oglašavanje turističke ponude i proizvoda</b>	350.000,00	3,89
	<b>3.2.</b>	<b>Odnosi s javnošću</b>	40.000,00	0,44
	<b>3.3.</b>	<b>Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice</b>	50.000,00	0,56
	<b>3.4.</b>	<b>Marketinške i poslovne suradnje</b>	225.000,00	2,50
	<b>3.5.</b>	<b>Suradnja s organizatorima putovanja</b>	79.000,00	0,88
	<b>3.6.</b>	<b>Kreiranje promotivnog materijala</b>	100.000,00	1,11
	<b>3.7.</b>	<b>Internetske stranice</b>	100.000,00	1,11
	<b>3.8.</b>	<b>Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka</b>	150.000,00	1,67
	<b>3.9.</b>	<b>Turističko-informativne aktivnosti</b>	933.000,00	10,37
<b>4.</b>		<b>DESTINACIJSKI MENADŽMENT</b>	<b>170.000,00</b>	<b>1,89</b>
	<b>4.1.</b>	<b>Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor</b>	50.000,00	0,56
	<b>4.2.</b>	<b>Upravljanje kvalitetom u destinaciji</b>	70.000,00	0,78
	<b>4.3.</b>	<b>Poticanje na uređenje destinacije</b>	50.000,00	0,56
<b>5.</b>		<b>ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA</b>	<b>66.000,00</b>	<b>0,73</b>
	<b>5.1.</b>	<b>Međunarodne strukovne i slične organizacije</b>	40.000,00	0,44
	<b>5.2.</b>	<b>Domaće strukovne i slične organizacije</b>	26.000,00	0,29

6.		<b>ADMINISTRATIVNI RASHODI</b>	1.200.000,00	13,33
	6.1.	Plaće	700.000,00	7,78
	6.2.	Materijalni troškovi	400.000,00	4,44
	6.3.	Tijela Turističke zajednice	30.000,00	0,33
	6.4.	Rashodi kredita	70.000,00	0,78
7.		<b>REZERVA</b>	300.000,00	3,33
<b>SVEUKUPNO</b>			<b>9.000.000,00</b>	<b>100,00</b>

Direktor:  
Petar Škarpa, dipl.oec.