



TZG RAB

IZVJEŠTAJ O RADU TZG RAB ZA RAZDOBLJE SIJEČANJ – RUJAN 2018.

OSTVARENJE I REBALANS PROGRAMA RADA I FINANCIJSKOG PLANA ZA 2018. GODINU

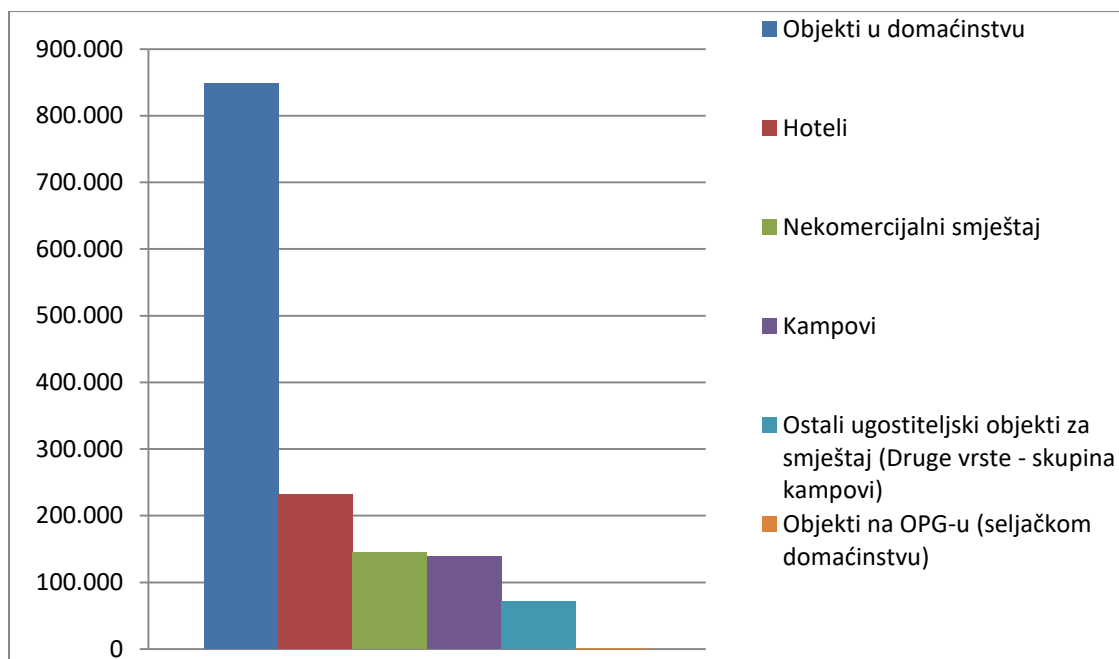
USVOJENO NA II. SJEDNICI TURISTIČKOG VIJEĆA TZG
RAB, 31.10.2018.

USVOJENO NA II. SJEDNICI SKUPŠTINE TZG RABA,
27.12.2018.

PROSINAC 2018.

**1. IZVJEŠĆE O TURISTIČKOM PROMETU U TZG RABA ZA RAZDOBLJE OD
01.01.2018. DO 30.09.2018. GODINE**

OPIS	KAPACITET	BR.TURISTA	Index 18/17.	BR.NOĆENJA	Index 18/17.	DANI POPUNJENJA 2018
HOTELI	1 842	42 204	100	213 478	98	116
Valamar Collection Imperial Hotel	206	6 287	81	29 511	79	143
Hotel Arbiana	53	1 554	82	5 541	91	105
Valamar Carolina Hotel	276	6 063	127	35 673	112	129
Eva Sunny Hotel	408	6 239	103	41 588	105	102
Hotel International	260	5 949	94	23 346	84	90
Hotel Istra	189	2 961	96	13 813	91	73
Valamar Padova Hotel	350	11 118	112	56 790	112	162
Pansion Tamaris	28	594	69	2 384	82	85
Hotel Villa Barbat	26	322	77	1 223	60	47
Integralni hotel Ville Arbia	46	1 117	95	3 609	89	79
TURISTIČKO NASELJE	315	2 916	101	21 981	100	70
App. Suha Punta Sunny Residence	195	1 478	97	11 805	99	61
Bung. Suha Punta Sunny Residence	80	917	104	6 399	103	80
Ville Carolina	40	521	109	3 777	97	94
KAMPOVI	1 717	20 816	110	142 627	106	83
Padova Camping Resort	1 500	18 255	108	127 546	104	85
Lando Resort	108	1 879	108	11 184	109	104
Kamp Planka	25	364	123	2 709	134	108
Kamp Sole	24	62	620	435	494	18
Kamp Wodenča	60	256	0	753	0	13
HOSTEL RAB	30	318	81	694	98	23
PRENOĆIŠTE	36	185	119	1 660	121	46
OBIT.SMJEŠTAJ	14 538	105 100	101	846 506	101	58
OBRTNICI I TVRTKE	1 087	9 299	122	64 762	101	60
NEKOMERCIJALN I SMJ.DOM.STA.	1 453	1 486	105	22 571	99	16
VIKENDAŠI	3 451	4 780	103	122 397	102	35
UKUPNO	24 469	187 104	103	1 436 676	101	59



U prvih devet mjeseci 2018. godine, u hotelima ostvareno dolazaka na razini prošle godine i 2% manje noćenja u odnosu na 2017. godinu. Turistička naselja ostvarila su 1% više dolazaka i noćenja na razini prošle godine. Kampovi su ove godine ostvarili 10% više dolazaka i 6% više noćenja. U hostelu je ove godine ostvareno 19% manje dolazaka i 2% manje noćenja u odnosu na lani. U prenoćištu je ostvareno 19% više dolazaka, te 21% više noćenja u odnosu na prošlu godinu. U obiteljskom smještaju bilježimo 1% više dolazaka i 1% više noćenja u odnosu na lani. Obrtnici i manje tvrtke ostvarili su 22% više dolazaka i 1% više noćenja. U nekomercijalnom smještaju domicilnog stanovništva ostvareno je 5% više dolazaka, a broj noćenja je smanjen za 1%. Ove godine je kod vlasnika vikendica ostvareno 3% više dolazaka i 2% više noćenja u odnosu na lani.

PREGLED BROJA OSTVARENIH NOĆENJA NA OTOKU RABU 2018.

TURISTIČKA ZAJEDNICA	OSTVARENA NOĆENJA
TZG RABA	1 436 676
TZ OPĆINE LOPAR	762 203
UKUPNO	2 198 879

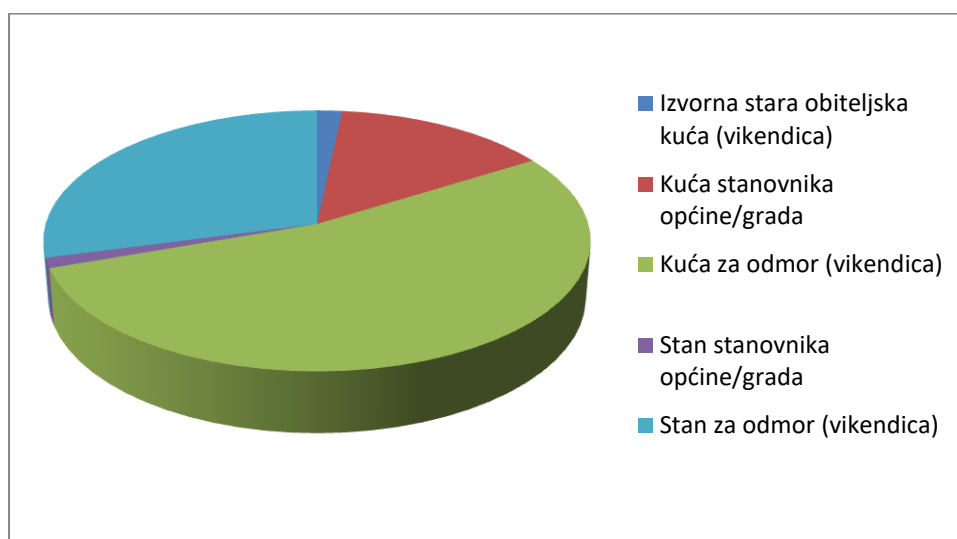
U prvih devet mjeseci 2018. godine, na otoku Rabu je ostvareno 1% više noćenja u odnosu na 2017. godinu.

NOĆENJA OSTVARENA PO MJESTIMA 01.01.2018.-30.09.2018.

MJESTO	OBITELJSKI SMJEŠTAJ PAUŠAL	OBRTNICI I TVRTKE	HOTELI, HOSTEL+ NASELJE	PRENOĆIŠTE	KAMP	NEKOMERCIJALNI SMJEŠTAJ	UKUPNO
BANJOL	201 262	23 326	60 399		127 546	37 344	449 877
BARBAT	196 768	5 245	1 223		753	53 473	257 462
KAMPOR	134 677	13 853	99 242		14 328	12 088	274 188
MUNDANIJE	13 712					2 612	16 324
PALIT	123 571	8 839	31 895			21 591	185 896
RAB	11 926	155	43 394	1 660		4 460	61 595
SUP.DRAGA	164 590	13 344				13 400	191 334
UKUPNO	846 506	64 762	236 153	1 660	142 627	144 968	1 436 676

NEKOMERCIJALNI SMJEŠTAJ 01.01. – 30.09.2018

Objekt Podvrsta objekta	Broj dolazaka	Broj dolazaka Indeks	Broj noćenja	Broj noćenja Indeks
Izvorna stara obiteljska kuća (vikendica)	120	86,00	2.401	77,00
Kuća stanovnika općine/grada	1.345	115,00	20.761	121,00
Kuća za odmor (vikendica)	3.112	98,00	76.701	98,00
Stan stanovnika općine/grada	141	162,00	1.810	116,00
Stan za odmor (vikendica)	1.548	108,00	43.295	105,00
	6.266	104,00	144.968	103,00



U nekomercijalnom smještaju ostvareno je 4% više dolazaka, a broj noćenja je povećan za 3% u odnosu na prošlu godinu.

KUĆE I STANOVI ZA ODMOR 2018.

Vlasnici kuća i stanova za odmor dužni su temeljem zakona o boravišnoj pristojbi u periodu od 1. siječnja do 31. prosinca prijaviti svoj boravak, boravak uže obitelji i prijatelja koji borave u tim kućama i stanovima za odmor.

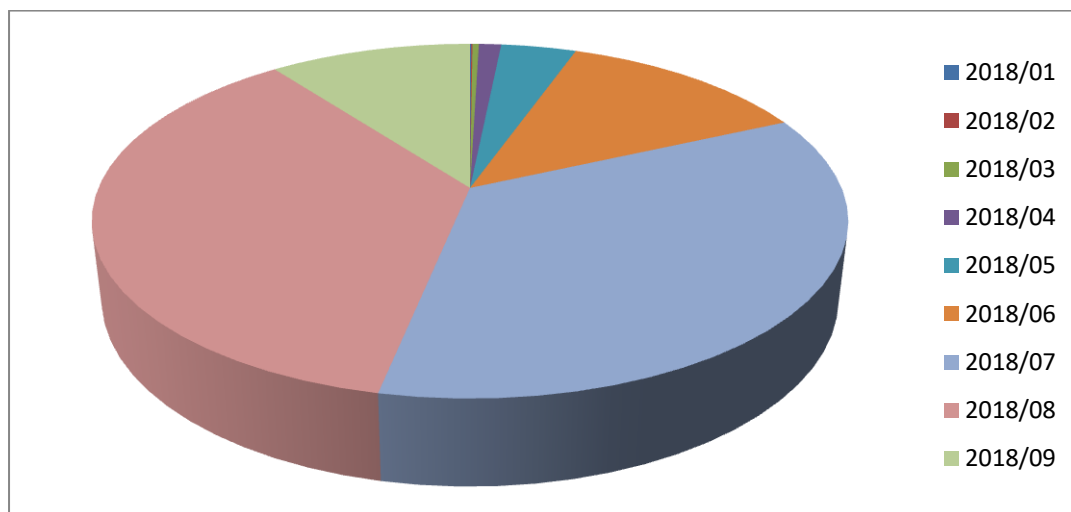
Za iste su dužni uredno platiti boravišnu pristojbu bilo po noćenju ili paušalu. Vlasnici kuća i stanova za odmor plaćaju boravišnu pristojbu paušalno u periodu od 15. lipnja do 15. rujna ili po smanjenom iznosu koji je odobren samo za njih. Za prijatelje koji borave u njihovim objektima obvezni su platiti punu cijenu boravišne pristojbe. Sva ova pravila primjenjuju se i na vlasnike kuća i stanova za odmor – strance.

**PREGLED BROJA TURISTA I OSTVARENIH NOĆENJA U NEKOMERCIJALNIM KAPACITETIMA
VIKENDAŠA PO MJESTIMA**

MJESTO	BROJ VIKENDICA	UKUPNO OSOBA	VLASNICI KUĆA I STANOVA ZA ODMOR (POVLAŠTENA CIJENA BP) - BROJ OSOBA	PRIJATELJI VLASNIKA KUĆA I STANOVA ZA ODMOR (PUNA CIJENA BP) - BROJ OSOBA	UKUPNO OSTVARENA NOĆENJA
BARBAT	328	1 650	1 106	544	46 605
BANJOL	201	1 242	844	398	31 407
PALIT	164	712	508	204	18 721
SUP. DRAGA	74	514	248	266	9 617
KAMPOR	85	462	311	151	10 312
RAB	31	133	101	32	3 687
MUNDANIJE	17	67	52	15	2 048
UKUPNO :	900	4 780	3 170	1 610	122 397
2017 g	845	4 593	3205	1388	120 536

TURISTIČKI PROMET PO MJESECIMA 2018.

Datum	Dolasci domaći	Dolasci strani	Dolasci ukupno	Noćenja domaći	Noćenja strani	Noćenja ukupno
2018/01	61	43	104	269	635	904
2018/02	79	28	107	533	365	898
2018/03	570	926	1.496	1.593	3.100	4.693
2018/04	821	3.718	4.539	2.563	13.857	16.420
2018/05	1.431	10.142	11.573	4.466	50.796	55.262
2018/06	3.505	25.458	28.963	20.090	163.769	183.859
2018/07	5.333	56.960	62.293	52.810	450.002	502.812
2018/08	4.713	54.707	59.420	59.286	464.146	523.432
2018/09	1.190	17.419	18.609	17.925	130.471	148.396
Ukupno:	17.703	169.401	187.104	159.535	1.277.141	1.436.676



TURISTIČKI PROMET PO DRŽAVAMA OD 01.01.2018. DO 30.09.2018.

Država	Dolasci	Usporedba dol.	Indeks	Noćenja	Usporedba noć.	Indeks
Njemačka	57.322	57.585	99,54	533.490	539.477	98,89
Austrija	25.310	24.422	103,64	163.259	157.475	103,67
Hrvatska	17.703	14.653	120,81	159.535	149.087	107,01
Italija	17.798	18.055	98,58	122.619	125.276	97,88
Slovenija	15.641	14.738	106,13	111.977	110.105	101,70
Mađarska	14.976	14.263	105,00	85.486	81.392	105,03
Češka	10.823	10.575	102,35	79.376	77.135	102,91
Poljska	5.237	5.892	88,88	40.510	44.437	91,16
Slovačka	5.781	5.869	98,50	40.293	40.979	98,33
Srbija	1.068	796	134,17	11.495	9.217	124,72
Švicarska	2.203	2.043	107,83	11.006	11.174	98,50
Bosna i Hercegovina	980	866	113,16	9.071	7.023	129,16
Belgija	1.160	1.272	91,19	8.919	8.669	102,88
Nizozemska	1.478	1.440	102,64	8.526	8.673	98,31
Rumunjska	1.303	1.364	95,53	8.079	8.683	93,04
Francuska	1.700	1.675	101,49	6.402	6.030	106,17
Ujed. Kraljevina	1.252	1.442	86,82	6.043	7.011	86,19
Švedska	525	607	86,49	3.672	3.687	99,59
Rusija	419	373	112,33	3.349	2.805	119,39
Ukrajina	386	297	129,97	3.012	2.210	136,29
Danska	407	359	113,37	2.687	2.462	109,14
Australija	421	446	94,39	2.379	2.299	103,48
SAD	556	528	105,30	2.043	1.658	123,22
Makedonija	197	182	108,24	2.039	2.074	98,31
Ostale afričke zemlje	237	344	68,90	1.309	2.004	65,32
Ostale eu.zemlje	238	119	200,00	980	591	165,82
Norveška	149	191	78,01	873	2.029	43,03
Kanada	250	207	120,77	846	789	107,22
Ostale zemlje Južne i Srednje Amerike	137	138	99,28	666	554	120,22
Bjelorusija	59	40	147,50	644	364	176,92
Španjolska	210	300	70,00	553	932	59,33
Litva	87	103	84,47	495	516	95,93
Bugarska	68	40	170,00	457	479	95,41
Turska	82	48	170,83	451	279	161,65
Kazahstan	53	68	77,94	429	523	82,03
Ostale azijske zemlje	71	100	71,00	423	585	72,31
Finska	88	98	89,80	359	344	104,36
Kina	80	71	112,68	264	132	200,00
Irska	81	91	89,01	248	580	42,76
Letonija	55	56	98,21	236	223	105,83
Luksemburg	44	38	115,79	219	97	225,77
Portugal	40	38	105,26	199	148	134,46
Brazil	27	46	58,70	173	201	86,07

Izrael	67	33	203,03	170	74	229,73
Estonija	46	55	83,64	147	239	61,51
Argentina	32	19	168,42	122	80	152,50
Albanija	19	12	158,33	107	90	118,89
Grčka	17	26	65,38	106	142	74,65
Novi Zeland	28	61	45,90	97	196	49,49
Ost.zem.Oceanij	19	19	100,00	95	145	65,52
Tajland	22	24	91,67	80	146	54,79
Lihtenštajn	16	8	200,00	63	65	96,92
Crna Gora	9	19	47,37	60	65	92,31
Kosovo	7	34	20,59	58	247	23,48
Južnoafrička Republika	16	30	53,33	55	218	25,23
Koreja,Republika	13	13	100,00	54	18	300,00
Ostale zemlje Sj.Amerike	11	11	100,00	52	70	74,29
Japan	11	37	29,73	47	108	43,52
Indija	16	10	160,00	42	35	120,00
Ujedinjeni Arapski Emirati	8	6	133,33	39	9	433,33
Čile	10	10	100,00	38	46	82,61
Maroko	6	13	46,15	35	60	58,33
Makao, Kina	3	2	150,00	30	8	375,00
Hong Kong, Kina	6	9	66,67	23	25	92,00
Meksiko	5	20	25,00	23	61	37,70
Oman	7	1	700,00	20	1	2.000,00
Island	6	2	300,00	15	15	100,00
Tajvan, Kina	1	2	50,00	5	5	100,00
Indonezija	1	1	100,00	2	6	33,33
Cipar	0	3	0,00	0	6	0,00
Jordan	0	0	0,00	0	0	0,00
Katar	0	0	0,00	0	0	0,00
Kuvajt	0	0	0,00	0	0	0,00
Malta	0	1	0,00	0	3	0,00
Strani turisti:	169.401	167.706	101,01	1.277.141	1.273.504	100,29
Domaći turisti:	17.703	14.653	120,81	159.535	149.087	107,01
UKUPNO:	187.104	182.359	102,60	1.436.676	1.422.591	100,99

TURISTIČKA ČLANARINA – Raspodjela prihoda po korisnicima 01.01.-30.09.2018.

Korisnik	Iznos
100 prolazni račun	682.849,67
200 TZ općine/grada	397.281,67
300 TZ županije	61.115,98
400 Hrvatska turistička zajednica	152.751,16
500 Porezna uprava (troškovi vođenja računa)	20.485,89
600 HTZ potpore nerazvijenim TZ	51.214,97

BORAVIŠNA PRISTOJBA – raspodjela po korisnicima 01.01. – 30.09.2018.

KORISNIK	IZNOS
Prolazni račun	6.340.866,2400
Crveni križ (1%)	63.408,6624
Programi i projekti na turistički nerazvijenim područjima (2,50%)	158.521,6560
HTZ (24,13%)	1.529.733,9803
TZ Županije (9,65%)	611.893,5922
TZ općine/grada (43,905)	2.783.957,3227
Općine i gradovi (18,82)	1.193.351,0264

**IZVJEŠĆE O NAPLATI BORAVIŠNE PRISTOJBE ZA RAZDOBLJE OD 1. SIJEČNJA
2018. DO 30. RUJNA 2018. GODINE (u kunama)**

Turistička zajednica	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	Dospjeli dug	Necospjeli dug
	Ukupan iznos obveze BP u 2018. godini	Uplaćen iznos BP za 2018.	Pretplata 2017	Dug za 2018	Dug BP iz razdoblja prije 2018.	Uplaćen dug BP iz razdoblja prije 2017.	Ostatak duga BP iz razdoblja prije 2017.	Pretplata 2018	Ukupan uplata u 2018	Ukupan dug do 30.09.2018		
1												
HOTELI IMPERIAL DO	1.928.611,00	1.822.168,00	-	106.443,00	9.259,25	9.259,25	-	-	1.831.427,25	106.443,00		106.443,00
ARBIANA D.O.O.	38.194,00	34.426,00	-	3.768,00	-	-	-	-	34.426,00	3.768,00		3.768,00
CILIKA D.O.O.	98.781,00	91.098,50	1.550,50	6.132,00	-	-	-	-	91.098,50	6.132,00		6.132,00
HOTELI RAB D.O.O.	157.472,00	124.944,00	-	32.528,00	-	-	-	-	124.944,00	32.528,00		32.528,00
BARBAT-IMPERIAL D.O.O.	9.216,00	8.604,00	612,00	-	-	-	-	1.327,00	9.931,00	-		-
MARKEL D.O.O.	23.132,00	22.722,00	-	410,00	192,50	192,50	-	-	22.914,50	410,00		410,00
RAKA D.O.O. / Pansion Tamaris	17.223,00	12.363,50	2.687,50	2.172,00	-	-	-	-	12.363,50	2.172,00		2.172,00
PRENOĆIŠTE RUBER INOVACIJA	10.272,00	10.272,00	-	-	-	-	-	-	10.272,00	-		-
STAR TURIST D.O.O.	112.600,00	96.847,00	-	15.753,00	-	-	-	-	96.847,00	15.753,00		15.753,00
NEKOMERCIJALNI SMJEŠTAJ	169.748,60	147.212,62	9.079,92	13.456,06	10.788,39	6.809,01	3.979,38	-	154.021,63	17.435,44		17.435,44
OBRTNICI I MANJE TVRKE	350.240,00	297.440,25	898,22	51.901,53	41.065,75	2.772,50	38.293,25	537,50	300.750,25	90.194,78		19.901,20
IZNAMLJIVAČI PO PAUŠALU	4.326.470,02	3.568.397,52	27.868,08	730.204,42	272.705,10	76.800,22	195.904,88	4.720,00	3.649.917,74	926.109,30		926.109,30
KAMATE PO OVRSI	2.290,29	924,37	-	1.365,92	3.228,12	840,21	2.387,91	188,29	1.952,87	3.753,83		3.753,83
UKUPNO	7.244.249,91	6.237.419,76	42.696,22	964.133,93	337.239,11	96.673,69	240.565,42	6.772,79	6.340.866,24	1.204.699,35	1.017.592,15	187.107,20

IZVJEŠTAJ O PRODANOM PROMIDŽBENOM MATERIJALU U PRVIH DEVET MJESECI 2018. GODINE

STANJE BICIKLISTIČKIH KARATA NA DAN 30.09.2018

STANJE NA DAN 01.01.2018.	488 kom	19 520,00 kn
PRODANO do 30.09.2018.	397 kom	15 880,00 kn
STANJE na dan 30.09.2018..	91 kom	3 640,00 kn

STANJE RAPSKIH KIŠOBRANA NA DAN 30.09.2018.

STANJE NA DAN 01.01.2018.	17 kom	3 230,00 kn
PRODANO do 30.09.2018.	12 kom	2 280,00 kn
STANJE na dan 30.09.2018..	5 kom	950,00 kn

Izradila: Dragana Buza, informator

A.) PRIHODI

Prema financijskom izvješću za prvih devet mjeseci 2018. godine, TZG Raba je ostvarila 4 876 740,96 kuna, dok se rebalansom predviđa ostvariti 6.474.656,33 kuna, ili 8% manje u odnosu na plan. Planira se ostvariti prihod iz boravišne pristojbe prema programu rada te 18% više prihoda iz turističke članarine.

S obzirom da se nije ostvario projekt Rab – grad mjuzikla, utoliko se nisu ostvarila ni sufinanciranja predviđena za taj projekt, kao ni sponzorstva. Valja napomenuti da su se vezano za prihode ostvarila sufinanciranja od HTZ-a za Rabsku fjeru u iznosu od 200.000,00 kuna, za Kantune 10.000,00 kuna, Big 4 MTB UCI 20.000,00 kuna, UWPM Cup 20.000,00, od Grada Raba za Big 4 MTB UCI 30.000,00 kuna te od PBZ-a 30.000,00 kuna za Rabsku fjeru.

R.B.	PRIHODI PO VRSTAMA	PLAN 2018.	UDIO	OSTVAREN O I-IX/2018	REBALANS 2018.	UDIO	INDEKS 6/3
1	2	3	4	5	6	7	8
1.	Prihodi od boravišne pristojbe	4.870.000,00	70,26	4.011.352,65	4.900.000,00	73,67	100,62
1.1.	boravišna pristojba tekuća godina	4.700.000,00	67,81	3.915.521,98	4.700.000,00	70,66	100,00
1.2.	boravišna pristojba prethodne godine	100.000,00	1,44	59.172,40	100.000,00	1,50	100,00
1.3.	boravišna pristojba plovni objekti	70.000,00	1,01	36.658,27	100.000,00	1,50	142,86
2.	Prihodi od turističke članarine	550.000,00	7,94	399.304,51	650.000,00	9,77	118,18
3.	Prihodi od donacija iz proračuna	100.000,00	1,44	0,00	200.000,00	3,01	200,00
3.1.	prihodi iz državnog proračuna	100.000,00	1,44	0,00	100.000,00	1,50	100,00
3.2.	prihodi iz županijskog proračuna	0	0	0	100.000,00	1,50	/
4.	Prijenos prihoda prethodne godine	0,00	0,00	0,00	-176.669,19	0,00	/
5.	Ostali nespomenuti prihodi	1.131.000,00	16,32	446.333,05	879.234,77	13,22	77,74
5.1.	sufinanciranje sajмова i prezentacija	30.000,00	0,43	30.438,34	100.000,00	1,50	333,33
5.2.	sufinanciranje PR-a, novinara	55.000,00	0,79	344,00	100.000,00	1,50	181,82
5.3.	ufinanciranje manifestacija	750.000,00	10,82	310.000,00	320.000,00	4,81	42,67
5.4.	sufinanciranje tiskanog materijala	60.000,00	0,87	0,00	90.000,00	1,35	150,00
5.5.	ostali prihodi	21.000,00	0,30	949,96	1.000,00	0,02	4,76
5.6.	refundacija HTZ-a (e-nautika, put.nal.)	115.000,00	1,66	94.491,28	106.734,77	1,60	92,81
5.7.	sufinanciranje udruženog oglašavanja	100.000,00	1,44	5.000,00	152.000,00	2,29	152,00
5.8.	ostali prihodi	0,00	0,00	2.101,11	2.500,00	0,04	/

5.8.0.	kamate i teč.razlike	0,00	0,00	876,17	1.000,00	0,02	/
5.8.1.	kamate-b.p.	0,00	0,00	1.224,94	1.500,00	0,02	/
5.9.	ostali prihodi-otpis obveza za dop.	0,00	0,00	3.008,36	4.500,00	0,07	/
6.	Prihodi od pružanja usluga	280.000,00	4,04	19.750,75	22.090,75	0,33	7,89
6.1.	Prihodi od oglašavanja, sponzorstva	250.000,00	3,61	0,00	0,00	0,00	0,00
6.2.	Prihodi od prodaje biciklističke karte	20.000,00	0,29	16.070,00	18.000,00	0,27	90,00
6.3.	Prihodi od prodaje rapskog kišobrana	10.000,00	0,14	2.090,00	2.500,00	0,04	25,00
6.4.	otpis obveza	0,00	0,00	1.590,75	1.590,75	0,02	/
	UKUPNO	6.931.000,00	100,00	4.876.740,96	6.474.656,33	91,72	91,72

U prvih devet mjeseci, plan prihoda ostvaren je u postotku od 75%, što je realan rezultat poslovanja.

B.) RASHODI

R.B.	RASHODI PO VRSTAMA	PLAN 2018.	UDIO	OSTVARENO I-IX/2018	REBALANS 2018.	UDIO	INDEKS 6/3
1	2	3	4	5	6	7	8
I.	ADMINISTRATIVNI RASHODI	1.752.000,00	25,02	1.348.545,49	1.823.337,96	27,44	104
1.	RASHODI ZA RADNIKE	1.390.000,00	19,85	984.073,59	1.430.337,96	21,53	103
1.1.	ured	756.000,00	10,80	499.253,82	825.119,64	12,42	109
1.2.	TIC	520.000,00	7,43	382.304,20	498.483,55	7,50	96
1.3.	e-nautika	114.000,00	1,63	102.515,57	106.734,77	1,61	94
2.	RASHODI UREDA, TIC-A, E-NAUTIKA	340.000,00	4,86	362.036,90	384.000,00	5,78	113
2.1.	ured	200.000,00	2,86	266.014,66	280.000,00	4,21	140
2.2.	TIC	131.000,00	1,87	88.598,24	95.000,00	1,43	73
2.3.	e-nautika	9.000,00	0,13	7.424,00	9.000,00	0,14	100
3.	RASHODI ZA RAD TIJELA TZG	22.000,00	0,31	2.435,00	9.000,00	0,14	41
3.1.	Skupština	15.000,00	0,21	2.325,00	5.000,00	0,08	33
3.2.	Turističko vijeće	5.000,00	0,07	110,00	2.000,00	0,03	40
3.3.	Nadzorni odbor	2.000,00	0,03	0,00	2.000,00	0,03	100
II.	DIZAJN VRIJEDNOSTI	1.926.004,00	27,50	1.209.450,95	1.471.932,31	22,15	76
1.	POTICANJE I SUDJELOVANJE U UREĐENJU GRADA	35.000,00	0,50	1.100,00	2.000,00	0,03	6
1.1.	Projekt Volim Hrvatsku	35.000,00	0,50	1.100,00	2.000,00	0,03	6
1.1.1.	Više cvijeća manje smeća	15.000,00	0,21	1.100,00	2.000,00	0,03	13

1.1.2.	Akcije čišćenja podmorja	10.000,00	0,14	0,00	10.000,00	0,15	100
1.1.3.	Uređenje mjesta / plaža	10.000,00	0,14	0,00	0,00	0,00	0
2.	MANIFESTACIJE	1.776.004,00	25,36	1.192.429,95	1.430.307,31	21,53	81
2.1.	Kulturno-zabavne	1.000.004,00	14,28	567.975,43	766.475,43	11,54	77
2.1.1.	17. Rabska fjera	200.000,00	2,86	399.819,08	399.819,08	6,02	200
2.1.2.	Kantuni	100.000,00	1,43	26.951,40	176.951,40	2,66	177
2.1.3.	Rab grad mjuzikla	500.000,00	7,14	0,00	10.000,00	0,15	2
2.1.4.	Rapske viteške igre	20.000,00	0,29	0,00	20.000,00	0,30	100
2.1.5.	Rapske glazbene večeri	30.000,00	0,43	30.000,00	30.000,00	0,45	100
2.1.6.	Nastupi klapa	20.000,00	0,29	21.500,00	20.000,00	0,30	100
2.1.7.	Nastupi folklor	20.000,00	0,29	20.000,00	20.000,00	0,30	100
2.1.8.	Nastupi limene glazbe	20.000,00	0,29	0,00	20.000,00	0,30	100
2.1.9.	Rapsko likovno ljet	10.000,00	0,14	10.000,00	10.000,00	0,15	100
2.1.10	50.Obljetnica San Marino	80.000,00	1,14	59.704,95	59.704,95	0,90	75
2.2.	Manifestacije u PPS projektu	338.000,00	4,83	341.716,60	369.955,20	5,57	109
2.2.1.	Utrka MTB	20.000,00	0,29	20.300,00	20.300,00	0,31	102
2.2.2.	Triatlon	10.000,00	0,14	0,00	10.000,00	0,15	100
2.2.3.	Trekking	10.000,00	0,14	761,40	11.000,00	0,17	110
2.2.4.	Udičarenje	5.000,00	0,07	0,00	5.000,00	0,08	100
2.2.5.	Kup u podvodnom ribolovu	3.000,00	0,04	0,00	3.000,00	0,05	100
2.2.6.	1. Rapska fešta od rožic	15.000,00	0,21	12.500,00	12.500,00	0,19	83
2.2.7.	Bike utrka 4 ZVONIKA	100.000,00	1,43	168.410,78	168.410,78	2,53	168
2.2.8.	MTB MARATHON RAB	75.000,00	1,07	18.239,00	18.239,00	0,27	24
2.2.9.	Underwater Photo Marathon	100.000,00	1,43	121.505,42	121.505,42	1,83	122
2.3.	Eko-gastro manifestacije u PPS projektu	290.000,00	4,14	195.520,35	195.520,35	2,94	67
2.3.1.	Kanata - Rapski okusi i mirisi	90.000,00	1,29	93.442,42	93.442,42	1,41	104
2.3.2.	Dani šparoga	35.000,00	0,50	4.088,63	4.088,63	0,06	12
2.3.3.	Festival rapske janjetine	35.000,00	0,50	39.716,42	39.716,42	0,60	113
2.3.4.	Dani maslinovog ulja	15.000,00	0,21	0,00	0,00	0,00	0
2.3.5.	Uskrs na Rabu	35.000,00	0,50	26.922,88	26.922,88	0,41	77
2.3.6.	Mirisi i okusi Raba(Stari Varoš)	20.000,00	0,29	31.350,00	31.350,00	0,47	157
2.3.7.	Dani jadranske lignje	30.000,00	0,43	0,00	0,00	0,00	0
2.3.8.	Dani plave ribe	30.000,00	0,43	0,00	0,00	0,00	0
2.4.	Ostale manifestacije	100.000,00	1,43	54.986,24	65.000,00	0,98	65
2.4.1.	Božić	20.000,00	0,29	7.338,02	10.000,00	0,15	50
2.4.2.	Nova godina	50.000,00	0,71	23.936,15	30.000,00	0,45	60
2.4.3.	Ostale manifestacije	30.000,00	0,43	23.712,07	25.000,00	0,38	83

2.5.	Potpore manifestacijama (suorganizacija s drugim subjektima te donacije drugima za manifest.)	38.000,00	0,54	30.356,33	30.356,33	0,46	80
2.5.1.	Tradicijska i kult. događ.u mjestima	20.000,00	0,29	20.220,60	20.220,60	0,30	101
2.5.2.	Križi	3.000,00	0,04	0,00	0,00	0,00	0
2.5.3.	Trudnice imaju prednost	1.000,00	0,01	0,00	0,00	0,00	0
2.5.4.	Getout	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	/
2.5.5.	Padobranski skokovi	4.000,00	0,06	0,00	0,00	0,00	0
2.5.6.	Znanstveno struč. Skup "Lječil.turizam i prirodni ljekoviti činitelji	10.000,00	0,14	10.135,73	10.135,73	0,15	101
2.6.	Troškovi ZAMP-a	10.000,00	0,14	1.875,00	3.000,00	0,05	30
3.	DMO	55.000,00	0,79	0,00	25.000,00	0,38	45
3.1.	DBM	30.000,00	0,43	0,00	0,00	0,00	0
3.2.	Mistry guest	20.000,00	0,29	0,00	20.000,00	0,30	100
3.3.	Kvarner family	5.000,00	0,07	0,00	5.000,00	0,08	100
4.	POTPORA RAZVOJU DMO-A	60.000,00	0,86	15.921,00	14.625,00	0,22	24
4.1.	Projekt PPS Hrvatska 365	20.000,00	0,29	1.296,00	0,00	0,00	0
4.1.1.	Provođenje PPS projekta	10.000,00	0,14	0,00	0,00	0,00	0
4.1.2.	Potpura autobuserima	10.000,00	0,14	0,00	0,00	0,00	0
4.2.	Mobilni vodič	20.000,00	0,29	14.625,00	14.625,00	0,22	73
4.3.	Projekti EU fondova	20.000,00	0,29	0,00	0,00	0,00	0
III.	KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI	1.390.000,00	19,85	1.245.664,24	1.363.297,18	20,52	98
1.	ONLINE KOMUNIKACIJE	505.000,00	7,21	329.634,79	350.000,00	5,27	69
1.1.	Internet oglašavanje	290.000,00	4,14	220.934,63	230.000,00	3,46	79
1.2.	Internet stranice i upravljanje Internet stranicama	215.000,00	3,07	108.700,16	120.000,00	1,81	56
1.2.1.	Održavanje i redizajn internet stranica	100.000,00	1,43	38.580,54	40.000,00	0,60	40
1.2.2.	Sed panorama	25.000,00	0,36	0,00	0,00	0,00	0
1.2.3.	Društvene mreže	90.000,00	1,29	70.119,62	80.000,00	1,20	89
2.	OFFLINE KOMUNIKACIJE	855.000,00	12,21	916.029,45	1.013.297,18	15,25	119
2.1.	Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora - Udruženo oglašavanje	110.000,00	1,57	77.657,29	100.000,00	1,50	91
2.1.1.	Imperial d.d. Rab	90.000,00	1,29	68.898,93	90.000,00	1,35	100
2.1.2.	Starturist d.o.o. Karlovac	10.000,00	0,14	4.479,65	5.000,00	0,08	50
2.1.3.	Ostalo	10.000,00	0,14	4.278,71	5.000,00	0,08	50
2.2.	Opće oglašavanje (Oglašavanje u tisku, TV oglašavanje...)	100.000,00	1,43	312.004,80	312.004,80	4,70	312

2.3.	Avio oglašavanje TZPGŽ	56.000,00	0,80	84.945,00	84.945,00	1,28	152
2.4.	PR agenture	202.000,00	2,88	214.718,73	236.925,00	3,57	117
2.4.1.	PR Nizozemska	45.000,00	0,64	33.955,03	40.000,00	0,60	89
2.4.2.	TZPGŽ (sufinanc. DE,GB,IT,SLO)	22.000,00	0,31	20.750,00	20.750,00	0,31	94
2.4.3.	PR mediji - HR	30.000,00	0,43	73.618,75	80.000,00	1,20	267
2.4.4.	PR Njemačka	40.000,00	0,57	75.046,32	80.000,00	1,20	200
2.4.5.	PR mediji - SLO	20.000,00	0,29	10.173,63	15.000,00	0,23	75
2.4.6.	PR mediji -IT	45.000,00	0,64	1.175,00	1.175,00	0,02	3
2.5.	Brošure i ostali tiskani materijali	247.000,00	3,53	124.341,75	175.541,75	2,64	71
2.5.1.	Imidž brošura Rab	80.000,00	1,14	0,00	50.000,00	0,75	63
2.5.2.	Rab experience brošura	60.000,00	0,86	57.625,00	57.625,00	0,87	96
2.5.3.	Info karta grada Raba	42.000,00	0,60	42.531,25	42.531,25	0,64	101
2.5.4.	Letci i separati	5.000,00	0,07	1.708,00	1.708,00	0,03	34
2.5.5.	Biciklistička karta otoka	20.000,00	0,29	14.800,00	16.000,00	0,24	80
2.5.6.	Kalendar događanja	20.000,00	0,29	7.677,50	7.677,50	0,12	38
2.5.7.	Kvarner magazin	20.000,00	0,29	0,00	0,00	0,00	0
2.6.	Suveniri i promo materijali	70.000,00	1,00	33.549,38	33.693,13	0,51	48
2.6.1.	Suveniri	10.000,00	0,14	356,25	500,00	0,01	5
2.6.2.	Banneri i zastave	20.000,00	0,29	6.587,50	6.587,50	0,10	33
2.6.3.	Vrećice Rab	20.000,00	0,29	20.793,13	20.793,13	0,31	104
2.6.4.	Rapski kišobran	20.000,00	0,29	5.812,50	5.812,50	0,09	29
2.7.	Turistička signalizacija	70.000,00	1,00	68.812,50	70.187,50	1,06	100
2.7.1.	Info kiosk	30.000,00	0,43	9.625,00	11.000,00	0,17	37
2.7.2.	City light	30.000,00	0,43	0,00	0,00	0,00	0
2.7.3.	Ostala turistička signalizacija	10.000,00	0,14	59.187,50	59.187,50	0,89	592
3.	SMEĐA SIGNALIZACIJA	30.000,00	0,43	0,00	0,00	0,00	0
IV.	DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI	400.000,00	5,71	408.965,25	432.196,65	6,50	108
1.	SAJMOVI	133.000,00	1,90	171.901,14	171.901,14	2,59	129
1.1.	Beč, Austrija	25.000,00	0,36	20.194,05	20.194,05	0,30	81
1.2.	Stuttgart, Njemačka	25.000,00	0,36	40.559,35	40.559,35	0,61	162
1.3.	Muenchen, Njemačka	15.000,00	0,21	21.923,15	21.923,15	0,33	146
1.4.	Nuenberg, Njemačka	20.000,00	0,29	20.919,75	20.919,75	0,31	105
1.5.	Padova, Italija	25.000,00	0,36	0,00	0,00	0,00	0
1.6.	Berlin, Njemačka	23.000,00	0,33	47.676,78	47.676,78	0,72	207
1.7.	Essen, Njemačka	0,00	0,00	5.271,47	5.271,47	0,08	/
1.8.	Firenza	0,00	0,00	15.356,59	15.356,59	0,23	/
2.	STUDIJSKA PUTOVANJA	115.000,00	1,64	133.491,29	145.000,00	2,18	126
2.1.	Novinari	100.000,00	1,43	121.885,59	130.000,00	1,96	130

2.2.	Agenti	15.000,00	0,21	11.605,70	15.000,00	0,23	100
3.	POSEBNE PREZENTACIJE	147.000,00	2,10	101.887,95	113.295,51	1,71	77
3.1.	Švedska	30.000,00	0,43	0,00	0,00	0,00	0
3.2.	Hrvatska	10.000,00	0,14	1.234,94	10.000,00	0,15	100
3.3.	Slovenija	15.000,00	0,21	0,00	0,00	0,00	0
3.4.	Njemačka	15.000,00	0,21	46.300,87	46.300,87	0,70	309
3.5.	Italija	20.000,00	0,29	36.494,64	36.494,64	0,55	182
3.6.	Grad prijatelj - Koenigsbrunn	7.000,00	0,10	267,70	500,00	0,01	7
3.7.	Grad prijatelj -San Marino	50.000,00	0,71	17.589,80	20.000,00	0,30	40
4.	DISTRIBUCIJA MATERIJALA I NAJAM SKLADIŠTA	5.000,00	0,07	1.684,87	2.000,00	0,03	40
V.	INTERNI MARKETING	85.000,00	1,21	53.626,46	83.000,00	1,25	98
1.	EDUKACIJA	25.000,00	0,36	11.300,00	15.000,00	0,23	60
2.	KOORDINACIJA SUBJEKATA KOJI SU NEPOSREDNO ILI POSREDNO UKLJUČENI U TURISTIČKI PROMET	15.000,00	0,21	9.092,96	15.000,00	0,23	100
3.	NAGRADE I PRIZNANJA	45.000,00	0,64	33.233,50	53.000,00	0,80	118
3.1.	Volim Hrvatsku DHT	15.000,00	0,21	3.182,00	20.000,00	0,30	133
3.2.	Dugogodišnji gosti	25.000,00	0,36	30.051,50	31.000,00	0,47	124
3.3.	Originalni rapski suvenir	5.000,00	0,07		2.000,00	0,03	40
VI.	MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA	45.000,00	0,64	25.000,00	31.000,00	0,47	69
1.	Proizvodnja multimedijalnih materijala	10.000,00	0,14	20.000,00	20.000,00	0,30	200
2.	Formiranje baze podataka	15.000,00	0,21	0,00	5.000,00	0,08	33
3.	Banka fotografija i priprema u izdavaštvu	15.000,00	0,21	5.000,00	5.000,00	0,08	33
4.	Jedinstveni turistički informacijski sustav (prijava i odjava gostiju, statistika i dr.)	5.000,00	0,07	0,00	1.000,00	0,02	20
VII.	POSEBNI PROGRAMI	5.000,00	0,07	0,00	0,00	0,00	0
1.	Projekti poticanje i pomaganje razvoja turizma na područjima koja nisu turistički razvijena	5.000,00	0,07	0,00	0,00	0,00	0
VIII.	TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE GRADU (30%)	1.400.000,00	19,99	1.192.777,46	1.440.000,00	21,67	103
	SVEUKUPNO RASHODI	7.003.004,00	100,00	5.484.029,85	6.644.764,10	100,00	95
	PRIENOS MANJKA PRIHODA U IDUĆU GODINU - POKRIVANJE MANJKA U IDUĆOJ GODINI (SVEUKUPNI PRIHODI UMANJENI ZA SVEUKUPNE RASHODE)	56.000,00		-176.669,19	-170.107,77		

I ADMINISTRATIVNI RASHODI

Administrativni rashodi biti će do kraja godine povećani za 4%. To je rezultat povećanja rashoda za radnike, točnije rashoda Ureda, s obzirom da se s dva djelatnika iz Ureda dogovorio prekid radnog odnosa uz plaćanje otpremnine. Tako će do kraja godine biti isplaćene otpremnine u iznosu od 165.196,20 kuna, što nije bilo planirano.

Dugoročnije gledano, to će ipak olakšati poslovanje Ureda, s obzirom da se radilo o višim plaćama od nekakvog prosjeka.

Rashodi Ureda su porasli uslijed angažiranja knjigovodstvenog servisa za poslove knjigovodstva, s obzirom da je radnica koja je knjigovođa od kraja srpnja 2017. bila na bolovanju do travnja 2018., a nije bilo izvjesno kada će se vratiti na posao, s obzirom na težinu ozljede. Radnica nakon povratka na radno mjesto obavlja poslove administratora blagajnika.

II DIZAJN VRIJEDNOSTI

01. Poticanje i sudjelovanje u uređenju grada

Zbog promjene načina odrađivanja «Zelene čistke» tj. akcije čišćenja po mjestima, nije bila potrebna financijska potpora.

Umjesto dodjele sadnica, opet je potpomognuta Rapska fešta od rožic – cvjetna manifestacija. Planira se potpomoći KPA „Amfora“ s 10.000,00 kuna.

02. Manifestacije

KULTURNO ZABAVNE

Ovogodišnja Rabska fjera posebice je bila zapažena zbog glazbenog vatrometa i koncerta britanske sezancije «High on Heels» nakon zatvaranja. Bezobzira na plan od 200.000,00 kuna, Fjera je odrađena od strane TZG Rab u iznosu od 399.819,08 kune, što je za čak 200% više. Ipak, treba napomenuti da je Fjera proglašena top manifestacijom od strane HTZ-a, koji je bio generalni pokrovitelj iste, s potporom od 200.000,00 kuna. TZG Rab je dobila potporu i od PBZ-a u iznosu od 30.000,00 kuna.

Za vrijeme Fjere odrađen je i press trip s PR agencijom 404, te se prilaže knjiga objava. Posebno je bila zapažena najava Fjere na HRT-u u emisiji Dobro jutro, Hrvatska, koja je išla uživo u studiju. Također je odrađena uspješna prezentacija Fjere na godišnjem savjetovanju članica Udruge gradova RH u Rapcu.

U vrijeme Fjere je odrađen i press trip s 4 talijanska novinara.

TZG Rab je odradio i medijska pokroviteljstva sa Večernjim listom, Novim listom, Otvorenim radiom, Hrvatskim radiom - 2. program, Radio Rabom, Rab danas itd.

S obzirom na uspjeh manifestacije te troškova u vidu smještaja novinara, vatrometa, novih banneri koji su krasili grad, te promotivni materijal u vidu lepeza i kataloga Rabske fjere, potrebno je da TZG ulaže i dalje u promociju ovog brenda.

Ostale su se manifestacije isto tako popratile sve sukladno planom (URS, RGV, Folklor, Klape, Limena glazba, Izložbe).

Kantuni su ove godine odrađeni u čak dva navrata, jednom u lipnju te drugi put početkom kolovoza. Iz tog razloga je i povećan budžet za ovu manifestaciju, s time da je od strane HTZ-a odobreno sufinanciranje u iznosu od 10.000,00 kuna.

S obzirom da se Rab grad mjuzikla nije kao manifestacija održao ove godine, te je novac raspoređen na druge profitne centre, a kulturno zabavne manifestacije su odrađene sa 23% manje sredstava od planiranih.

MANIFESTACIJE U PPS PROJEKTU

Vezano za ove manifestacije, koje su odrađene s 9% više sredstava od planiranog, treba spomenuti da se MTB MARATHON RAB utrka nije održala na Rabu zbog otkaza organizatora. Troškovi humanitarne biciklijade «GRab the bike and ride for Pinokio» su knjiženi na ovu utrku. Novi projekti – Big 4 bike utrka i UWPM Cup su odlično odrađeni, s time da su financijski bili zahtjevniji od predviđenog, oboje su podržani od strane HTZ-a s 20.000,00 kuna za projekte u PPS-u, s time da je BIG 4 i Grad Rab podržao s 30.000,00 kuna.

Ostale manifestacije tradicionalnog karaktera su također popraćene.

EKO-GASTRO MANIFESTACIJE

Eko – gastro manifestacije će ove godine biti odrađene s 33% manje od predviđenog. Naime, neće se odraditi sve što je zamišljeno, ali ne znači da ne može u narednoj godini, uz potporu gospodarstva ili udruga.

Od manifestacije „Uskrs na Rabu“ kojom je službeno otvorena sezona pripremom velike fritaje i ostalih prigodnih uskršnjih jela, uključivanjem limene glazbe, URS te Rapskog tanca u program, traženje pisanica za djecu, sve je to uljepšalo blagdanske dane koliko lokalnom stanovništvu, toliko i turistima.

Dani šparoga su popraćeni i u lokalnim restoranima, osim toga i prigodnom paštom sa šparogama iz velike tave te humanitarnom bike utrkom.

Festival rapske janjetine se još lani preselio na Trg Sv. Kristofora iz Autokampa 3. Padova, zajedno s izložbom ovaca. Uz posebnog gosta/suvoditelja, poznatog chefa Tomislava Špičeka, manifestacija je bila jako interesantna i interaktivna.

Kanata koja je održana 30.09., okrunila je još jednu uspješnu sezonu na najljepši mogući način. Uz iznimnu posjećenost kuharskog natjecanja, u kojem su sudjelovale rapske udruge i klubovi, novost je bilo sudjelovanje medija, koji su se natjecali u timovima. Upravo je u tom razdoblju s tim novinarima/bloggerima/influencerima održan i drugi press trip preko agencije 404. Knjiga objava je u privitku.

U dogovoru s Gradom Rabom i POU Rab, odlučeno je uložiti određena sredstva i u dane Adventa kroz medijsko pokroviteljstvo Večernjeg lista i koncert Nene Belana i grupe Fiumens.

DMO

Ove je godine nije nastavljena suradnja sa Mone sale, nije se uspjelo usuglasiti vezano za nastavak suradnje. Akcija Tajni gost je uspješno odrađena dvaput, sprema se dodjela priznanja. Kvarner family se također planira odraditi do kraja godine.

POTPORA DMO

Hotelijeri nisu zatražili potpore za dolazak autobusera. Mobilni vodič se održava prema ugovornoj obvezi.

III KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI

U prvih devet mjeseci 2018. godine se online komunikacija odradila za 2% manje, s time da je manje odrađeno u Online komunikacijama, ponajviše jer se nije odradila nova web stranica koja je trebala biti dio plana nastavka suradnje s agencijom Mone sale.

Što se tiče offline komunikacije, ona je povećana za 19%, najveće povećanje je na Općem oglašavanju (čak 300%) a uzrok tome je veće opće oglašavanje kroz razne tiskovine (Dnevnik d.d. –

Slovenija, National Geographic – UK (gastro – Rabska torta, Islands collection posebno izdanje o otocima), IGL Werbedienst – Njemačka, Outdoorwelten – Njemačka, Life Style Magazin Verlages – Njemačka, Sabtours – reklama na autobusu), tiskanje više info materijala koje turisti koriste, zatim jumbo plakati na autoputu od Zagreba prema Jadranu, Jadranska magistrala (image i projekt Najljepši otočni advent).

Povećano je i avio oglašavanje sa TZ Kvarnera koje nismo planirali u tom iznosu.

PR agencije su odrađene sa 17% više sredstava, s time da su najviše pojačane na području Hrvatske i Njemačke. Nizozemsku će pratiti plan, sa TZ Kvarnera također, Slovenija nešto manje, a Italiju smo odradili samostalno. Naime, odrađena je izvrsna prezentacija u Milanu, te smo s TZ Kvarnera i HTZ-ovim predstavništvom u Milanu odradili cca deset novinara, tako da smo trošak knjižili na novinare. Tiskani materijal ćemo se truditi smanjivati, jer više za njim i nije velika potreba kao nekad. Turistička signalizacija će biti odrađena sa 100% u korist Ostale turističke signalizacije – naime, morali smo zamijeniti dvije table na magistrali i kompletno prelijepiti sve table koje su usred izuzetno loših vremenskih uvjeta uništene.

Rab The Happy Island – izvještaj društvenih mreža 2018 (izradila PR agencija 404)

FACEBOOK / 1.1. – 30.9.2018.

- U periodu od 9 mjeseci, **Rab The Happy Island** stranica prikupila je skoro **8 000** novih Facebook fanova što je zaista zavidna brojka. Broj fanova 1.1.2018.: **16 827 ljudi** Broj fanova 1.10.2018.: **24 669 ljudi**
- Fanovi su uglavnom **žene (67%)** te najviše spadaju u dobnu skupinu **od 35 do 44 godine**, a najviše dolaze iz **Hrvatske, Slovenije, Njemačke i Austrije** što su ujedno zemlje prema kojima želimo i komuniciramo naš svakodnevni sadržaj na društvenim mrežama.
- U periodu **od 1.1. do 30.9.2018.** postignuli smo vrhunske rezultate: Ukupan broj FB objava: **201** Ukupan broj lajkova na objave: **52 285** Ukupan broj komentara na objave: **1 748** Ukupan broj shareova naših objava: **3 434**
- Za vrijeme sezone postamo **5** objava tjedno, dok izvan sezone idemo sa **4** posta.
- **Svibanj** pamtimo kao najuspješniji mjesec s obzirom na postignut doseg: **21.5.** zabilježen je najviši plaćeni doseg u iznosu od **21 679 ljudi**, dok je **31.5.** ostvaren najviši organski doseg u jednom danu od **12 816 ljudi**. Smatramo da je ovo najuspješniji mjesec radi objava koje komuniciraju **ljetu i pozivaju fanove na otok Rab** kao ljetnu top destinaciju s brojnim plažama i prirodnim ljepotama.
- Naša redovna komunikacija bazira se na **atraktivnim fotografijama i tekstom koji poziva (CTA)** fanove na angažman. Kreirali smo **prepoznatljiv ton komunikacije**, ugodan našem targetu te upravo iz tog razloga svaki mjesec imamo **odlične rezultate** za prikazati. Trudimo se popratiti sva **aktualna događanja na otoku** te informirati pratitelje na vrijeme.
- **Uključujemo fanove u stvaranje sadržaja** (regram) te tako razvijamo zahvalnu i lojalnu zajednicu na RabTZ društvenim kanalima. Najbolje objave dodatno **promoviramo** na 4 ključne zemlje, što rezultira s još boljim ukupnim dosegom, brojem reakcija te novim FB fanovima. **INSTAGRAM / 1.1. – 30.9.2018.**
- U periodu od **9 mjeseci** brojimo porast od **730** pratitelja našeg Instagram profila: Broj followersa 1.1.2018.: **1 620** Broj followersa 1.10.2018.: **2 350**
- Objavili smo ukupno **200 Instagram postova** uz brojne dodatne i atraktivne **Instagram Stories** formate, putem kojih smo pozivali sve naše pratitelje na Rab.
- Kao i na Facebooku, **koristimo fotografije** na kojima smo označeni ili po lokaciji (Rab, Lopar...) i tako ostvarujemo još bolji **organski doseg**. Objave sjajno prolaze te neke od njih znaju prikupiti i preko **300 lajkova**, bez dodatne promocije.

- Target je sukladan Facebook targetu – uglavnom **žene** koje spadaju u dobnu skupinu **od 25 do 34 godine**.

(u privitku izvješća najbolje popraćene objave po mjesecu)

IV DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI

U ovoj se su se godini sajamske aktivnosti odradile u suradnji s TZO Lopar i TZ Kvarner.

TZO Lopar je sudjelovao u troškovima sa 40%. Odrađeni su s povećanjem od 29%, s obzirom da neki sajmovi nisu planirani, ali su ipak posjećeni, ili se na nekim sajmovima duže zadržalo ili je više djelatnika posjetilo sajam. Uložen je veći iznos u posjete novinara, u suradnji s agencijom 404 odrađena su dva press tripa blogera, novinara i influencera (već spomenuti, u privitku i knjige objava s tih tripova). Odlično je prošla i prezentacija Raba u Milanu, koja je odrađena s TZ Kvarnerom.

Odrađena je i promocija Raba u Bad Homburgu putem Večernjakove domovnice, eventa kojeg priprema Večernji list svake godine.

Planira se još eventualno do kraja ove godine odraditi u Hrvatskoj jedna prezentacija – najvjerojatnije u Zagrebu.

Popis predstavnika stranih medija i studijskih grupa koji/e su u sezoni 2018. posjetili otok Rab u razdoblju: travanj 2018. do listopad 2018. (izradio Luka Perčinić, voditelj marketinga TZG Rab)

- U suradnji sa Hrvatskom turističkom zajednicom i turističkom zajednicom Kvarnera:

	Ime i Prezime	Zemlja	Medij	Hotel	Period
1.	Marion Benattar	FRA	Mademoiselle de Voyage - Blog	Padova	01.05.-02.05.
2.	Antoine Ronsin	FRA	Mademoiselle de Voyage - Blog	Padova	01.05.-02.05.
3.	Luisella Colombo	IT	In Viaggio	Arbiana	13.05.-16.05.
4.	Paolo Giocoso	IT	In Viaggio	Arbiana	13.05.-16.05.
5.	Silvana Benedetti	IT	Caravan e camper	Arbiana	31.05.-03.06.
6.	Massimo Dubini	IT	Caravan e camper	Arbiana	31.05.-03.06.
7.	Tiziano Aragazzi	IT	Freelance	Arbiana	07.06.-10.06.
8.	Dorina Cocca	IT	Freelance	Arbiana	07.06.-10.06.
9.	Tom Norgaard	DK	Politiken Magazin	Imperial	09.06.-12.06.
10.	Julia Brauckner	AT	Kleine Zeitung	Imperial	28.06.-01.07.
11.	John Stapleton	UK	Mail on Sunday	Imperial	04.07.-07.07.
12.	Lynn Fauld Wood	UK	Freelance	Imperial	04.07.-07.07.
13.	Larissa Kara Verbon	NL	Blogerica	Imperial	06.07.-07.07.
14.	Tara Victoria Verbon	NL	Blogerica	Imperial	06.07.-07.07.
15.	David Fraser	UK	The Sun	Arbiana	05.09.-12.09.
16.	Anne Marie Wesseling	NL	Oppad.nl -Travel Blog		13.10.-14.10.
17.	Jeanine Brinkhuis	NL	Naturescanner.nl		13.10.-14.10.

- U suradnji sa PR agentom za Njemačku i Austriju, A.R.T. :

	Ime i Prezime	Zemlja	Medij	Hotel	Period
1.	Heike Weichler	DE	Sonntag Aktuell, Rheinische Post	Arbiana/Kayak	31.05.-07.06.
2.	Thomas Fluge	DE	Freelance Fotograf	Arbiana/Kayak	31.05.-07.06.
3.	Paul Meyer zu Brickwedde	DE	Westfälische Nachrichten	Arbiana	31.05.-03.06.
4.	Michael Graf	DE	Freizeitwoche	Arbiana/Kayak	31.05.-03.06.
5.	Philip Radtke	DE	WAZ-Woman Group	Arbiana/Kayak	31.05.-03.06.
6.	Mirad Odobasic	AT	Kurier	Smještaj u vlastitom aranžmanu/Kay ak	31.05.-03.06.
7.	Marc Reisner	DE	Freelance, Frankenpost, Hamburger Abendblatt,..	Imperial/Kayak	21.06.-24.06.
8.	Frank Heuer	DE	Abenteuer und Reisen	Imperial/Kayak	21.06.-24.06.
9.	Christian Haas	DE	Abenteuer und Reisen, Focus	Imperial/Kayak	21.06.-24.06.
10.	Daniel Hadler	AT	Kleine Zeitung	Imperial/Kayak	21.06.-24.06.
11.	Karin Hauenstein	AT	Freelance	Imperial	21.06.-24.06.
12.	Matthias Drobinski	DE	Suddeutsche Zeitung	Imperial	05.07.-08.07.
13.	Sascha Rettig	DE	Welt/Welt Am Sonntag	Imperial/Kayak	13.09.-18.09.
14.	Anna Rettig	DE	Kayak Magazin	Imperial/Kayak	13.09.-18.09.

*Detaljan izvještaj biti će dostavljen od strane A.R.T. agencije

- U suradnji sa PR agentom za Sloveniju, Sincro Plus:

	Ime i Prezime	Zemlja	Medij	Hotel	Period
1.	Urška Petelin	SLO	Dober Tek	Carolina	23.06.-25.06.
2.	Katja Kaja Mejač	SLO	Svet 24	Carolina	23.06.-25.06.
3.	Barbara Volčjek	SLO	Večer	Carolina	23.06.-25.06.
4.	Slobodan Jovič	SLO	Vaš Kanal TV	Carolina	23.06.-25.06.
5.		SLO	Vaš Kanal TV	Carolina	23.06.-25.06.

- Samostalno TZG Raba:

	Ime i Prezime	Zemlja	Medij	Hotel	Period
1.	Matej Hartman	SLO	MTB.si	Smještaj u vlastitom aranžmanu	06.04.-08.04.
2.	Tit Košir	SLO	Freelance fotograf	Carolina	19.06.-21.06.
3.	Uroš Ložar	SLO	MTB.si	Carolina	19.06.-21.06.

4.	Boštjan Svete	SLO	Bicikel.si	Carolina	19.06.-21.06.
5.	Mitja Zupančič	SLO	E-Morje	ACI Rab	07.09.-08.09.

- U suradnji sa hotelskom kućom Valamar :

	Ime i Prezime	Zemlja	Medij	Hotel	Period
1.		AT	Kurier Freizeit	Imperial	10.06.-13.06.
2.		AT	Kleine Zeitung	Imperial	10.06.-13.06.
3.	Julia Schoon	DE	Blogerica	Imperial	27.06.-29.06.
4.	Yvonne Weinlich	DE	Gracon Print	Imperial	27.06.-29.06.
5.	Kirsten Hoffmeister	DE	Flow.de	Imperial	27.06.-29.06.
6.	Sandra Pfafflin	DE	Pforzheimer Zeitung	Imperial	27.06.-29.06.
7.	Martha Steszl	AT	Profireisen	Imperial	27.06.-29.06.
8.	Gabriele Muhlbauer	AT	Elite Magazin	Imperial	27.06.-29.06.
9.	Nino Rainaldi	AT	Lifestyle und Reisen	Imperial	27.06.-29.06.
10.	Anja Ihlenfeld	DE	HimberMagazin	Imperial	21.09.-23.09.
11.	Barbara Waldvogel	DE	Schwabische Zeitung	Imperial	21.09.-23.09.
12.	Brigitta Grausam	AT	Wellness Magazin	Imperial	21.09.-23.09.
13.	DagmarHaas Pilwat	DE	Rheinische Post	Imperial	21.09.-23.09.
14.	Heidemarie Diehl	DE	Neues Deutschland	Imperial	21.09.-23.09.
15.	Franz Farkas	AT	Niederosterreichische Nachrichten	Imperial	21.09.-23.09.

*Podaci koji nedostaju biti će dostavljeni od Valamara

U suradnji sa turističkom agencijom Katarina Line iz Opatije, ugostili smo vlasnike ili prodajne agente, 10-ak agencija iz 6 različitih zemalja:

	Ime i Prezime	Zemlja	Agencija	Smještaj	Period
1.	Rolf Lie	NOR	Askeladden Reiser	Luka Rab	28.04.-29.04.
2.	Brenna Svanhild	NOR	Askeladden Reiser	Luka Rab	28.06.-29.04.
3.	Kayroon Ameer	ZA	Currimjee Group	Luka Rab	28.04.-29.04.
4.	Sheryl Arapia	PAK	Jas Travel	Luka rab	28.04.-29.04.
5.	Arlan Lewis	PAK	Jas Travel	Luka Rab	28.04.-29.04.
6.	Diane Kotze	ZA	Rufaro Destination Management	Luka Rab	28.04.-29.04.
7.	Emily Wilson	ZA	Rufaro Destination Management	Luka Rab	28.04.-29.06.
8.	Sue Wilcher	ZA	Rufaro Destination Management	Luka Rab	28.04.-29.04.
9.	Kitty Snyman	ZA	Rufaro Destination Management	Luka Rab	28.04.-29.04.
10.	Rina Williamson	ZA	Rufaro Destination Management	Luka Rab	28.04.-29.04.
11.	Dorte Wittkugel	DE	Rufaro Destination Management	Luka Rab	28.04.-29.04.
12.	+ 38 agenata	DE	-	Luka Rab	18.10.-19.10.

-U suradnji sa Hrvatskom turističkom zajednicom i turističkom zajednicom Kvarnera ugostili smo prodajne agente iz Nizozemske:

	Ime i Prezime	Zemlja	Agencija	Smještaj	Period
1.	Philesia Juliette van Laar	NL	AktivaTours	Valamar Padova	13.10.-14.10.
2.	Peter Teun Guijt	NL	NR Travel	Valamar Padova	13.10.-14.10.

V INTERNI MARKETING

Ove su godine od strane TZG Rab poslane nominacije za Godišnje nagrade HTZ-a za Grad Rab kao najbolju odmorišnu destinaciju, nominaciju za najbolju plažu Mony's Dog Beach & Bar te za Rabsku fjeru kao najbolji turistički događaj. Odrađena je prezentacija u Karlovcu za destinaciju, međutim nismo prošli dalje (finalisti su Rovinj, Poreč i Mali Lošinj). Dobivena je informacija kako je Rabska fjera među finalistima.

Dobiveno je priznanje od strane Nautičke patrole Jutarnjeg lista za Turističku zajednicu godine.

TZG Rab je nominirao za nagradu Simply the Best, Kuću Rabske torte, plažu Monty's Dog Beach & Bar te Rabsku fjeru. Dobili smo informaciju kako je Kuća Rabske torte ovogodišnji laureat u kategoriji Ugostiteljski objekti s ponudom tradicijske hrane i pića – jadranska Hrvatska.

Dugogodišnji turisti su u ovoj sezoni često posjećivali Ured TZG Rab te je taj projekt odlično primljen i popraćen.

Projekt Originalni rapski suvenir je odrađen i planira se svečana dodjela markica.

VI MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA

Konstantno radimo na novim fotografijama te smo u ovoj godini zaista skupili fotografije raznih manifestacija koje koristimo za medije, društvene mreže itd.

Ipak, trebat će i dalje raditi na tome.

VII POSEBNI PROGRAMI

Ovaj će se iznos rasporediti na neko drugo mjesto troška.

VIII TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE GRADU 30%

Sukladno članku 26. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma i sukladno odredbama članka 20. Zakona o boravišnoj pristojbi, turističke zajednice raspodjeljuju jedinici lokalne samouprave 30% uplaćene boravišne pristojbe.

U proračun Grada Raba planira se uplatiti 1.440.000,00 ili 3% više od plana.

S obzirom da se u 2018. ušlo s manjkom, on se prenosi u narednu godinu. Iako će se pravo stanje vidjeti tek s Godišnjim financijskim izvješćem, činjenica je da će u narednoj godini doći do znatnog povećanja boravišne pristojbe, te će se time povećanim prihodom sanirati dug iz prijašnjih godina, te omogućiti nesmetano poslovanje.

ZAKLJUČAK

Rab je u prvih devet mjeseci sveukupno ostvario 1.436.676 noćenja, ostvarivši i milijunto noćenje na području grada Raba 13. kolovoza, jedan dan ranije nego lani. Sezona je ostvarena gotovo na razini rekordne lanjske, ali ipak s 1% više noćenja.

Dok je Rab prvih pet mjeseci ostvario rast u noćenjima za čak 43% više nego lani (ostvareno je 77.608 noćenja u periodu od početka godine do kraja mjeseca), a sam svibanj je ostvario čak 54.747 noćenja, tj. 66% više nego lani. Takav rezultat ne čudi, praznici Duhova i Tijelova svibanj su „podigli“, međutim lipanj je brojao manji broj noćenja, točnije za 4,5%. Nadalje je srpanj rastao za 2%, kolovoz bilježio pad od 3%, a rujna opet zabilježio rast od 2%. Tako su ovu sezonu označili usponi i padovi. Međutim u konačnici, od početka godine pa sve do 30. rujna Rab bilježi 1% više noćenja.

Što se tiče rasporeda u smještajnim kapacitetima, objekti u domaćinstvu i dalje prednjače sa 848.487 noćenja što je 1% više nego lani, hoteli broje 231.682 noćenja ili 1% manje, dok kampovi broje 139.165 noćenja, odnosno čak 5% više nego lani. Do kompletne brojke od 1.436.676 noćenja, koliko je u prvih devet mjeseci ostvareno, treba ubrojiti i nekomercijalni smještaj, ostale ugostiteljske objekte za smještaj te objekte na OPG-u.

Što se tiče emitivnih tržišta s kojih najviše turista dolazi na Rab, primat i dalje drže Nijemci sa 533.490 noćenja i s laganim padom od 1% u odnosu na prošlu godinu, slijede ih Austrijanci s 163.259 noćenja i rastom od 4%, Hrvati ulaze u top 3 sa 149.087 noćenja i rastom od čak 7%, slijede ih Talijani sa 122.619 noćenja i padom od 2% te top 5 zaokružuju Slovenci sa 110.105 noćenja i rastom od 2%.

Među zadaćama svake turističke zajednice nalaze se one promotivne kako bi se što više turista privuklo u destinaciju, zatim rad na poboljšanju uvjeta za boravak turista u destinaciji te iniciranja novih turističkih proizvoda, na čemu se izuzetno mnogo radi. Naime, od Najljepšeg otočnog adventa prošlu zimu, kojim se zakoračilo u 2018. godinu, preko Uskrsa na Rabu, Mjeseca šparoga, „4 islands“ bike utrke, Mjeseca otočne janjetine, BIG 4 MTB bike utrke, manifestacije „Kantuni“, „Jardin festa“, nezaobilazne Rabske fjere, Treking lige, Underwater Photo Marathon Cupa te Kupa Hrvatske u podvodnom fotografiranju i nezaobilazne „Kanate“ kojom se 30. rujna ispratilo turističku sezonu, s partnerima, Gradom Rabom i Pučkim otvorenim učilištem Rab, radi se na stvaranju novih turističkih proizvoda i motiva dolazaka. Tu još uvijek prednjači Rabska fjera, ujedno i top manifestacija prema ocjeni HTZ-a, međutim u eri aktivnog odmora Rab itekako ima što ponuditi, a to potvrđuju dva kompletno nova projekta koja su započela upravo ove godine - Big 4 MTB bike utrka te Underwater Photo Marathon Cup.

Međutim, prolaskom glavnine sezone, posao TZG Raba ne staje. Dva su hotela još uvijek otvorena, a sprema se i Najljepši otočni advent, koji započinje 1. prosinca. Advent će ove godine biti još bogatiji pa se tako pripremaju programi na dva gradska trga, a za doček će biti otvorena čak 4 hotela.

Rab se zaista trudi turistima omogućiti odličan boravak u destinaciji, a tome svjedoči i priznanje koje je dobio Ured TZG, kao najbolja turistička zajednica na ruti Nautičke patrole Jutarnjeg lista, za iznimno bogat i raznovrstan program boravka nautičara. Već drugu godinu zaredom finalisti smo na Godišnjim nagradama HTZ-a za Najbolji turistički događaj – Rabsku fjeru. Također se možemo

pohvaliti informacijom da će Kuća Rabske torte 15.11. primiti nagradu Simply the Best u kategoriji Ugostiteljski objekti s ponudom tradicijske hrane i pića – jadranska Hrvatska, koju već 10. godinu zaredom dodjeljuju UHPA i turistički časopis Way to Croatia.

Što se tiče promocije destinacije, tu se ne staje tokom cijele godine – dok se u zimskim mjesecima orijentira na sajmove i posebne prezentacije, s otvaranjem sezone ugošćavaju se novinari i poklanja im se posebna pažnja kako bi doživjeli Rab kakav zaista jest – prekrasne prirode, bogate kulturne baštine i uvijek u skladu s trendovima u turizmu.

Uvijek veseli bolji rezultat u pred i posezoni, dok u vršnim mjesecima zabrinjava porast. Ne smije se zaboraviti kako na području grada Raba živi i lokalno stanovništvo, kojem moraju biti osigurani uvjeti za nesmetano obavljanje svakodnevnih aktivnosti i „normalan“ život. Manjim brojem noćenja u srpnju i kolovozu se ne gubi, već dobiva na kvaliteti boravka turista, koji mogu uživati bez pretjeranih gužvi, dok iznajmljivači i hotelijeri mogu za takvu ponudu tražiti veću cijenu. Treba pohvaliti sve vrijedne iznajmljivače koji se stvarno trude oko svojih gostiju, ulažu u kapacitete i zaista, takav trud ne ostaje zaboravljen. Uz to, najava novog vala investicija u hotelske kapacitete itekako veseli, a proces repozicioniranja našeg „otoka sreće“ u punom je jeku.

Ivana Matušan, mag.oecc.
Direktorica Ureda TZG Rab